

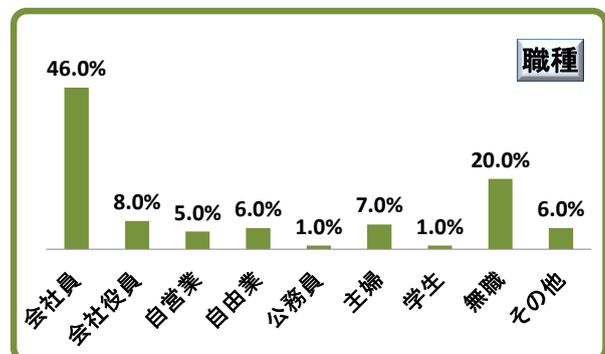
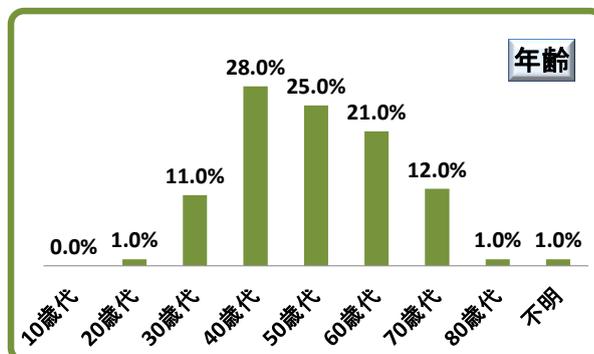
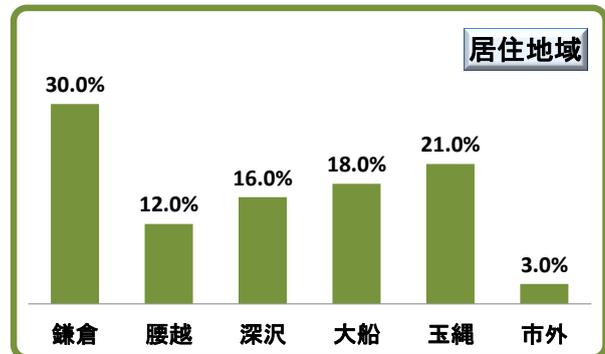
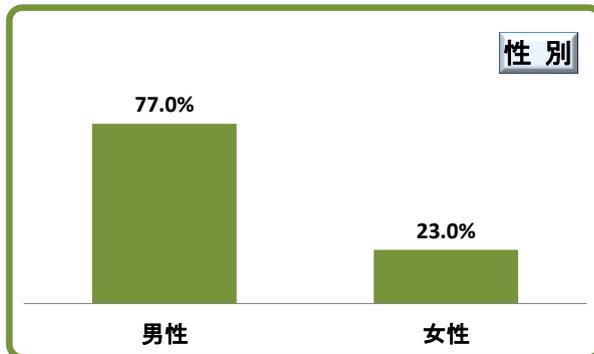
第20回市政e-モニターアンケート集計結果

【テーマ】 消費生活センターについて
【目的】 消費生活センターでは、市内でも続発する消費者被害に対して、消費生活相談員が相談や、助言、事業者との間のあっせんを図るなど、消費者の被害防止と回復を支援しています。
 被害回復額（代金を取り戻した、請求は受けたが支払わずに済んだなど）は、年額数千万円に上りますが、法律や施策が充実しても消費者トラブルは形態、内容、質が変化していくため、被害防止のための情報をお伝えしても、その啓発効果を測定することが困難です。
 そのため、皆さまの御意見を伺うことで、今後の消費生活センターの啓発事業の参考とします。

アンケート送信日 平成26年 6月12日（木）
 アンケート実施期間 平成26年 6月12日（木）～平成26年 6月26日（木）
 送信者数 287名（着信者数 283名）
 回答者数 100名
 回答率（対着信者数） 35.3%



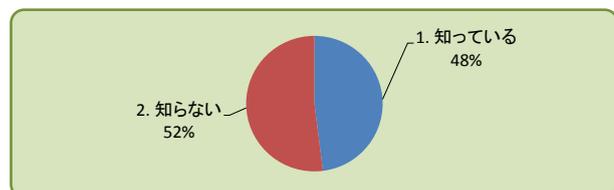
【今回の回答者の基本属性】



回答の公開にあたっては、企業名や商品名等が特定されないよう、一部修正・加工している部分があります。ご了承ください。

●質問1 ● 鎌倉市に消費生活センターがあるのをご存知ですか？

	(名)
1. 知っている	48
2. 知らない	52

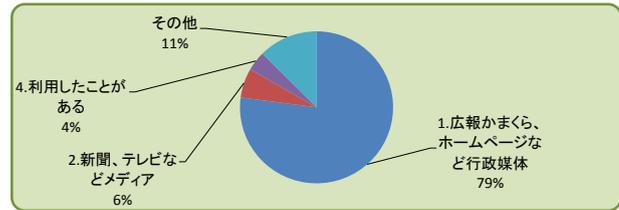


●質問2● 質問1で「知っている」と答えた方に伺います。何でお知りになりましたか？

	(名)
1. 広報かまくら、ホームページなど行政媒体	37
2. 新聞、テレビなどメディア	3
3. 知人などからの情報	0
4. 利用したことがある	2
その他	6

