

平成24年度事務事業評価表（基本）

事務事業名	消費生活モニター	重点評価区分	重点	担当部	地域振興部
				担当課	産業経済課

基本情報

1 事務事業の概要

開始年度	昭和48年度	根拠法令	消費者基本法
性質区分	講座・育成	実施形態	区単独（直営）
対象者	地域住民		
裁量区分	あり		
実施内容 （事務事業の実施内容、手段、過去の改善実績等）	<p>【概要】モニターを通じて商品や区民の消費活動の実状を把握し適切な消費者行政を展開する。</p> <p>【活動内容】4月1日現在において、区内在住及び満20歳以上の者を毎年3月の広報かつしかにて公募により40名以内で選出。モニターにアンケート調査・レポート提出・各種事業に参加しての意見の報告等により、消費者行政への協力を依頼する。また、モニター自らも研修会や自主学习によって「賢い消費者」としての意識向上を図ると共に、区民に対し学んだ成果を研修を通じて還元してもらう。</p> <p>【改善実績】22年度から活動内容を見直し、従来必修であった量目調査（年5回）・専門講座出席（年4回）を任意とし、レポート提出（22年度年5回、23年度年4回）を必修とした。モニター2年間終了者を対象とした自主学习生制度は廃止した。研修内容としては、従来どおり展示室等でパネル展示を行ったほか、23年度は試験的に2年目のモニターによる自主企画講座（消費者講座を充当）を開催し、企画者・受講者ともに好評であった。</p>		

2 施策及び事務事業意図

施策	名称	消費生活
	意図	正しい知識により賢い消費者の目を身につけ、安心して生活している。
事務事業意図		適切な消費者行政に関する情報を受け、賢い消費者が増加する。

実績情報

1 成果指標の達成状況

成果指標	指標の根拠	単位	区分	21年度	22年度	23年度
調査及び報告書提出数	アンケート調査+レポート提出	枚	目標	1,000	1,000	1,000
			実績	618	446	238
研修会等参加延人数	打ち合わせ会+研修会+懇談会+講座等	人	目標	250	250	250
			実績	309	250	215

2 活動指標の達成状況

活動指標	指標の根拠	単位	区分	21年度	22年度	23年度
モニター委嘱者数		人	目標	40	40	40
			実績	36	41	27
アンケート実施回数		回	目標	5	5	4
			実績	5	2	3
			目標			
			実績			
			目標			
			実績			

3 コスト内訳（決算）

項目		単位	21年度	22年度	23年度
収入	特定財源				
	国庫支出金	千円	0	0	0
	都道府県支出金	千円	0	0	0
	その他	千円	0	0	0
一般財源（a）		千円	3,520	3,213	3,049
支出	直接事業費（b）	千円	1,090	783	649
	報償費	千円	879	601	544
	消耗品費	千円	88	92	50
	印刷製本費	千円	0	0	0
	通信運搬費	千円	123	90	55
	手数料	千円	0	0	0
		千円			
		千円			
		千円			
	職員人件費（c）	千円	2,430	2,430	2,400
	人件費	千円	2,430	2,430	2,400
		人	0.30	0.30	0.30
	再雇用職員	千円	0	0	0
		人	0.00	0.00	0.00
	間接費（d）	千円	0	0	0
調整額（e）	千円	140	270	270	
減価償却費	千円	0	0	0	
	金利	千円	0	0	0
	退職給与引当	千円	140	270	270
	（控）コスト対象外	千円	0	0	0
トータルコスト（f） （b+c+d+e）		千円	3,660	3,483	3,319

4 単位あたりコスト

項目	単位	21年度	22年度	23年度
単位の定義		参加者数（モニター委嘱者数）		
実績数値（g）	人	36	41	27
単位あたり区単コスト（a/g）	円	97,778	78,366	112,926
単位あたりコスト（f/g）	円	101,667	84,951	122,926

