

平成 23 年度 第 2 回葛飾区消費生活対策審議会議事録（概要）

日 時：平成 23 年 8 月 30 日（火）午前 10 時 00 分～正午

場 所：ウィメンズパル 3 階 消費者学習室

出席者：黒崎委員、小林委員、島田委員、鈴木委員、原田委員、谷茂岡委員、
矢頭委員（五十音順）

1 開 会

ただ今から、平成 23 年度第 2 回葛飾区消費生活対策審議会を開催いたします。

2 議 題

(1) 消費者教育の拡充に関する具体策の検討

→最初に、配布されている資料について、事務局ご説明願います。

→わかりました。まず、前回の当審議会においてお話しが出ていましたかつしか FM の件と葛飾区のホームページの現状についてご説明いたします。

かつしか FM への出演実績ということで、古い資料がなかったため、20 年度以降になります。資料に記載しましたように 5 回出演しています。具体的には、消費者団体が長年担当されている女性の声が見えるラジオという番組に出演させていただき、センターの認知度を高めるための PR あるいは最近、話題になっているような相談事例について、50 分の放送時間の枠内でお話ししています。この他には、毎年開催しています消費生活展の事業 PR のために職員が直接出演しております。また、多数の方の入場を予定している特別講演会については、事業の前 2 週間から 3 週間程度、番組内での案内をお願いしています。さらに、情報提供ということで、4 月、8 月、12 月の年 3 回、それぞれ 10 日間程度ですが、ターゲットを絞った啓発用のスポット CM を番組で提供しています。

次に、葛飾区のホームページ画面について A3 用紙に拡大してお配りしています。3 枚のうちの①がトップページで、当センターの情報を検索する場合は、ピンク色で塗ってありますくらしのガイドの消費生活という部分をクリックしますと、②の画面に移行します。こちらの画面は、消費生活センター、消費生活相談、消費者教育・啓発、消費生活情報、リサイクルコーナーの 5 つの大きな項目により構成されています。その中の消費生活センターがさらに細かく分かれています。ピンク色で塗った消費生活センターをクリックし

ますと、③の画面に移行します。ここでは、センターの行っている業務の概要、特に丁寧な案内が必要な相談時間等の案内、さらにはセンターへの案内図を載せています。なお、前回の会議でお話しが出ていましたリンク先につきましては、資料にもありますように、東京都消費生活総合センター、国民生活センター、経済産業省、消費者庁の4箇所にはってあります。さらには、センターの事業概要として、本日も最新版を机上にお配りしていますが、平成19年度版からアップし、細かい部分について確認できるようにしています。ホームページの構成としては、以上のような流れになっています。

資料のご説明としては以上のとおりですが、資料以外の部分について少しお話しをさせていただきたいと思います。

実は、区全体の動きとして基本計画の見直しを行い、平成25年度から新しい基本計画をスタートさせることが検討されています。消費者教育の重要性につきましては、事務局としても十分に認識しておりまして、現在は消費者の自立支援の中に位置づけて実施していますが、新基本計画においては、重点的に取り組んでいくべき項目と考え、各委員の方からもいろいろなご意見をいただければと考えています。本日の議題からは少しずれてしまうかも知れませんが、平成22年の答申文にもありましたが、消費者教育の中でも、長年にわたり継続実施している消費生活モニター事業については、特に見直しの必要性を強く認識しています。具体的には、モニター一人ひとりが、単に知識や情報を得るだけでなく、それを他の区民に広く伝えていけるアドバイザー的な区民を養成していけたらと考えています。

- ただいまのかつしかFM及びホームページの報告に対して、何かご質問はございますか。
- かつしかFMは、どのくらい数の人が聞いていますか。
- 正確な数は把握していませんが、およそ5パーセントぐらいと以前聞いたことはあります。
- どのような情報を伝えるかといことについて、かなり絞り込む必要があると思います。現在のやり方は、単なる情報提供にとどまっている気がします。私の考えでは、消費生活センターというのは、何か困ったことがあったら相談できる所であることと、その所在地を繰り返し伝えていくことが最も大事であると思っています。FM放送ではありませんが、江戸川区では、都バスの車内放送で消費生活センターが困った時の相談窓口であることと、その所在地に関する情報だけを繰り返し流しています。都バスで葛飾区内だけを走って

いる路線はありますか。

→ありません。

→何回も何回も聞いているというすりこみが大事だと思います。かつしかFMを有効に活用するには、葛飾区消費生活センターという名称、その場所、そして、被害に遭っていないなくても、いつでも誰でも行ける所ということに絞って連呼するといった戦術が必要ではないかと思えます。それから、ホームページについてですが、画面の順番が気になります。行政目線と思われる「消費生活センターとは」ということから始まるよりも、住民の視点に立って、例えば相談事例等が最初にあって、最後にまとめる形で消費生活センターとはこういう所という流れのほうが区民も取っ付き易いのではないかと考えます。見る方におもしろそうという感じを与えることが大切であると思えます。各委員さんはどう感じていますか。