《その他のご意見》

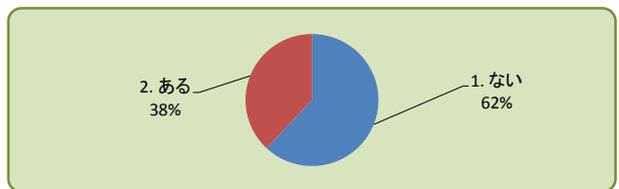
- ・市役所で確認（見た）
- ・自治会活動を通して
- ・当然、あるべきものと思っている



《市民相談課から》
半数近くの方が、消費生活センターをご存じであったことが分かりました。広報かまくら毎月15日号の連載の効果かとも考えています。

●質問3● 購入した商品や利用したサービスについて、何か不満を持ったり、経済的または身体的被害を受けたことがありますか？

	(名)
1. ない	62
2. ある	38



●質問4● 質問3で「ない」と答えた方に伺います。被害に遭わない方法を、何か心掛けていらっしゃいますか？（自由記載）

・簡単に飛びつかない。
・うまい話は疑う。
・特にない。うまい話には乗らない。
・胡散臭いものは常に無視。上手い話には近づかない。
・いい話は必ず、胡散臭いと疑ってかかる。世の中にうまい話はないと、つねに自戒する。
・怪しい物を購入しない。
・怪しいものには近づかない。ネットは電話をかけたりにして、確認もする。
・リスク等を考慮している。
・うまい話しはないと思っている程度。
・世の中に一方的に得をすることはしないを肝に銘じている。
・注意して購入する。
・相手の宣伝を鵜呑みにしない。
・特にありません。現時点で被害に遭っていないだけだと考えています。不審なWEBサイト、商品などには気をつける必要があると考えています。
・販売業者やルートについては吟味し、極力リスク排除を心がける。特にネット取引では不明な業者とは取引をしない。
・購入前によく確認する。うまい話はないことを意識している。
・相手の身分がはっきりするまでは、明確な回答をしない。
・テレビ、新聞、「暮らしのニュース」（鎌倉市消費生活センター）から常に情報を得るようにしています。
・新聞等の情報を注意しながら生活。
・業者の調査等、信用度の確認を行っている。
・事前に調べる。
・値段や品質についてよく検討してから購入する。似ている製品と比較する。販売会社が信用ある会社が調べる。
・製品の品質・内容・保証等条件をよく確認して購入。
・よく調べてから購入する。いらぬものは買わない。現金を持たない。
・何かを購入するときは、自分で調べて選んで購入している。特に勝手に営業に来たものは、絶対に購入しないし、契約もしない。
・高額商品を購入するときには、お店の信頼性や買った顧客の声などをネットや友人から収集している。
・必ず、販売元、製造元あるいは輸入業者を確認するようにしており、新聞やTVのニュースや記事などを通じて得られた社会的知名度や信用度等の情報を参考にしている。同様の機能などを有する商品やサービスが複数ある場合は、それらの情報が確かなものを選択するようにしており、例えば安価であっても、不相应に廉価なものは選択しないようにしている。また、できるだけ国産品を買うようにしているが、外国産であっても日本企業の工場での製品や企画した製品であれば購入選択の範囲内としている。
・不振なメールや郵便物、勧誘の電話はすべて基本的に断っている。
・初めての品物を購入する際は価格・品質・支払方法をできる限り吟味するよう心掛けています。知らない業者との販売契約は基本的に敬遠している。

<ul style="list-style-type: none"> 領収書のチェック、店、出品者の評価をチェック、必要な商品はなるべく同一の店で購入。
<ul style="list-style-type: none"> 特に無いが、購入元やサービス元を、事前出来るだけ調べている。
<ul style="list-style-type: none"> 取引先に関する事前の調査をインターネット(検索)で行う。ロコミなどでトラブルが報告されているような取引先はまず利用しない。
<ul style="list-style-type: none"> それらしき相手からの電話には、「強気」で受け答える。それでもと言う相手には、「じゃあ、警察と相談をしてから返事する。電話番号を教えろ。」と言って切る。
<ul style="list-style-type: none"> 訪問販売らしき人はインターホンの時点で断る。電話でのやりとりだけで商品を買う・契約をするなどは決めない。一旦、家族などに相談するか、インターネットで調べる。
<ul style="list-style-type: none"> 特に心がけていることはないです。訪問販売や電話勧誘は基本にお断りしています。
<ul style="list-style-type: none"> 電話や訪問販売は断っている。
<ul style="list-style-type: none"> じっくり考えて、本当に必要なもののみを購入する。購入に際しては、インターネットなどで価格水準を調べ、現物を確認してから購入する。訪問販売はどのようなものであれ、すべてインターフォン越しに「不必要です」と明言して断る。
<ul style="list-style-type: none"> 通販などは利用しない。衝動買いをしない。
<ul style="list-style-type: none"> 通販やネットを含めて名前の知られたお店で買い物をする。訪問販売や電話勧誘は絶対に利用しない。割賦購入はしない。高額製品は家族と相談して熟知したうえで購入可否を決めるなど。
<ul style="list-style-type: none"> 1. 信用のおけるお店で買い物 2. メーカーを選定 3. 通販は特定の通販サイト 4. 衝動買いしない
<ul style="list-style-type: none"> 極力、通信販売等は利用せず、やむを得ず通信販売(インターネットを含む)を利用する場合には、現品を一般の販売店で確認してから購入するようにしています。
<ul style="list-style-type: none"> ネットオークションやネット通販をなるべく行わないようにしている。
<ul style="list-style-type: none"> 常識的判断による。
<ul style="list-style-type: none"> 領収書のチェックと保存、必要なものはなるべく同一店で購入、ネットで店舗、出品者の評価をチェック。
<ul style="list-style-type: none"> 買いたい商品は予め決まっており、従って事前によく調べますので、被害を受けたことはありません。要は衝動買いをしないことです。小生が衝動買いするのは「手作り品」のみで、この場合は作者が分かっています。
<ul style="list-style-type: none"> 実物確認主義 割引しすぎに注意。
<ul style="list-style-type: none"> 高額品や嗜好品のネット購入を控える。出来るだけ現物を手にとって確認。衝動買いでなく本当に欲しいか、必要かを考えて購入。
<ul style="list-style-type: none"> 特にない。



