

「第 3 回アドバイザー会議」における評価区分及び評価内容

調書番号：2 事業名：消費者教育費

アドバイザー	評価区分	評価内容
五味アドバイザー	「要改善」	<p>テレビスポット「くらしの情報」は、ほぼ毎日放映されている。モニターアンケートではテレビから情報を得ているという人が 90%を超えているという結果であるが、現代、テレビから諸々の情報を得ているのは当然のことで、必ずしも「くらしの情報」を認知していることには繋がらないのではないかと。</p> <p>昭和 51 年から続けられている事業ではあるが、時間帯、表現方法などを検討し直してはどうか。</p> <p>消費者トラブルは日々、形を変えている。これらに対応していくことは大変なこととは思いますが、効果的な広報が行われるように検討して欲しい。</p> <p>また、地域講座など、違う予算で実施している事業があると説明があったが、あまり予算を細分化せず、統一した事業ができるよう計画してほしい。</p>
諸平アドバイザー	「要改善」	<p>事業創設が昭和 51 年と言うことで、インターネット環境など外部環境が大分変わっている。これからは、インターネットやスマートフォンが使える高齢者も増えてくると思う。</p> <p>テレビ放映のくらしの情報でも、インターネットでの相談の受け付けをする案内をしてほしい。印刷物もかいじ号、暮らしの豆知識、啓発用リーフレット、パンフレット等、沢山あるとのことなので、取捨選択し、手法の見直しを行って欲しい。</p>
小口アドバイザー	「要改善」	<p>事業の目的は、消費者トラブルを減らすこと。その手段として、テレビスポットや情報誌が作成されている。先ずはこれを知ってもらうことが事業の成果、向上のスタートになると考える。</p> <p>最近のモニターアンケートの認知度は、テレビスポットが 60%、情報誌「かいじ号」が 48%と、決して高いと言えない。先ず認知度を上げる必要があるという観点から要改善と評価した。</p> <p>認知度アップについては、せっかくアンケートを実施しているので、性別、職業別、年代別などから分析し、それに基づいてもう一度その人たちに有効な、テレビスポットの時間帯を見直すとか、情報誌の紙面の構成を考え直すことが必要ではないかと。</p>

		<p>特に「かいじ号」は、回覧板という性格のため、なかなか記憶に残りにくい媒体だと思うので、伝えたいことを1面に分かりやすく掲載するなどの工夫が必要だと思う。</p> <p>また、この事業の成果目標として、認知度アップと言うことも取り上げるべきと考える。</p>
--	--	---