

令和4年度第1回三鷹市民のくらしを守る会議 会議録

●開催日

令和4年8月19日(金曜日) 午後2時00分から3時30分まで

●会場

オンライン

予備会場 三鷹市消費者活動センター

●出席委員

加藤良子委員、倉林千佳子委員、藤居武委員、羽田野菜緒子委員、金川文彦委員、佐久本裕喜委員、近藤孝委員、川口大志委員、斉藤学委員、星野浩伸委員、松井孝太委員、村千鶴子委員、池見浩委員、渡邊久美子委員、真上浩泰委員、渡辺大介氏(田原なるみ委員代理) 計16人(名簿順)

●欠席委員

関口博行委員、両角達也委員、計2人(名簿順)

●傍聴人

なし

I 開会

【出席委員数報告】

委員18人中16人出席

三鷹市市民のくらしを守る条例第10条第2項の規定に基づき、過半数以上の委員の出席要件を充足しており、会議は成立。

【会議の公開及び傍聴人の決定並びに会議録の作成】

本会議、「三鷹市市民会議、審議会等の会議の公開に関する条例第3条」の規定に基づき原則公開とする。傍聴人については、8月5日(金)から8月15日(月)まで市のホームページ等で周知したが、希望者はなかった。また、本会議録を作成し、三鷹市ホームページで公開する。会議録署名委員については、倉林委員と近藤委員を指名する。

1 委嘱状交付

令和4年4月1日付の人事異動等に基づき、新たに2人の委員を委嘱。委嘱状は、オンライン参加の真上委員には後日郵送し、渡邊委員には別途手渡す。

2 委員紹介

出席委員による自己紹介

3 議題

(1) 報告事項

ア 三鷹市市民のくらしを守る会議の位置づけ及び令和3年度アクション

プログラムの取り組みについて（実績）

<事務局より説明>

資料2 「消費者行政のあゆみ（令和3年度版）」

意見・質問なし

イ 令和3年度の主な事業等の実施状況について（実績）

<事務局より説明>

資料3 「令和3年度の主な事業等の実施状況について（実績）」

意見・質問なし

ウ 令和3年度消費者相談の概要について（実績）

<事務局より説明>

資料2 「消費者行政のあゆみ（令和3年度版）」

資料4 令和3年度消費者相談の概要

意見・質問なし

エ 令和4年5月消費者被害防止等の啓発品の配布について（実績）

<事務局より説明>

資料6-1 令和4年度消費者被害防止等の啓発品配布実績及び予定について

委員

市内のセブン-イレブン各加盟店と調整し、啓発品を配布させていただいたが、加盟店からは特段意見はなかった。問題がないときは特に意見がないという認識でいる。10月も同様にキャンペーンを行うということであれば、前向きに検討していきたい。事務局として店舗での啓発品配布の効果を実感することはあったか。

事務局

一店舗当たり50個の啓発品の配布をお願いしたが、配布数が少なかったこともあり、効果を検証することは難しいが、現状、若者からの消費者相談がないことから、一定の効果があつたと結びつけることができる。

オ 消費者相談認知媒体調査について

＜事務局より説明＞

資料7 消費者相談の認知媒体調査（令和4年5月以降にあった、消費者相談を利用した方への認知媒体調査）

委員

啓発品を配布した前後の消費者相談の利用者数の動向について注視すべきである。（消費者相談を利用した方の認知媒体としてはインターネットが約40%と高いが、）相談事を抱えていて、且つインターネットにアクセスできない人々をどのように消費者相談につなげていくかという観点を持って、引き続き今後の検証に取り組んでほしい。

委員

資料7「消費者相談の認知媒体調査」において、「インターネット」の項目に関する分類がどうなっているのか分かりにくい。分類の詳細を確認したい。

事務局

インターネットの使い方は人それぞれであるが、インターネットを使って検索されたものは、「インターネット」に分類している。実際に消費者相談を受けている相談員が会議に出席しているので、どのようなやり取りがあったのか、お話を伺いたい。

委員

インターネットの各種検索エンジンで、各々検索ワードを入力して「消費者相談室」を知ったケースが多い。

委員

包括支援センターのケアマネ等、高齢者の見守りをしている人からの紹介が増えると良いのではないか。

事務局

「消費者相談認知媒体調査」は令和4年の5月に始めた調査のため、調査項目の整理がまだ十分とは言えないため、今後精査していきたい。

委員

年代等のデータは取っているのか。

事務局

年代や性別のデータも聞き取っているが、今回の資料では提示していない。今後は年代や性別ごとのデータもお示しできるよう考えていく。

委員

過去にキャンペーンを行ったときに、集中して啓発する機会を作る

と印象に残りやすいためか、相談が増えたと感じることがあった。また、啓発品に表記する「優しい日本語」とは、できるだけ分かりやすい表現や、ふりがなを振ることである。

委員

啓発品を三鷹太陽系ウォークラリーの景品にするのはいかがか。「消費」についての知識は年代によって違いがあるのではないか。予算の範囲内で効率的に啓発ができればよいと考える。

(2) 協議事項

消費者被害防止キャンペーンの実施方法と啓発品（パッケージ案）について

<事務局より説明>

資料6-1 令和4年度消費者被害防止等の啓発品配布実績及び予定について

資料6-2 消費者被害防止キャンペーンの実施方法と啓発品（パッケージ案）について

事務局

パッケージについては資料6-2のデザインで進めていきたいと考えているが、消費者被害防止キャンペーンの今後のあり方や手法について委員の皆様から多くのご意見をいただきたい。

委員

啓発の手法・取り組みは多様なほうがよい。色々なところに仕掛けを作る形が望ましいのではないか。継続性も重要である。啓発品の市内セブン-イレブン店舗での配布は三鷹市と今後も継続して行うものとして認識している。

委員

一回では効果はわからないので、継続することが重要という意見に同感である。デザインについては、外国人にも分かりやすいようにローマ字の文言を入れるだけでも、様々な人に啓発内容が伝わるのではないか。

委員

消費者団体でも啓発用ウェットティッシュを配布したことがある。配布先については、市内の保育園で配布すれば若い層、子育て世代についても受け取ってもらいやすいのではないか。

委員

配布先に保育園との話があったが、市の総合保健センターの窓口やSUBARU 総合スポーツセンターの入口に設置するのはどうか。デザインについては、消費者トラブルで困っている人の顔のデザインを取り入れるほうが啓発品の主旨が分かりやすいのではないか。また、市で配布しているリサイクルカレンダーを日頃よく見るので、カレンダーの広告部分に188（いやや）を掲載する方法などもあるのではないか。

委員

自身が消費者団体に所属する身として、皆様の意見を聞いて、更にキャンペーンを推進していくことができると感じた。

委員

高齢者が集まる場所で、啓発品を配布できればよいのではないか。

委員

市内セブン-イレブンの店舗配布は大きな一歩であると思う。デザインについては、令和4年4月から成年年齢が引き下げられたこともあるため、例えば QR コードを付けて三鷹市のホームページ上の消費者相談事例にアクセスできるような仕組みはいかがか。

会長

確かに最近の若者は電話をする文化がないため、QR コードの案はとても良い意見だと思う。

6 その他

(1) 意見交換会及び委員学習会について

<事務局より説明>

新型コロナウイルス感染症の感染状況等を確認しながら、意見交換会及び委員学習会について考えていく。意見交換会については、年明けに1回開催させていただきたい。

意見・質問なし

会長

以上をもって、令和4年度第1回三鷹市市民のくらしを守る会議を閉会する。