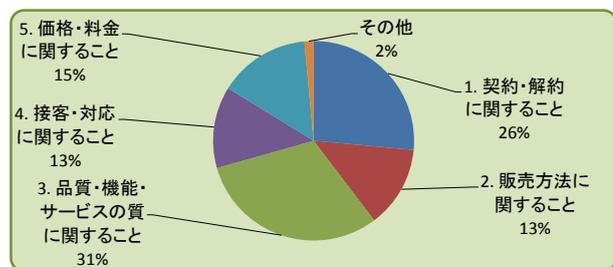
《市民相談課から》
「被害に遭わない方法」として皆さんが色々和自己防衛されていることが分かりました。
他の方の実践も参考にされ、被害に遭わないようご留意ください。

●質問5 ● 質問3で「ある」と答えた方に伺います。

●質問5-1 ● 不満を持ったり、被害を受けた商品・サービスは、どのようなものでしたか？(複数選択可)

	(名)
1. 契約・解約に関する事	18
2. 販売方法に関する事	9
3. 品質・機能・サービスの質に関する事	21
4. 接客・対応に関する事	9
5. 価格・料金に関する事	10
その他	1

《その他のご意見》
・通信教育に関する事



《市民相談課から》
製品の初期不良などは、消費者側で自衛が難しいことなので、回答数が多くなっているものと思われます。

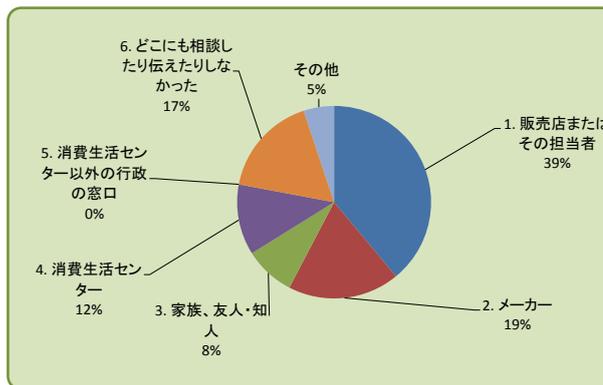
●質問5-2 ● 上記の不満を持ったり、被害を受けた商品・サービスの具体名は何でしょうか？
(自由記載) (特定の企業名や商品名が含まれるため、ここでは公開しません)

●質問5-3● 不満を持ったり、被害を受けたときに、苦情をどこに（または誰に）伝えましたか？（複数選択可）

	(名)
1. 販売店またはその担当者	23
2. メーカー	11
3. 家族、友人・知人	5
4. 消費生活センター	7
5. 消費生活センター以外の行政の窓口	0
6. どこにも相談したり伝えたりしなかった	10
その他	3

《その他のご意見》

- ・大船警察署
- ・電話で問い合わせ
- ・企業のコールセンター



《市民相談課から》

12%の方が、消費生活センターにご相談いただいているのは、国の同様調査（国民生活センター 国民生活動向調査）の数倍の数値となります。今後もお気軽にご利用ください。

●質問5-4● 相談先としてそこを選んだ理由は何でしょうか？（自由記載）

1. 販売店またはその担当者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 返品するため。 ・ 先ず、販売先にすべきと判断 ・ まず初めに売手にクレームするのが普通と思います。 ・ メールで即時クレームをつけられたので。 ・ まずに第一段階アクションとして。その後のアクションには至らず。 ・ 直接伝えるだけで解決すると思われたから ・ 返品するため ・ お店の考え方を聞きたかった。 ・ 再度 押し売りをしてきたから、文句をいった。 ・ 契約内容についてなので当然。 ・ 契約手続き途中での契約不成立の為 ・ サービスについては、直接状況を伝えなかった。 ・ 購入して間もなくの故障だったので交換か無償修理を早急に解決したかったので直接お店に掛け合い交換ということで解決した。
----------------	---

1. 販売店またはその担当者, 2. メーカー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商品を買った先、製造もと ・ 直接伝えることが最も再発防止の効果があると考えたから。 ・ 専門知識が必要で多くの事例を扱っているから
-------------------------	--

1. 販売店またはその担当者, 2. メーカー, 3. 家族、友人・知人	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主人の判断でした
--------------------------------------	--

1. 販売店またはその担当者, 4. 消費生活センター	<ul style="list-style-type: none"> ・ WEB検索で出てきたから。 ・ 一般的に、それが良い方法と思ったから、
-----------------------------	--

1. 販売店またはその担当者とその他「電話で問い合わせ」	<ul style="list-style-type: none"> ・ 直接話さないとためだから
------------------------------	--

2. メーカー	<ul style="list-style-type: none"> ・ そこに責任があると考えたから ・ 返品交換を求めたから ・ 値上げした会社だから ・ 顧客志向がしっかりしていると思った
---------	---