平成24年度事務事業評価表（重点評価）

事務事業名	消費生活モニター	担当部	地域振興部
		担当課	産業経済課

過年度の実績状況の評価と今後の方向性

実績状況の評価	<p>モニター事業は、長年実施しており定着している事業であるが、時代の変化に合わせ、内容を見直しながら継続してきた。広聴的な側面を維持しつつも、消費者行政の協力者の育成に比重を移し、研修を強化してきた。モニターが賢い消費者となる面においてこの事業は成果を上げている。しかし、応募者数の減少や参加者によって活動状況に差が出ている。また、アンケート調査結果は一部は生活展で公表するなどしているが、十分に活用できていない現状もある。</p>		
今後の方向性	改善	<p>モニターは年度当初のみ公募しているが、少ないときは年度途中の追加募集も行う。消費生活分野でリーダー的に活動できる人材の育成を目指していく。このために、パネル作成・講座企画研修を行いつつ、専門性の高い複数の講座の受講（選択性）を必修とする。「モニター」の名称をサポート的なものに変更する方向とする。知識や実施力を身につけた人材の活用を図るため、モニター終了者に意向確認し、サポーター登録（無償のボランティア）希望者を募り、講座などのサポーターを育成する。アンケート内容をより効果的なものとするよう方法を検討する。</p>	
	継続		

「今後の方向性」に基づく取組内容

1 今後の成果指標の目標値

成果指標	指標の根拠・計算式など	単位	区分	24年度	25年度	26年度
			目標			
			目標			

2 今後の活動目標及び活動指標の目標値

活動目標	視点	活動指標	単位	区分	24年度	25年度	26年度
				目標			
				目標			
				目標			
				目標			

平成 24 年度 消費生活モニターの手引き



葛飾区消費生活センター

モニター活動内容

1 消費生活モニターとは

葛飾区では、昭和 43 年度から消費生活モニター制度を実施しています。

消費生活モニター制度は、区が行っている消費者行政事業に対し、区民の方々から広く意見・感想を聞くことによって、事業の見直しや時代に即応した活動を展開するために行っている制度です。

モニターは、区民（20 歳以上）の方から広く公募し、定員は 40 名以内で、応募者多数のときは地域等を考慮の上選考し、区から委嘱しています。

モニターは次年度に限り更新できます。

2 消費生活モニターの活動

- (1) 消費生活センター主催の区民向け講座への参加 P.2
- (2) モニター研修会への参加 P.7
- (3) レポート提出（隔月・偶数月の末日締切） P.9
- (4) アンケート調査（随時、区から依頼のあったとき） P.15
- (5) その他、区より依頼される活動に参加（随時） P.15

モニターの謝礼は、年額 20,000 円を上限として、活動実績に応じて年度末に支給いたします。

活動実績	支給額（年額）
おおむね 90%以上	20,000 円
〃 70%以上	17,000 円
〃 50%以上	12,000 円
〃 50%未満	0 円

また、レポート提出等に必要な郵便切手・封筒はお渡しいたします。

交通費は支給いたしませんので、あらかじめご了承ください。

(1) 消費生活センター主催の区民向け講座への参加

消費生活センターでは、消費者講座・セミナー・連続講座・料理教室などを行っています。モニターの皆さんに、区民の方と一緒に講座にご参加いただき、内容・講師の選択などについてご意見を頂戴することによって、今後の啓発事業の参考とさせていただきます。

消費生活センターの講座は、通常、往復ハガキ・FAX・電子申請でお申し込みいただくことになっていますが、モニターの皆さんは、特別に、電話・FAX・電子メールでお申し込みいただけます（連絡先は裏表紙をご覧ください）。「広報かつしか」や「モニター通信」をご覧ください、お気軽にご連絡ください。ただし、定員を超える応募があった場合、締切後抽選となりますのでご了承ください。

