

「第2回アドバイザー会議」における質問内容及び回答内容

調書番号: 2 事業名: 消費者教育費

アドバイザー	質問内容	説明者職・氏名	回答内容
五味アドバイザー	<p>現在の事業が見直しの結果、残った事業と 言うことだが、アンケート結果のかいじ号の 認知度が低いことについてどう考えるか。</p> <p>テレビから情報を得ると言う回答が多い が、これは必ずしもテレビスポット「くらし の情報」からとも言いがたいのではないか。 回覧板も同様で、認知度が高いとは言えない と思うが、認知度を上げるために改善でき るところはないのか。</p>	課長・杉田 真一	<p>テレビ、新聞、情報誌による情報入手が多いという結果が得られて おり、47.9%については低いとは考えていない。</p> <p>かいじ号も回覧板だけでなくホームページ掲載などいつでも見ら れる工夫をしている。</p>
諸平アドバイザー	<p>アンケートの回答内容を見ると若年層が少 ない中での回答だと思うので若い層に対する 啓発活動、消費者対策はどのように考えてい るか。</p> <p>平成24年に見直しをしているが、当時は視 聴率の高い時間帯などに放送していたと思う が、生活や社会情勢も変わっている。放送の 時間帯や回数、内容についての見直しはして いないのか。</p> <p>かいじ号やテレビスポットについても漫然 と同じようにしているのではなく、見てもら う工夫が必要ではないか。</p>	課長・杉田 真一	<p>学校や地域において消費者講座を開講したり、学校の授業で消費 者教育を実施している。また、学校の授業で活用できる教材を作成、 配付し、学校における消費者教育の推進を図っている。</p> <p>時間帯は同じ時間帯で放送してきている、家族が一番集まる時間 帯で放送している。 回数は、昭和51年当時からは増えている状況。</p>

	質 問 内 容	説明者職・氏名	回 答 内 容
小口アドバイザー	<p>最近のトラブルとして放送コンテンツやネット関係について相談が増えていると思うが、それらに対する対策等はどのようにしているのか。</p> <p>成果指標の考え方について。 テレビ、広報誌の認知度を高くするという指標で考えることが必要ではないか。 県政モニター結果はあくまで抽出された1,500人の中から400人の回答。元々意識の高い人達。この結果で認知度が高いとは言えない。 認知度を上げていくように取り組んで行く必要があるのではないか。</p> <p>テレビスポットや、情報誌を知ってもらったり、見てもらうための工夫はどのようにしているのか。</p> <p>かいじ号ではじめに見るのは1面、そこに興味のあるものがあれば見るが、消費者被害防止を促すと言う観点から見て、現状の誌面はどうか。 消費者目線で考えるとどうか。</p>	課長・杉田 真一	<p>テレビスポットでも放送コンテンツ等の内容を取りあげており、悪質商法については昨年度79回放送している。 今年9月も放送コンテンツ関係を取り上げて放送する。</p> <p>情報誌という紙での配付だけでなく、ホームページ掲載によりいつでも見られるようにしている。また、情報誌をはじめ、作成したパンフレット等を活用して会議、講座等で周知をするとともに、周知手段そのものの周知も図っている。</p> <p>現在、注意喚起だけでなく消費者講座の開催などの情報提供も必要であるため、誌面の関係から必ずしも1面にトラブル防止の注意喚起情報を掲載していない。誌面については今後工夫していきたい。</p>
五味アドバイザー	消費生活相談員は現在何名いるのか。	課長・杉田 真一	<p>今年度から消費生活相談員は国家資格となったため相談業務ができる相談員としては県では10名。それ以外に県が委嘱している消費生活協力員が85名いる。協力員には、地域における消費生活啓発活動等への参加や、活動において広報誌等の配布等をお願いしている。</p>

アドバイザー		説明者職・氏名	回 答 内 容
諸平アドバイザー	これ以外にも啓発用のパンフレットがあるのか。	課長・杉田 真一	教員用の教材は別の予算で作成している。 その他のパンフレット・リーフレットも作成している。