3. 家族、友人・知人
・話し易いため
・身近な人だけには話しをした。

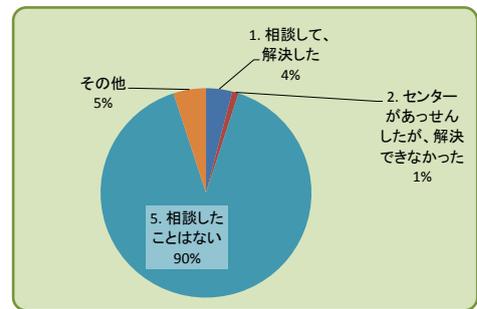
4. 消費生活センター
・市内や周辺の情報を持っていると思って。
・どこに相談していかわからなかったので、とりあえず思い当たるところに電話相談してみようと考えた。
・当時インターネットでこの手の被害について検索するともっともよいのは消費生活センターとの記載がありました。
・不当な契約などの相談先は、まずは県や市の消費生活センターとわかっていました。
・メーカーにまず相談したが、返金に応じなかった。その後、センターに相談

6. どこにも相談したり伝えたりしなかった
・そんな苦情を聞いてもらえないと思わなかったから
・金額から判断して苦情を言うことを諦めた。
・大体ちょっとした不満なので、わざわざ相談し解決するための手間の方が大きく感じてしまいます。
・品質については、数百円のものだったので。

その他
・大船警察署：警察官より、中止命令を行ってもらえる可能性が高い内容だったから。
・企業のコールセンター：すぐに相談できるため

●質問6 ● 鎌倉市消費生活センターに苦情などを相談したことがありますか？ その苦情相談は解決しましたか？
（同様の回答については、一部集約をさせていただきます。）

	(名)
1. 相談して、解決した	4
2. センターがあっせんしたが、解決できなかった	1
3. センターの助言を受け、自分で交渉したが、解決できなかった	0
4. 法律の専門家への紹介等、別の専門機関等で解決を図った	0
5. 相談したことはない	90
その他	5

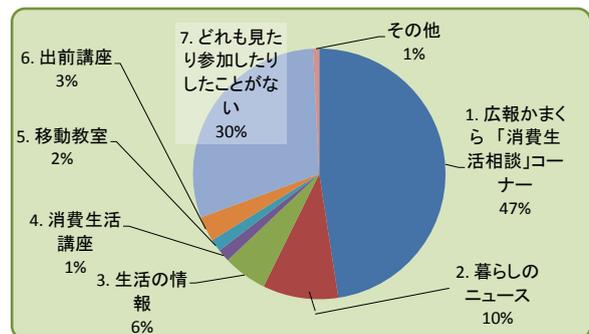


《その他のご意見》

- ・センターで頂いた助言を参考に所轄警察署生活安全課にて中止命令を行ってもらった
- ・存在そのものの広報活動がないのか、存在を知らなかった。
- ・神奈川の消費者センターに相談、不良を消費者が証明する必要があると無理を言われた

●質問7 ● 鎌倉市消費生活センターでは、紙媒体、講座・教室やホームページなどで、市民の皆様への情報提供を行っています。次のうち、ご覧になったことや、参加されたことのあるものの番号をご記入ください。（複数選択可）

	(名)
1. 広報かまくら 「消費生活相談」コーナー	59
2. 暮らしのニュース	12
3. 生活の情報	7
4. 消費生活講座	2
5. 移動教室（夏休み子ども教室など）	2
6. 出前講座（自治・町内会など）	4
7. どれも見たり参加したりしたことがない（Q8へ）	37
その他	1



《その他のご意見》

- ・どれも見てはいますが、参加したことはありません。

●質問8 ● 質問7で「どれも見たり参加したりしたことがない」と答えた方に伺います。いずれも見たことや参加したことがない方は、どのような条件を整えば入手、参加が可能となるでしょうか？（自由記載）

・ 広報かまくらの「消費生活相談」コーナーを、「時には」一面のトップ記事に掲載する。
・ 広報に書いてあれば、目にする可能性もありますが。
・ 広報かまくらはたまに目を通します。なのでトップ記事として、消費生活センターの役割や業務を特集していただけると認知できると思います。また、個別のチラシを配布してくださるとさらに目を通しやすいかと思います。
・ 広報かまくらに当該情報が掲載されているということでしょうか？今まで気付いたことがありませんでした。様々なイベントに気付くことが多いのですが、私自身が気付かなかったということは、私にとって魅力的なイベントでなかったのか、そのタイトルかページレイアウトに配慮が足りなかったのかもかもしれません。