お申し込みの際には、

講座名 氏名 保育が必要かどうか モニターであること

以上4点をお申し出ください。（保育のない講座もございます。）

次ページ以降に、今年度の大まかな予定表を載せますので、参考にしていただければと思います。まだ予定段階ですので、変更になる可能性もありますが、正式には「広報かつしか」あるいは「モニター通信」で随時お知らせしますので、ご確認くださいようお願いします。

メモ欄は、ご自身の出欠状況を記録するなど、ご自由にお使いください。



*** 平成 24 年度 予定 ***

消費者講座

日常の消費生活についてのものの考え方や技術、商品に対する知識などを取り上げ、消費生活の向上に役立たせるため開催しています。

日付 (予定)	内 容	メ モ
4/26(木)	消費者講座 第 1 回 悪質商法最新事情 講師：葛飾区消費生活相談員 高橋 英子 氏	
6/ ()	消費者講座 第 2 回	
7/ ()	消費者講座 第 3 回	
8/ ()	消費者講座 第 4 回	
12/ ()	消費者講座 第 5 回	
H25 1/ ()	消費者講座 第 6 回	
2/ ()	消費者講座 第 7 回 消費生活モニター企画講座	
3/ ()	消費者講座 第 8 回	

消費者セミナー

ひとつのテーマで複数回受講し、より深く消費生活の知識について学ぶために開催しています。

日付 (予定)	内 容	メ モ
9/ ()	消費者セミナー 第1回	
9/ ()	消費者セミナー 第2回	
11/ ()	消費者セミナー 第1回	
11/ ()	消費者セミナー 第2回	



消費生活連続講座（「かつしか区民大学」単位認定講座）

さらに、消費者問題について幅広く学んでいただくということで、全8回の連続講座を実施しています。「かつしか区民大学」の単位認定講座です。

日付 (予定)	内 容	メ モ
9/6 (木)	消費生活連続講座 第1回	
9/14 (金)	消費生活連続講座 第2回	
9/28 (金)	消費生活連続講座 第3回	
10/17 (水)	消費生活連続講座 第4回	
10/30 (火)	消費生活連続講座 第5回	
11/14 (水)	消費生活連続講座 第6回	
11/27 (火)	消費生活連続講座 第7回	
12/5 (水)	消費生活連続講座 第8回	



料理教室

『食生活』の健全化・生鮮食品知識の啓発を目的に、料理教室を開催しています。

日付 (予定)	内 容	メ モ
/ ()	料理教室	
H25 2/ ()	お魚教室 主催：東京都中央卸売市場足立市場	

特別講演会

定員 200 名の大型講演会を開催しています。

日付 (予定)	内 容	メ モ
5/30(水)	消費者の日特別講演会 いま消費者に求められるもの ~歴史に学ぶ~ 講師：作家 童門 冬二 氏	
11/ ()	消費生活展記念講演会	

小学生対象講座

小学生とその保護者を対象とした講座を開催しています。

日付 (予定)	内 容	メ モ
7/ ()	夏休みリサイクル教室・紙すき 牛乳パックでハガキ作り	
7/ ()	親子体験教室	

(2) モニター研修会への参加

グループ学習のための研修会です。関心のあるテーマ別にグループを作り、話し合いをしていただきます。

1年目の方

グループ学習は初めてという方が多いと思いますが、グループ学習の進め方を学びながら取り組んでいきますので、不安を感じる必要はありません。

最終回は学習の成果を模造紙にまとめていただき、パネルを作成します。パネルは、ウィメンズパル内に展示し、区民の方々へ情報提供いたします。

(1)の区民向け講座はお申し込みが必要ですが、この研修会(全3回)に、「打ち合わせ会」と「懇談会」を加えた5回の会合については、モニターの皆様のためだけに開催するものですので、基本的に全員参加となります。その都度、事前に出欠を確認させていただきますので、ご協力のほど、よろしくお願いいたします。

