

いずれにせよ、この時間帯に着信件数が多いのであるから、このような情報を活用した上で、消費生活相談員の数の過不足やシフトの妥当性を検討するなど業務改善に努めることが必要であると考えられる。

なお、消費生活相談の全国統一番号が3けた化(188)されたことから、今後はこれに伴って時間帯別着信件数なども変化する可能性があり、この点も留意する必要がある。

(意見2-23) 電話相談の応答率について

消費生活総合センターでは、主な事業の1つとして電話相談による消費生活相談を実施しており、その電話相談の応答率を把握している。しかしながら、例えば、平日16時から17時の時間帯は他の時間帯に比べて着信件数が一番多いにもかかわらず、新規相談(電話)受付対応者が少ない状況であることなど、有効性の観点から、応答率などの情報を活用した上で、消費生活相談員の数の過不足やシフトの妥当性を検討するなど業務改善を図る体制を構築することとされたい。

(4) 外国語による消費生活相談について

東京オリエンティック・パラオリエンティック競技大会などが控える今後において、外国人居住者や観光客の増加により、消費生活相談に関するニーズの高まりといった状況の変化なども考慮し、外国語による消費生活相談の一層の充実が重要になってくるものと考えられる。

しかしながら、消費生活総合センターのホームページでは、外国語による相談について、東京くらしWEB(外国語相談)上にて、以下の告知がなされている。

「片言の日本語ができ、予約の日に来ていただけの人、または、日本語を話せる人がそばにいて、予約の日をきめられる人」
「予約の日は、外国語で相談できます。」

この告知は、日本語が話せない相談者の場合、緊急を要する場合でも予約がなければ電話相談を受け付けてもらえないことを意味する。

この点、消費生活総合センターの説明によれば、外国語に限らず日本語の場合も相談に対応する際、関係書類を受領し、これを確認して詳細に相談内容を把握している。日本語の場合は、相談員が相談内容を電話で聞き取った後に、相談者から関係書類のコピーをフaxesンリや郵送により送付してもらうことで対応できる。しかし、外国語の場合は、あらかじめ関係書類を受領し、それ

を確認しながら詳細を聞き取る方法を探っており、予約日には、相談者に必要書類等を持参してもらうとともに、通訳を手配し、詳細な聞き取りを行っている。

仮に電話だけの相談を実施する場合には、通訳の確保、又は外国語で詳細な相談に応じられる語学力を持つ相談員を配置する必要がある、現時点では人員・予算面で対応が困難であるということであった。

ところで、都には広報広聴部が実施している外国人相談があり、外国語(英語、中国語、韓国語)による電話相談が可能となっている。ただし、その対応は、日本の商慣習についての相談や、「商品等の苦情はどこに言えば良いか」など、その内容が比較的容易で、その場で回答できる問い合わせに限られているものと考えられる。

消費生活総合センターが通訳や語学堪能な相談員を常時配備することができないのであれば、日本語が話せない相談者に対しては、消費生活総合センターと広報広聴部が今まで以上に連携するとともに、利用者にとっての利便性を向上させるための施策を検討し、日本語が話せない外国人の相談者に対しても十分対応を行う体制を構築することが必要であると考えられる。

(意見2-24) 外国語による消費生活相談について

東京オリエンティック・パラオリエンティック競技大会などを控える今後において、外国人居住者や観光客の増加により、消費生活相談に関するニーズの高まりといった状況の変化なども考慮し、外国語による消費生活相談の一層の充実が重要になってくることである。消費生活総合センターにおいては、外国語の相談に対応するためには、外国人相談者から関係書類を受領し、これを確認しながら詳細を聞き取る際に通訳が必要となることから、予約日に通訳を手配した上で、外国人相談者に必要書類等を持参してもらうこととしている。なぜなら、仮に電話だけの相談を実施する場合には、通訳の確保、又は外国語で詳細な相談に応じられる語学力を持つ相談員を配置する必要がある、現時点では人員・予算面で対応が困難であるからである。

しかしながら、都には広報広聴部が実施している、外国人からの一般的な相談を受け付ける窓口があり、外国語(英語、中国語、韓国語)による電話相談が可能である。よって、消費生活総合センターが通訳や語学堪能な相談員を常時配備することができないのであれば、有効性・経済性の観点から、消費生活総合センターと広報広聴部が今まで以上に強く連携するとともに、利用者にとっての利便性を向上させるための施策を検討し、日本語が話せない外国人の相談者に対しても十分な対応を行う体制を構築されたい。