<ul style="list-style-type: none"> どのような情報提供があったのか思い当たりません。恐らく、広報がまくらで目にする機会があると思いますが、印象に残っていません。
<ul style="list-style-type: none"> 事例の紹介など。
<ul style="list-style-type: none"> 被害解決事例、想定事例などの目立つ記事であれば認知できると思われる。
<ul style="list-style-type: none"> 消費生活センターの実績を例示する。国の同様な機関があるので鎌倉市には期待していない。ゆえに情報にも目が届かない。
<ul style="list-style-type: none"> 消費生活センターに寄せられた事例を広報で1年に1回とか特集でたくさん紹介したらいいと思う。教室や講座もいいたろ。
<ul style="list-style-type: none"> 広報は見てますが、気がませんでした。せっかくフェイスブックなどを利用している鎌倉市ですから、そちらでもぜひ告知していただけたらと思います。
<ul style="list-style-type: none"> 困ったときに初めて相談しようという気持ちになると思うので、目につきやすいところ（市の施設や学校など）への掲示やメールマガジン、ツイッターなどの媒体を使うなどしてはどうか。
<ul style="list-style-type: none"> もっと告知していただきたい。
<ul style="list-style-type: none"> きっちりしたテーマを設定し、情報の発信を途切れなく提供する事が必要。
<ul style="list-style-type: none"> より大々的に存在を訴えては？
<ul style="list-style-type: none"> 小学校から保護者への配布。
<ul style="list-style-type: none"> 防災関係と同様、全家庭への啓蒙書類の配布。
<ul style="list-style-type: none"> 目にする機会が少ないのが原因かと思えます。子供の夏休みの自由研究など、参加したいイベントがありますが、日程が合わないので諦めた経緯があります。紙媒体のほかにホームページでも確認できますが、メールマガジンでも提供して頂いたほうがよいかと思えます。基本的に市のサービスの全容を認識できていない事が原因で、まずはどのように知らせるかということだと思ってます。
<ul style="list-style-type: none"> 自治会掲示板や広報紙のポスティングでの事例紹介。出来たらマンガが良い。
<ul style="list-style-type: none"> 子どもの託児。
<ul style="list-style-type: none"> 鎌倉市に消費生活センターが存在する事を知らなかった。大きな問題が自分に起これば多分いろいろと調べているうちに気が付くと思うが、そんな問題が無ければ難しいのでは？
<ul style="list-style-type: none"> 鎌倉にあったんだ、消費生活センターは東京だけだと思っていた。各市にあるんだね。
<ul style="list-style-type: none"> 見たり相談したりすることが、購買上の自分の不満・不信を改善してくれるというイメージに結びついていないことが原因だと思う。
<ul style="list-style-type: none"> 市の広報がどの媒体を使用すれば周知されるのか、悩みどころだと思います。40代以下であれば無償であるSNSの使用などは有効だと思います。
<ul style="list-style-type: none"> 一般のニュース報道や町の啓蒙ポスター等で関連する情報を得ている。
<ul style="list-style-type: none"> あくまで個人の興味を引かなかったことが原因。この手の情報は未然防止を積極的に行うことよりも存在を認識して、必要な時にアクセスしやすくなってほしいと思う。
<ul style="list-style-type: none"> 難しい。広報がまくらに載っているのであれば、今後はそちらを参照するが、まずはそもそも消費生活センターの存在自体を知らなかったため、広報がまくらに何らかの情報があるとも知らなかった。
<ul style="list-style-type: none"> 消費生活相談センターを利用する必要がありません。
<ul style="list-style-type: none"> ホームページはそれほど頻繁に見ないです。登録することでメールを配信してもらえるのが一番ありがたいです。



《市民相談課から》

広報がまくら6月1日号の1面全面記事として、消費生活センターが特集された後の調査だったので、ご覧いただけていない回答が目立ったのは残念でした。

- 質問9 ● 「暮らしのニュース」（A4・8ページ）は、消費生活をテーマに年3回発行していて、昨年度は、1号当たり6000部を発行、執筆料25,000円、印刷料66,150円でした。金融機関・スーパー・公共施設などへの配架、市のホームページ（バックナンバー含む）のほか、180のうち25自治・町内会に回覧のご協力をいただいております。未実施の団体にもお願いをしているところです（なお、全自治会・町内会に回覧を依頼した場合、6000部が必要となります）。

「暮らしのニュース」をより多くの方にみていただくためによいアイデアがあればお聞かせください（自由記載）

<ul style="list-style-type: none"> トップ記事で「目を引くような」ものを掲載する。現在は「官庁臭く」おとなしい。民間への委託も含め、興味を引く体裁にする。
<ul style="list-style-type: none"> (1) 一定期間が過ぎれば配架箇所ごとに残部を調べて、以降の配架部数を増減する。こちらは手間が掛かるので、1、2回に止める。 (2) 全自治会・町内会に回覧を依頼する。これは効果的と思われるが、上記(1)の作業で減らした分をこちらに回す。
<ul style="list-style-type: none"> キャッチコピーを考えて、まずは目をひくようにしたら良いです。
<ul style="list-style-type: none"> 現状では思いつかない。記憶に残っていないという事はインパクトが少ないのでは？
<ul style="list-style-type: none"> 「暮らしのニュース」は情報量が多すぎ、高齢者はそれだけで、読まないことが多い。「広報がまくら」に連載で掲載するか、情報量を少なくして読んでもらえるよう工夫が必要である。
<ul style="list-style-type: none"> 目を引く表紙、有りそうな具体例（特に解決事例）。
<ul style="list-style-type: none"> こちらは今後きちんと記事を読む様に心掛けるが、より具体的な問題解決の事例とかあると読み易いかも知れない。
<ul style="list-style-type: none"> 病院の待合室等暇があって携帯電話が使えない所。
<ul style="list-style-type: none"> 暮らしのニュースは、市役所や行政センターに行った時、興味があれば持ち帰ります。このニュースの存在を、市民のみならずはあまり知らないと思います。
<ul style="list-style-type: none"> 図書館の目立つところに置いてください。