日付 (予定)	内 容	メ モ
4/20(金)	消費生活モニター打ち合わせ会	
11/ ()	消費生活モニター研修会(パネル作成) 第1回 講師：葛飾区教育委員会 生涯学習課 社会教育主事(予定)	
12/ ()	消費生活モニター研修会 第2回 パネル作成	
H25 1/ ()	消費生活モニター研修会 第3回(最終回) パネル作成	
3/ ()	消費生活モニター懇談会	

2年目の方

講座企画運営とパネル作成のいずれかを選択していただきます。秋頃に確認のお知らせをいたします。

パネル作成を選択された方は、1年目の方といっしょにご参加ください。スケジュールは前ページのとおりです。

講座企画運営を選択された方は、グループ学習の経験をさらに一歩進めて、グループで講座内容の企画・講師選定・講師折衝・PRチラシ作成・講座当日の従事を行っていただきます。消費者講座の1回分をこれに充て、発表の場とします。この研修回数は4～5回、講座の実施時期は2月～3月上旬の間を予定しています。

日付 (予定)	内 容	メ モ
4/20(金)	消費生活モニター打ち合わせ会	
10/ ()	消費生活モニター研修会(講座企画運営) 第1回 講師:葛飾区教育委員会 生涯学習課 社会教育主事(予定)	
11/ ()	消費生活モニター研修会 第2回 講座内容検討	
11/ ()	消費生活モニター研修会 第3回 講座内容検討	
12/ ()	消費生活モニター研修会 第4回 講座内容決定	
H25 2/ ()	消費生活モニター企画講座 実施	
3/ ()	消費生活モニター懇談会	

研修会が4回で終了しない場合は、1月上旬までに研修会を設けます。

(3) レポート提出(隔月) 4回

次の ~ からテーマ(1つ以上)を選び、レポートを作成していただきます。

締切日は偶数月の末日とします。(6・8・10・12月)

基本的に自由テーマですが、第2回目(8月)は大テーマを指定いたします。(後述)

レポートは冊子にまとめ、モニターの皆さんに配布します。その際、原則としてお名前を掲載させていただきますので、ご了承ください。

また、お名前を伏せて、閲覧用に展示室などへ置くことを予定しています。商品名の記載や宣伝になるような文字があった場合、目隠しをさせていただきます。

書式は自由ですが、量目調査以外はA4判の用紙でご提出ください。参考までに報告用紙見本を別添としましたので、コピーしてお使いいただいても結構です。原稿はそのまま印刷して綴じますので、できるだけ楷書でご記入ください。

消費生活センター主催の講座・セミナーに参加した意見・感想

説明...P.10

以外の講座(区主催以外でも可)に参加した感想・内容紹介

説明...P.10

消費生活に関する新聞記事の切り抜きと、それに対するコメント

説明...P.10

消費生活に関する書籍を読んだ感想文

説明...P.10

消費生活に関するキーワードについて調べる

説明...P.10

量目調査

説明...P.11

消費生活モニター活動の企画書

説明...P.14

くらしの知恵・私の工夫

説明...P.14

気になるニュース

説明...P.14

消費生活センター主催の講座・セミナーに参加した意見・感想

当日、受講者アンケートを実施していますが、そこに書ききれない意見・感想など、ぜひレポートでお寄せください。

また、受講できなかった方のために、講義内容で印象に残った部分をご紹介いただくのもよろしいかと思えます。

感想文については、お名前を伏せて、講師の方にお読みいただくこともございますので、ご了承ください。

以外の講座（区主催以外でも可）に参加した感想・内容紹介

葛飾区消費生活センター主催の講座以外でも、消費生活に関する講演会やセミナーに参加された場合は、ぜひ感想などをお寄せください。

消費生活に関する新聞記事の切り抜きとコメント

気になる記事を発見したら、ぜひ皆さんに紹介してみましよう。

消費生活に関する書籍を読んだ感想文

最近では、消費生活に関する本も多く出ています。消費生活センター展示室内にも図書・資料コーナーがあり、貸出（2週間）が可能です。区民の方であれば、どなたでもご利用いただけますので、借りたい本を1階事務室にお持ちください。貸出手続きをいたします。