(5) 多摩消費生活センターにおける相談業務について

多摩消費生活センターにおいては、平成9年の設置当初は相談部門を有していたが、平成14年から相談部門が相談課に統合され、現在は相談窓口を開設していない。

年に2回開催されている多摩地域の利用者懇談会における意見として、相談窓口の復活の声が上がられているところであるが、消費生活総合センターとしては、現在のところ、多摩消費生活センターに相談窓口を再開することはないことである。その理由は、消費生活総合センターに相談機能を一元化することによって、これを「センター・オブ・センターズ」として位置付け、相談員の知識・経験を集約して専門グループによる高度専門的な相談対応を図るとともに、市町村が実施する相談業務を支援するという役割を強化するためである。また、都に寄せられる消費生活相談のうち96%が電話相談であり、既に多摩地域の26市すべてで消費生活相談が実施され、住民に身近な相談窓口の充実強化が進められてきていることから、今後とも、市町村に対する支援を強化する予定である。

なお、多摩消費生活センターに相談窓口があると思っ て来所する相談者や電話をする相談者は、ここ数年は1か月に20～30人程度、うち来所は1～2割程度とのことである。この点に関しては、多摩消費生活センターが相談窓口を設置していないことを更に周知することが望ましい。

4. その他の事業について

(1) 図書資料室の利用状況について

① 図書資料室の利用率について

消費生活総合センター及び多摩消費生活センターでは、図書資料室を設置し、消費生活に関する行政資料、団体資料(消費者団体、事業者団体)、図書、雑誌、ビデオソフトなどを総合的に収集し、閲覧や貸出しに供している。

この図書資料室の利用者数の状況は、表D4-4-1のとおり、消費生活総合センターでは年々利用者数が増加し、平成26年度には初めて5万人を超える利用がある一方、多摩消費生活センターでは年間300人前後の貸出人数にとどまっている。

表D4-4-1 図書資料室の利用者数推移(平成24年度から平成26年度)

(単位：人)

| 年度 | 消費生活総合センター (飯田橋) | | 多摩消費生活センター (立川) | |
|--------|---------------------|----------|--------------------|----------|
| | 利用者数 | 図書等の貸出人数 | 利用者数 | 図書等の貸出人数 |
| 平成24年度 | 43,486 | 2,031 | | 325 |
| 平成25年度 | 43,691 | 2,079 | | 270 |
| 平成26年度 | 51,512 | 1,953 | | 333 |

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

(注) 多摩消費生活センターは、入室者数カウンタ機器を設置していないため、利用者数を把握することができず、貸出人数のみとなっている。

表D4-4-1によれば、消費生活総合センターの平成26年度の利用者数は前年度までよりも増加しており、また利用人数も多いが、これと比べて多摩消費生活センターの利用者が少ないことから、利用者増加に向けた施策を質問したところ、(i) 図書資料室を紹介している「図書資料室ご利用案内」や「ご存知ですか? 図書資料室」、定期的に発行している新着速報、タイムリーな話題にあつた図書を紹介する「図書資料室だより」を施設内に掲示・配架するとともに、区市町村の消費生活窓口や消費者団体等に配布し、また(ii) 「東京くらしWEB」や「東京くらしねっと」においても、図書資料室の情報を掲載するなどとして、図書資料室の周知を図っているという回答を得た。

② 図書資料室の蔵書について

図書資料室の総蔵書数に対する貸出割合は表 D4-4-2 のとおりである。

表 D4-4-2 図書資料室の総蔵書数と貸出割合

| 年度 | 消費生活総合センター (飯田橋庁舎) | | | 多摩消費生活センター (立川) | | |
|----------|-----------------------|---------------------|-------------|--------------------|---------------------|-------------|
| | 総蔵書数 (冊) | 図書等の 貸出冊数 (冊) | 貸出割合 (%) | 総蔵書数 (冊) | 図書等の 貸出冊数 (冊) | 貸出割合 (%) |
| 平成 24 年度 | 26,516 | 4,530 | 17.0 | 7,018 | 742 | 10.6 |
| 平成 25 年度 | 25,974 | 4,713 | 18.1 | 7,446 | 580 | 7.8 |
| 平成 26 年度 | 27,043 | 4,039 | 14.9 | 7,924 | 671 | 8.5 |