<ul style="list-style-type: none"> 若い人にもてもらうためにはフェイスブックやツイッターでの配信、駅ホームやきっぷ売場に配架する、ご年配の方へは病院の窓口や待合櫃などに配架するなど。
<ul style="list-style-type: none"> 中学校・高校・大学など、今後消費生活センターを利用する予定のある人々に配布するのもいいと思う。その分、残部が多く発生している所は削るなどして対応すべきだろう。
<ul style="list-style-type: none"> 印刷物は入らない。鎌倉ケーブルテレビのCMで流す。鎌倉駅にモニター置いて流す。
<ul style="list-style-type: none"> 発行時に合わせて概略版も作成して、市役所の「てのりかまくら」配布時などに一緒に配布してもらい、存在や入手方法をPRする。
<ul style="list-style-type: none"> 駅に置く。回覧板で配る。掲示板に案内を貼る。動画で知らせる中身も案内する。
<ul style="list-style-type: none"> 小中学校などの配布物としてはどうか？ 親は子供が持ち帰ったものが何かを確認するはずなので、目に触れる機会、時間は増すと思う。
<ul style="list-style-type: none"> 大版の壁新聞のようなデザインで、市内の主要な公共交通機関の車内の吊り広告に無料で掲示させてもらう。
<ul style="list-style-type: none"> 小学校から保護者への配布。
<ul style="list-style-type: none"> 図書館などで、もっと積極的に宣伝してほしい。（名前は聞いているが、接する方法が判らない。）
<ul style="list-style-type: none"> 図書館、行政センターなど公共施設にPRのポスターを貼ってパンフレットを置く。
<ul style="list-style-type: none"> 全自治会・町内会に回覧。
<ul style="list-style-type: none"> 外に出ない人、被害に遭いやすい人、被害に対応できない人を考えたとき、町内会の回覧は有効と思う。高齢者のみの世帯への対応がほしい。
<ul style="list-style-type: none"> せっかく発行するのに、全自治会の回覧に配布されないのは意味がない。
<ul style="list-style-type: none"> 玉縄地区では3町内会代表が月1回会合をしていますので、その際に数部配布する方法が良い。
<ul style="list-style-type: none"> 被害に遭いやすい高齢者に読んでもらうなら、回覧する町内会数を増やすのがよいと思います。
<ul style="list-style-type: none"> どんなに工夫して回覧しても、その方に興味が無ければ仕方ない。回覧板を回しても『各戸1部ずつお取り下さい』とされた資料は取らない方が多い。
<ul style="list-style-type: none"> 回覧ではなく戸別に配布をしたとしても、その分の印刷料増分の効果は見込めるのではないかと。自治会の回覧時に、戸別配布であれば、配布にかかる追加コストも無いと思う。
<ul style="list-style-type: none"> 情報の緊急性や有効性を知ってもらうために、「暮らしのニュース」というタイトルを変えては、「暮らしに役立つ情報誌」、「暮らしのヒント!」、「暮らしを守るための情報誌」など。地域の民生委員が自治会だよりで詐欺関連の情報提供や注意喚起を行っているが、このような情報は連続して繰り返し出すことにより、うっかりを防止できるのではないかと自治町内会の回覧よりも掲示板のほうが有効かもしれない。
<ul style="list-style-type: none"> 鎌倉ケーブルテレビに協力を要請する。あるいはモノレール、バス会社に要請して、無料（もしくは極めて安価）で空きスペース利用し車内や駅舎への広告に拡大したものを掲示をする。
<ul style="list-style-type: none"> 鎌倉市だけでやっても存在の認知度は広がらないので、他の自治体と連携して、複数市で、あるいは県レベルでTVコマercialをするなどしてはどうか。別に鎌倉市だけで執筆しなくてもよくなり、コンテンツ制作料は格段にコストダウンできる。印刷物はゴミが増えるだけ。
<ul style="list-style-type: none"> 広報紙のように全戸配布できればいいですが、予算が問題ですかね。回覧が妥当なところでしょうか。広告を出して広告料で全戸配布はどうでしょうか。
<ul style="list-style-type: none"> 広報かまくらと共に配布する。
<ul style="list-style-type: none"> 1. 広報かまくら「消費生活相談」コーナーの中で発行を掲載。 2. (他の部署も同様だが)メールで発行通知する。
<ul style="list-style-type: none"> メールマガジンを定期的に流す。
<ul style="list-style-type: none"> 他県の自治体では、電子チラシを活用している事例もあります。
<ul style="list-style-type: none"> インターネットへの掲示。
<ul style="list-style-type: none"> インターネット上の掲載はどうなっているでしょうか。
<ul style="list-style-type: none"> webで公開してくれればいい。
<ul style="list-style-type: none"> メルマガなどインターネットを利用して、配布できないか。FaceBook、Twitterなども使えとよいのでは。
<ul style="list-style-type: none"> フェイスブックなどにも広く案内くだされば拡散するのは。
<ul style="list-style-type: none"> 最近であれば、Facebookが一番触れる情報媒体となっております。
<ul style="list-style-type: none"> 振り込め詐欺などと同様、防犯情報としてメールで流したらどうか。
<ul style="list-style-type: none"> 発行およびホームページへの掲載をした時点で、ツイッター等でも、告知してはいかがでしょうか。（すでに実施しているようであればすみません。）
<ul style="list-style-type: none"> 紙媒体は既に行き届いている様子なので、Web系の宣伝・拡充、SNS（Facebookなど）との連携でしょうか。
<ul style="list-style-type: none"> 行政サービスを市民に認識させるのは難しいと思いますが、若年層には紙媒体よりネット媒体の方が目にする機会が増えます。スマホ用のアプリを作成して住民票等の手続きを簡略化できるサービスを開始し、そのソフト内でお知らせとして参照できる機能を付加してもよいかと思えます。民間の営業方法と同じです。
<ul style="list-style-type: none"> 紙媒体は一回読めば捨てるので、一年間ためるとポイントで景品を出すなど、破棄されないような工夫を考える。
<ul style="list-style-type: none"> 一度読むと破棄してしまうので、内容を覚えてません。冊子をためるとポイントで景品を出すとか、なるべく破棄されないような工夫をしたら？
<ul style="list-style-type: none"> 書いてある通り実施されていれば、もう十分ではないでしょうか。
<ul style="list-style-type: none"> 今の方式で十分だと思う。被害にあわないためには、一人一人の自覚が大切。あまりに、手に手をとるような、過剰な対策は不要。
<ul style="list-style-type: none"> 難しい質問です。無関心が最大の問題なので、まずはそこにどう向き合うかが重要となってくるのではないのでしょうか。
<ul style="list-style-type: none"> 暮らしのニュースの存在を知らなかった。冊子の広報を幅広くいただきたい。