消費生活に関するキーワードについて調べる

例えば「クーリング・オフ」「多重債務」「催眠商法」など、聞いたことはあってもハッキリと意味を説明できない言葉はありませんか？この機会に調べてみて、皆さんにも紹介してみたいはかがでしょう。

量目調査

食料品の内容量が表示どおりに売られていることを確かめる調査です。買い物をしたときに、もらったお釣りが足りなければ、すぐに気づくでしょう。しかし、表示されている重さより中身が少なかった場合、気づくことができるでしょうか？そういうことのないように、量目についても、きちんと目を向けていく必要があります。

しかし、どんなに注意して計量していても、人間が作業を行うため誤差が生じます。そこで、計量法という法律で、特定商品（政令で定める商品）の計量について、許される誤差の範囲が決められています。この範囲を「量目公差」と呼びます。量目公差は、不足の場合だけが法律で規制されています。

量目公差の一例

商品分類	量目公差
食肉、豆類、菓子類、茶等	50 g 超 ~ 100 g 以下 2 g 100 g 超 ~ 500 g 以下 2%
野菜、漬け物、魚介類、麺類、果物、海藻等	50 g 超 ~ 100 g 以下 3 g 100 g 超 ~ 500 g 以下 3%

ただし、計量法では、商売等（取引・証明）で計量する際には「正確に計量する」ことを義務づけています。これは、特定商品以外も対象になり、不足だけでなく過量についても適用されます。「正確に計量する」の具体的な範囲は明示されていませんが、参考までに、全国の計量行政機関で指導の基準としている表の一部をご紹介します。

過量の基準

表記量	許容誤差
50 g 超 ~ 300 g 以下	表記量の 10%
300 g 超 ~ 1kg 以下	30 g

特定商品以外の不足の基準

表記量	許容誤差
100 g 超 ~ 500 g 以下	表記量の 4%
500 g 超 ~ 1kg 以下	20 g

【量目調査の方法】

1 調査対象商品

量り売りされている（g や kg 単位で売られている）食料品のうち、100 g 以上のものに限りです。

〔対象商品の例〕

- ・お肉屋さんで「 g ください」と量ってもらって買ったもの。
- ・スーパーでトレーに入っていて、重さが表示されているもの。

〔対象外の例〕

- ・「一山売り」「一皿売り」「本数売り」で買ったものは対象外です。

2 用語説明

ひょうきりょう

〔表記量〕既にパックや袋に詰められているもので、シールなどに表示してある重さのこと。

こしょうりょう

〔呼称量〕店先で「 グラムください」と言って、量って売ってもらった場合の重さのこと。自動電気ハカリでシールが出てくるタイプのお店でも、呼称量ということにしてください。

みながけりょう

〔皆掛量〕買ってきたもの全ての重さのこと。トレー詰めのお刺身であれば、トレーにお刺身が入っていて、ラップがかけられたままの全体の重さのことです。買ってきたままの状態の重さです。

ふうたいりょう

〔風袋量〕トレー・ビニール袋・箱など、本来の商品以外のものの重さのこと。トレー詰めのお刺身であれば、トレーやラップ、刺身以外のツマや小袋入りのワサビやタレの類も風袋量として量ります。

じつりょう

〔実量〕本来の商品だけの重さのこと。量目調査では、皆掛量から風袋量を差し引いた数字を記入します。

3 実際の手順

- 1) 買ってきたものを見ながら「月日」「商品名」「購入先」を記入。
- 2) A欄の表・呼どちらかに をつけ、表記量または呼称量を記入。
- 3) 買ってきた状態のまま重さを量り、B欄に記入。
- 4) トレーや袋、ラップなど、本来の商品以外のものの重さを量り、C欄に記入。
- 5) B-Cを計算し「実量」の欄に記入。