→ホームページの運営については、外部業者に委託していますか。

→広報課が行っています。

→国分寺市は、前にも話しましたように消費の部分に限りますが、住民目線のホームページにするように、すべて外部業者に委託しています。

→最近、区も大きな周知用看板を立て、少しずつですが、PRにも力を入れ出したと感じています。さらに、月1回のFM放送への出演の時には、われわれ団体が「何か困ったときには消費生活センターへ」ということで必ず話しをしていますよ。

→ただ悩みなのが、今言われた「困ったとき」ということでいいのかです。なぜなら、客観的には被害に遭っているのにもかかわらず本人の主観としては被害に遭ったとは思ってなく、困っていないケースがあるからです。こういう人たちをどのようにしてセンターに誘導するかが問題であります。「困ったとき」というのは必ずしも間違いではないですが、「少しおかしいな」と言うほうが良いかもしれません。

→区では、最近、何でも相談できるコーナーができたと思えますが。

→ホームページのトップページの右側に載っていますが、コールセンターとすぐやる担当課をつくり、それぞれ各所管とスピード感を持って連携をし、徐々に評判もよくなっています。また、トピックスには、皆様特に子供をお持ちの若いお母さんに関心の高い放射能問題については積極的に提供しております。

→これは画期的なことだと思います。他の自治体でもやろうとしても、中々実現しないのが現状です。いつから始めたのですか。

→福祉の総合窓口が今年の1月4日から設置されました。今度は、

子育ての総合窓口についても開設する予定になっています。また、すぐやる課は、22年度当初から設置し、猫の死骸、蜂の巣、放置自転車など、どこに行ってもいいかわからないようなことについて既存の組織を超えて柔軟に対応しています。

→すぐやる課は画期的なことですが、あとは情報の問題です。どこに行ったら、どのようなサービス提供が受けられるかという情報が無いと思います。すなわち、前からこの審議会で議論しています高齢者の生活需要の問題です。例えば、住宅リフォームなどを行う場合、今は大工さんがまちにいなくなったことから、必要な情報を得ることができません。そこへ優しい業者が訪ねて来て、何十万で相場よりも安いなどと言われると、ついそれにのって被害に遭ってしまうのです。コールセンターの名称は区民に浸透していますか。

→マグネット付のカードにより電話番号を案内し、相談事であれば年中無休で受けていることを周知しています。

→ホームページでは、センターについて、一般消費者がイメージしているような相談を前提とした駆け込み寺的な機関として位置づけているようですが、法律が本来要求しているのは、被害の未然、拡大防止のための機関ということだと思います。そうすると、先ほどから言ってますように、呼び掛け文が「困ったとき」ではないと考えられます。

→一般の方は、何が消費生活なのかがわからないと思います。そういう状況では、ホームページのトップにある「消費生活」をクリックするのは、かなり難しいことだと思います。例えば、「訪問販売にお困りの方は」といったバナーが別途あるといいと思います。それから、会長も先ほど言われてましたように、実際の相談例や解決例が出ていて、自分が抱えている問題がそれに当てはまるということがわかるようなページがあると、イコール被害の防止にもつながると考えます。

→「消費生活」よりも「暮らし」のほうがアクセスしやすいかも知れません。それから、役所や学者は総論から具体の話しにいきますが、消費者が見るホームページの流れとしては、その逆に、具体的な話しから入り、最後に、総まとめのほうがいいと思います。消費者にとって身近な情報として、最近多い相談例、次に、いつどこで何をやるといった催物情報などを載せるのほうがいいと思います。また、葛飾区民は都民でもあることから、都が行う講座であっても、葛飾区民が利用できてためになるものであれば、詳細についてはリンクでもいいと思いますが、概略を紹介していくべきだと思います。そう

- いう工夫がないと、現状のホームページは行政文書にとどまっていると思います。アクセス件数はどのくらいありますか。
- 具体的な件数を把握していなかったなので、早急に調査いたします。
- 自分のところで作成したホームページについて、どのくらいの人にアクセスされているか把握していなければ、改善もできないと思いますよ。他の委員の方は区のホームページについて、どのように感じられていますか。
- 委員に就任したときに目を通しました。そのときよりも、かなりわかりやすくなったと思いますが、ちょっと気になることがあります。トップページの右側にある「高齢者の方々へ」「かつしか子育てサイト」では消費生活に関する情報は見れますか。
- このサイトは、福祉に関する情報がのっていますので、消費に関する情報はのっていません。
- それから、「よくいただくお問い合わせ」を検索すると、消費生活に関してどんな問い合わせが過去にあったか、すぐにわかりますか。
- 分野別には分けてはいません。
- 「いざというときに」の中にかつしかFMとリンクするようになったのは、大変良いことだと思います。それから、江戸川区ではメルマガのインターネット版を出していますが、葛飾区ではどうですか。
- 部局によっては紙ベースで出しているところはありますが、区のインターネットでは出していません。ただ、危機管理情報として、登録しておけば、不審者が出たような場合に携帯電話にメールを送信するサービスは行っています。
- 広報紙、ホームページについて他の自治体のものと比べてみましたが、非常に見やすく、わかりやすくなっており、葛飾区は努力していると思います。
- 項目の順番はどうですか。
- 表現はちょっとかたぐるしいとは思いますが。
- そうですね。もっと身近なもので、興味を持たせる工夫が必要ではないでしょうか。
- リンクしやすい言葉の選び方が必要だと思います。載っていることは、全部網羅されていていいと思いますが。
- わかりやすい部分が最初に載っているほうが入りやすいのは確かです。
- 文字だけが並んでいて、少し入りにくいです。表等があると違ってくると思います。
- ここに写真を載せることはできるのですか。