<ul style="list-style-type: none"> ・良く出来ていると思います。ただ、小生が勤めていた時は、全く読んでいませんでしたし、そのようなものがあることも知りませんでした。退職し余裕ができて、自分が住んでいる街に興味が出てくるようになって、読むようになりました。
<ul style="list-style-type: none"> ・広報かまくらと一緒に配布されているのかな?目にしたことない私がほんくらなのかも。
<ul style="list-style-type: none"> ・市民便利帳の中に入れる。
<ul style="list-style-type: none"> ・特にありません。
<ul style="list-style-type: none"> ・回覧は忙しい時は面倒。家族一人が見るだけで他の家族には伝わりにくい。掲示板利用及び見る習慣づけをしたらどうか。一挙両得である。
<ul style="list-style-type: none"> ・市の広報紙の活用。広報紙は毎月2回、年21回も発行しています。毎月それぞれテーマを決めれば市関連の生活に関わる事が網羅出来るハズ。様々の週間又は月間行事の合わせれば、意識を高める事にもなるのでは。
<ul style="list-style-type: none"> ・やはりメール等で配信してもらえると良いです。読んだことがないのでわかりませんが、やわらかいテーマも含めて楽しめる内容になると良いと思います。あとはまとめて冊子として提供するのではなく、twitterなどで面白い話を少しずつ広めてもらうと良いかもしれません。



《市民相談課から》

多くのアイデアをいただき、ありがとうございました。消費生活センターでは、暮らしのニュースや生活の情報を通じて、安全で豊かな生活情報をお伝えしていますので、折に触れてご利用ください。
自治・町内会などの団体への出前講座では、皆さんが質問4で挙げておられる「被害に遭わない方法」を、消費生活センターの講師が市民の皆さんにお伝えしていることが多くあります。

●質問10● その他、消費生活センターについて、ご意見やご提案がありましたらお願いします。(自由記載)

<ul style="list-style-type: none"> ・私はセンターの存在すら知りませんでした。広報は、タウンニュース張りの構成、体裁にしたら、と思う。もちろん、キャッチフレーズを含めて。
<ul style="list-style-type: none"> ・困った内容より解決方法のYes No のチェックシートを作成して、全戸へ保存版として配布する。
<ul style="list-style-type: none"> ・「暮らしのニュース」の内容は大変参考になります。テレビでは得られない良さを持っています。
<ul style="list-style-type: none"> ・今後、認識を新たにして利用させて頂きたいが、本来的にはこういう相談・苦情が無い方が良いのでは・・・
<ul style="list-style-type: none"> ・今まではどちらかという被害に遭ったこともなく“他人事”として捉えていたが、今後は身近な問題としてより広報、情報誌に目を通すよう心掛けたい。
<ul style="list-style-type: none"> ・「消費生活センター」自体に関心がなかったのが今後留意して見ます。
<ul style="list-style-type: none"> ・消費者センターがあるだけで安心します。
<ul style="list-style-type: none"> ・その存在を自治会・町内会に周知する地味な活動が望まれます。
<ul style="list-style-type: none"> ・もう少し存在を周知させる努力をしても良いのでは？
<ul style="list-style-type: none"> ・センターの存在と意義を一般の人へ多く告知できる方法を考えるべき(駅の広告、江ノ電の吊るし広告等)紙媒体は一回読めば破棄するので忘れてしまう。
<ul style="list-style-type: none"> ・センターの存在、意義、等を常に一般の目に見えるよう工夫してみてもいいのでは？(駅の看板広告、電車、バスらの吊るし広告等)
<ul style="list-style-type: none"> ・アピールしないと分からない存在だと思う。
<ul style="list-style-type: none"> ・まずはどのような役割で、どんなことをするセンターなのかを認知されるのが大事だと思う。
<ul style="list-style-type: none"> ・5か所の行政支所で行われている町内会連合会会合でPRしてはどうですか？
<ul style="list-style-type: none"> ・日時を決め、行政センターでの開催や地域でのイベントに、出向いて相談会を実施する。
<ul style="list-style-type: none"> ・町内会は機械的に回覧するだけで効果は薄い。まじめに読んでくれる可能性が高いのは、老人会や民生委員の会。だから、トラブル事例などを月報もしくは隔月報で地区民生委員協議会(市内に10の協議会があり、全員に1枚渡しても500枚もいらぬ)、老人会などに配付する。(執筆料、印刷代などのコストを掛けた立派なものではなく、A4サイズの安い紙を1~2枚使用してこれをコピーすれば費用をあまりかけずに担当者の手間のみでできるはず)。市役所生活福祉課と打ち合わせてください。
<ul style="list-style-type: none"> ・情報弱者に対する啓蒙が必要となってくると思われますので、高齢者に対する戸別訪問などで聞き取りをするのが、非効率でお金もかかりますが、被害額の抑制に繋がり、更に相談の問口を広げていくことになると思います。
<ul style="list-style-type: none"> ・小学生や中学生に対する教育活動も実施したら良いと思います。特に、インターネットを通じた様々な犯罪に対する自己防衛についてとか。
<ul style="list-style-type: none"> ・資源循環課のように、消費生活センターでかわいい猫のマスコットを考案するなど、今後は親しみやすい工夫がもっと必要となると思う。おそらく単純に広報政策を進めるだけではうまくいかないのでは、多方面に受け入れられやすい対策を検討すべきである。
<ul style="list-style-type: none"> ・今、売らんかな商法でいろいろと問題あるので啓発運動してください。早速、鎌倉消費生活センターのホームページ見ます。
<ul style="list-style-type: none"> ・まずは存在・知名度の向上にどうやって努めるかが課題かと思われました。
<ul style="list-style-type: none"> ・困った時にセンターの存在を思いつかどうかなので、ある層だけでなく、いろいろな層へ色々な媒体で存在感をアピールしてもらいたい。
<ul style="list-style-type: none"> ・今現在、鎌倉市内でも問題となっている振り込め詐欺。具体的な事象と対応策をもっと市民に情報提供したり、行政センターなどの施設を借りてセミナーを開いたりしたら、消費生活センターの意味合い(ポジショニング)が市民に周知できるのではないかと思います。
<ul style="list-style-type: none"> ・そもそも、それほど積極的に日常お世話になるところではないので、存在をしらしめることと、必要な時にアクセスを容易にすることが求められますね。119番、110番と同じだと思います。
<ul style="list-style-type: none"> ・県単位のセンターの機能で十分ではないかと思えます。企業はクレーム対応する義務があり、集団訴訟は県単位で起こすのが妥当ではないかと思えます。