4 記入例 月次レポート報告用紙（量目調査）

モニター番号 _____ 氏名 _____ 消費 セン太 _____

月日	商品名	表記量・呼称量		皆掛量 B	風袋量 C	実量 (B-C)	購入先
		A					
6/7	ポテトサラダ	表 呼	150g	157g	17g	140g	惣菜店
6/11	鶏むね肉	表 呼	500g	506g	6g	500g	精肉店
6/20	ゆでダコ	表 呼	271g	311g	10g	301g	スーパー

- ・必ず全ての項目が埋まります。
- ・表記量または呼称量のどちらかに をつけてください。
- ・「購入先」は、具体的なお店の名前ではなく、記入例のように業態を記入してください。

記入例の解説

6月7日に惣菜店で「ポテトサラダを150gください」と言ったところ、実際には140gしか入っていなかったことを示しています。
 6月11日の鶏むね肉は、頼んだ通りの量が入っていたことを示しています。
 6月20日のゆでダコは、パッケージには271gと書かれていたが、実際には表示より30gも多く入っていたことを示しています。

5 注意

- ・この報告書は、お名前を掲載した状態で、モニターの皆さんに配布しますので、差し支えない範囲でご記入ください。記入例のように商品名を詳しく書かなくても、単に「惣菜」「肉」「魚介類」という程度でも構いません。
- ・この調査には、お店の不正を暴いて告発する意図はなく、消費者がきちんと量目に目を向けることによって、お店の意識も高まることを期待するものです。ただ、万一、調査を行う中で「この店は悪質ではないか」というケースがあれば、個別にご連絡ください。場合によっては、東京都へ立入検査を依頼することも可能です。
- ・ハカリの貸出を希望される方は、お申し出ください。



消費生活モニター活動の企画

「こんなことをしてみたい」「 の見学に行きたい」など、具体的な提案をお願いします。モニターの皆さんからアイデアをお寄せいただき、実現に向けて検討していきたいと思えます。(お寄せいただいた全てのアイデアを実現できるとは限りませんので、あらかじめご了承ください。)

くらしの知恵・私の工夫

節約術や、省エネ術、悪質商法にひっかからない方法、地球に優しいお掃除方法など、ご自身で工夫していることがあれば、ぜひご紹介ください。皆さんの知恵を集めて、賢い消費者を目指しましょう。

気になるニュース

テレビやラジオで気になる話題があったら、ぜひ詳しく調べてみましょう。消費生活センターにも色々な資料がございますので、お気軽にご相談ください。

自由テーマ

その他、～ に該当しないテーマでのレポートも大歓迎です。

消費生活センターへのご意見や、「近所でこんなチラシを配っていたが SF 商法(催眠商法)ではないか?」というような情報提供など、何でも構いません。

第2回目大テーマ 「これからの安心・安全な暮らし」

東日本大震災から1年が経過しましたが、生活への影響は依然として続いています。また、消費生活についての考え方も変わってきているようです。

そこで、大テーマの範囲内でモニターの皆さんがそれぞれに気になる問題についてテーマを設定し、「このようにしている」、「このようにすればよいのではないか」などのレポートをお寄せください。

(4) アンケート調査

消費生活センターの事業が、区民の皆様にごどれくらい利用・認知されているかの確認や、区民の皆様の消費生活に関する実態把握など、消費者問題・消費者行政について、モニターまたはモニターを通じた区民の方々の様々な意見を集めるため、アンケート調査を実施することがあります。

実施の際は、消費生活センターからアンケート用紙をお送りしますので、ご協力のほど、よろしく願いいたします。

(5) その他、区より依頼される活動に参加

消費生活センターからの呼びかけにより、事業へのご協力をお願いすることがあります。昨年度は、消費生活展(エコエコショッピング)のお手伝いや、消費者問題特別講演会の受付等をお願いしました。