- 資料の2, 3ページの部分については、主管課長の責任において載せることは可能です。
- 意外に写真自体にはあまり意味がない場合が多いです。ただ、多くの消費者は、文字ばかり読んでいるわけではありません。上から下まで文字だけだと、関心のある人しか見ないと思います。ここに、写真が入ることにより目がそれ、それだけでも写真の効果があると思います。全体が読みやすくなります。
- いろいろなものが出されていますが、受け手側で見ようという気がないと見られないような気がします。
- そのとおりだと思いますが、ホームページについては世代によってアクセスに差があるので、少しでも見やすくしておく必要はあると思います。区が行っていることについて、若い世代に関心を持ってもらう工夫をしてほしいです。今度、葛飾区に東京理科大学が来るということなので、是非、連携してさまざまな取り組みをして欲しいと思います。
- 私たちが同じ認識を持っておりまして、東京理科大学の進出が葛飾区を大きく変えると考えています。
- 今の学生は、自分の判断でグループに入っていく、仲間と活動するという能力に著しく欠けていると思います。逆に言いますと、上から言われると、ある程度動くともいえます。大学と区が提携して何かやれば、集まる可能性はあります。参加しやすいきっかけを作ることが必要だと思います。
- 本区では、最近、音楽、スポーツ、アニメ等を通して、年代を超えて交流することにより、地域の活性化を図っております。
- 都では、2, 30年前から、登録されている大学の落語研究会等の学生を派遣する事業をやっています。都は、落語と漫才合わせて、100本ぐらいの台本を持っています。
- 皆がつなぎ合えるような仕組みづくりに努めていければと思っています。
- 震災後人の動きが変わってきているようです。例えば、夏のキャンプ合宿への申込みがものすごく増えているといったことです。
- ご指摘がありましたように、ホームページにつきましては、わかりやすさを念頭において、写真等により工夫していきたいと考えます。
- どんなにいい内容を載せても、関心のない人は見てくれない。そういう人たちに目を向けてもらうためにはどうしたらいいかということで、日々考えています。危機管理、被害防止の観点から、より具体例を提供していきたいと考えています。区に対しては、積極的な情報提供を

お願いします。

- 一つのアイデアですが、高校生や大学生を対象に、ホームページの編集委員を募集して、6箇月ぐらいかけて、見直しのための意見を出してもらおうというのはどうですか。今の教育というのは、啓発といった教えてあげるといった上からのものが主流だが、効果面を考えたら、参加型にするべきだと思います。事務局としては、消費者教育について、今後、どのように取り組んでいく考えですか。
- 実は、今月の5日のことでしたが、インターネットトラブルに関連した消費者講座を行ったところ、中学校の家庭科の先生が聴きに来られました。帰りには、うちのビデオも借りていかれたので、今後のつながりということで、少しお話しもしたところ、授業の中で消費者問題を取り上げていくことも考えているということでした。
こちらの講師派遣制度も紹介しましたが、今後は、家庭科の先生の横のつながりにも入っていければと考えています。
- 他の自治体でも、いろいろユニークな取り組みが始まっています。
葛飾区は都と共催で事業を行ったことはありますか。
- ありません。
- 市部では利用しているところもあります。都の予算で行うことができ、都民全体から募集できることがメリットです。23区の場合、都との担当者会議などで、この件について話しは出ませんか。
- そのような話しは出てません。
- 以前、消費生活展に落語研究会を呼んだことがあります。あまり、人が集まりませんでした。
- 講座をやる場合、時には外の施設、例えばかつしかシンフォニーヒルズなどを使うのはどうですか。
- この施設の管理運営は、今は指定管理者に委ねられていて、区が使用する場合でも、かなりの経費を要するのと、そもそも音楽ホールということで作られているため、うちの講座をやるということには向いていないと思われま。
- こういうことをやるかどうかは別にして検討してみてください。
- さきほどご質問のありましたホームページのアクセス件数について、遅くなりましたがご報告いたします。4月以降8月までで、およそ2,400件で、月平均600件弱でした。最後になりますが、本日ご議論いただいた消費者教育の部分につきましては、冒頭でお話ししましたように、新基本計画の策定に向けて材料をいただきたいので、是非、次回もご意見をお願いいたします。

(2) その他

→他に何かありますか。

→平成22年度の事業概要ということで「葛飾の消費生活」を配布しましたので、ご活用ください。また、今年度第1回の議事録案を作成しましたので、内容のチェックをお願いします。

→次回の日程はどうしますか。

→1月中旬ではどうですか。

→1月17日午前10時からいかがですか。

(異議なし)

それでは、これで決定させていただきます。

3 閉 会

本日はこれで終了とします。ありがとうございました。