<ul style="list-style-type: none"> 今や地域レベルで起きる事故はその地域に留まるものではありません。すぐに全国レベルに広がる時代です。いつまでも小さな視野の中でセンター機能を運営せず、連携をもっと考えてみては？
<ul style="list-style-type: none"> 気軽に相談できる、相談窓口の設定が必要。
<ul style="list-style-type: none"> 積極的に先方企業へ連絡交渉を行ってほしい。行政からの連絡は抑止力になる。私は、該当企業の所在地である福岡市消費生活センターへ詳細な情報を提供したら、九州経済産業局から関心を持って頂き、電話で内容をお伝えした。
<ul style="list-style-type: none"> ダイレクトメールなど、子供宛てに葉書が来ることがあった。以前杉並区で業者に対しての住民票の閲覧が可能だという問題があったが、個人情報が出ないように消費生活センターと市民課との連携がとれているか知りたい。
<ul style="list-style-type: none"> 消費者庁になって規模がかなり小さくなってから、消費者側の行政の力がかなり落ちていると実感している。自分が挙げた事案も恐らく検討もしていないだろうという回答だった。
<ul style="list-style-type: none"> 実績が一番の説得材料。本当に実績上がっているか、疑心暗鬼。実績を上げるためにはかなりのコスト、努力が必要。組織があるだけではだめですよ。厳しい財政からお金をかけ、組織の自己満足のみが残ることがないようにすることが大事。
<ul style="list-style-type: none"> 我が家は主人に法律の知識がありますので困っていませんが、周りには色々起きていますので、もう少し周りの方たちにセンターの利用を勧めたいと思います。
<ul style="list-style-type: none"> 「消費生活センター」と言うと、名前が何かとつきにくい。ニックネームを付けたら如何か？
<ul style="list-style-type: none"> 気軽に秘密厳守で相談できるセンターのイメージ作りが必要。高齢女性がもっばらの被害者だが、被害額などを聞くと本当に驚く。家族や親戚との日常のコミュニケーション不足が一番の理由ではないか？高齢者自身の普通の生活が変わらなければならぬと思う。
<ul style="list-style-type: none"> 鎌倉市消費生活センターのホームページを見るとメールでの相談を受け付けていないとのこと。相談時間も場所も方法も限られているため、勤め人は相談することが面倒になります。ちょっとした金額では相談する労力に見合わないと思います。何故メールなどをもっと活用しないのでしょうか？ かながわ中央消費者センターというところに誘導されていたので、こちらも見てみましたが、メールでの相談は一度だけとあります。このあたりも現状に合っていないように思われます。
<ul style="list-style-type: none"> 特にありません。
<ul style="list-style-type: none"> 不勉強で全く知らないので、現時点では何もありません。
<ul style="list-style-type: none"> 利用しませんので、意見・提案はありません。



《市民相談課から》
ご協力いただきありがとうございました。ご提案を参考に、今後の取り組みを進めてまいります。

【お問い合わせ先】

鎌倉市 経営企画部 秘書広報課 広報広聴担当
〒248-8686 鎌倉市御成町18番10号
TEL 0467 (23) 3000 内線2505
FAX 0467 (23) 6505
e-mail : emoni2505@city.kamakura.kanagawa.jp