皆様のご協力をいただきたい場合には、その都度、声をかけさせていただきますので、よろしく願いいたします。

葛飾区消費生活モニター運営要領

平成9年3月31日

8 葛生消第321号

旧要領改正

第1条（設置）

消費者行政に対する意見、要望、苦情等を広く区民から聴取し、行政への民意の反映と行政効果の測定を図るため、消費生活モニター（以下『モニター』という。）を設置する。

第2条（職務）

モニターは、区の消費者行政に関する民間の協力者として次の職務を行う。

- (1) 区から送付する質問書に必要事項を記入し、回答すること。
- (2) 区が主催するモニター研修会、連絡会、懇談会に出席すること。
- (3) 区が主催する講座等に出席し、意見・要望等を報告すること。
- (4) 消費者行政についての意見、要望、苦情等を随時提出すること。
- (5) グループごとの自主学習会に参加すること。
- (6) その他区が必要と認める調査等に協力すること。

第3条（委嘱）

モニターは区民から広く公募し、応募者多数のときは地域等を考慮の上、区長が委嘱する。

- 2 委嘱するモニターは40名以内とする。

第4条（任期）

モニターの任期は委嘱した日から当該年度の3月末日までとする。ただし、当該年度のモニター活動が優秀と認められたもののうち、希望する者は次年度に限り更新することができる。更新できるモニターの数は定数の2分の1以内とする。

- 2 モニターに欠員が生じたときは、区長は必要に応じて欠員を補充することができる。この場合における後任のモニターの任期は前任者の残任期間とする。

第5条（応募資格）

募集する年の4月1日現在、葛飾区内に在住する20歳以上の者

第6条（委嘱の取り消し）

モニターが次の各号の一に該当するときは、委嘱を取り消すものとする。

- (1) 区外に転出したとき。
- (2) 辞退を申し出たとき。
- (3) 職務の遂行ができなくなったとき。
- (4) その他区長が取り消す必要があると認めたとき。

第7条（謝礼）

モニターの謝礼は年額20,000円を上限とする。ただし、区から依頼する質問書等の回答及び研修会、連絡会、懇談会の出席など活動実績に応じて別表のとりの金額とす

る。

第8条（連絡通信費）

モニターが葛飾区との連絡に要する通信費は、原則として葛飾区において負担する。

第9条（消費者学習室の利用）

モニターは、消費者問題に関する学習会等を行う場合、消費者学習室を利用することができる。なお、その取扱いは、葛飾区消費生活センター条例施行規則第3条第1項に規定されている登録を行った団体と同等のものとする。

第10条（質問事項等）

モニターに対する質問は、次に掲げる事項について行う。

- (1) 消費者行政の施策に関すること。
- (2) 消費者の日常生活物質に関すること。
- (3) 消費生活の実態に関すること。
- (4) その他、消費者行政全般に関すること。

第11条（研修会および懇談会）

モニターの任務の理解を深め区との連絡を密にするため、研修会及び懇談会を開催する。

第12条（モニター事務局）

モニターに関する事務は、葛飾区消費生活センターにおいて処理する。

付則 この要領は平成9年4月1日から、施行する。

2 第3条、第4条にいう更新については、平成9年度に委嘱するモニターから適用する。

3 モニター活動の内容については、別に作成する『モニターの手引き』による。

付則 この要領は平成13年4月1日から、施行する。

付則 この要領は平成16年3月24日から、施行する。

付則 この要領は平成21年3月9日から、施行する。

付則 この要領は平成22年4月1日から、施行する。

別表

活動実績	支給額(年額)
おおむね90%以上	20,000円
〃 70 〃	17,000円
〃 50 〃	12,000円
〃 50未満	0円



葛飾区消費生活センター

葛飾区立石 5 丁目 27 番 1 号

ウィメンズパル内

電話：03-5698-2316

FAX：03-5698-2315

e-mail：k-shouhi@saturn.plala.or.jp