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

(注) 図書等には、図書と DVD 等が含まれている。

消費生活総合センター (約 27,000 冊) 及び多摩消費生活センター (約 8,000 冊) で有している図書資料のうち、都立図書館や他の施設の資料室では保有していないものほどのくらいか質問したところ、「すべてについて、都立図書館や他の施設の資料室で保有しているか否かは把握しているわけではないが、消費生活総合センター及び多摩消費生活センター合計で、消費者団体資料約 1,200 冊、事業者団体資料約 2,100 冊については、一般の図書館には置かれていないと考えられる。」という回答を得た。つまり、消費生活総合センター及び多摩消費生活センターのみで保有している資料が、両施設で保有している 35,000 冊のうち 3,300 冊と 10%に満たないことになる。

なお、近隣県の消費生活センターにおける資料室の設置状況を調査した結果、表 D4-4-3 のとおり、都のように図書資料室を設置しているところは少なく、DVD やパネルの貸出しのみを実施しているところが多かった。

表 D4-4-3 近隣県における資料室の設置状況

| 県名 | 資料室の設置状況 |
|------|--|
| 神奈川県 | 設置なし |
| 埼玉県 | 埼玉県消費生活支援センターでは、展示パネル等の貸出しのみ行っている。なお、埼玉県生活科学センター (※) 内に図書ゾーンがあり、消費生活に関する本や資料の閲覧と貸出しを行っている。 |
| 千葉県 | 図書は閲覧のみ。ビデオ、DVD、パネルは貸出しを行っている。 |
| 群馬県 | 設置なし |
| 栃木県 | ビデオ、DVD、簡易テス卜機器、パネルなどの貸出しを行っている。 |
| 茨城県 | 図書や、DVD などを閲覧、貸出しを行っている。 |

(各県ホームページより監査人が作成)

(注) 各県の消費生活センターのホームページから把握可能な範囲で記載している。

※ 埼玉県生活科学センター (愛称：彩の国くらしプラザ) は、消費生活に関する学習支援、情報提供、交流支援などを行うため、平成 15 年 2 月に開設された公の施設であり、消費生活の分野で全国唯一の本格的な参加体験型展示施設で、サインや体を動かすゲーム、疑似体験を通して、子供から大人まで楽しみながら、お金の上手な使い方や悪質商法の被害防止について学ぶことができる。

(2) 学習室の利用状況について

消費生活総合センター及び多摩消費生活センターでは、消費者問題についての学習活動の場として、教室、学習室、保育室、実習室等を提供している。このうち、多摩消費生活センターにある調理実習室は、消費生活総合センターにはない施設である。

これらの学習室などは、消費生活問題について学習・活動をしている都内の団体、グループであれば、事前に利用団体登録が必要となるが、無償で利用することができる。

消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの教室、学習室等の平成26年度の稼働率は、表 D4-4-4 及び表 D4-4-5 のとおりであり、後者の稼働率が低い。

なお、稼働率は、貸出件数を貸出可能コア数（平日の日数×午前・午後で計2コア）で除して算出している。

表 D4-4-4 平成26年度 消費生活総合センターの稼働率

| 対象施設 | 部屋数(室) | 定員(人) | 稼働率(%) |
|--------|--------|-----------------|--------|
| 教室 | 2 | I : 100、II : 50 | 69.2 |
| 学習室 | 6 | 12～100 | 74.4 |
| 保育室(※) | 1 | - | 25.2 |
| 実習室 | 1 | - | 47.5 |

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

※ 保育室は学習室も兼ねている。

表 D4-4-5 平成26年度 多摩消費生活センターの稼働率

| 対象施設 | 部屋数(室) | 定員(人) | 稼働率(%) |
|------|--------|----------------|--------|
| 教室 | 2 | I : 50、II : 50 | 42.4 |
| 学習室 | 2 | A : 18、B : 18 | 34.8 |
| 保育室 | 1 | - | 25.6 |
| 実習室 | 1 | - | 57.2 |

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

なお、表 D4-4-4、表 D4-4-5 の稼働率には、消費生活総合センター及び多摩消費生活センター主催の研修、講座及び会議等も含まれている。

また、教室、学習室等を利用できる団体の登録は、「東京都消費生活総合センター施設等利用要領」に基づき行っており、平成24年度から平成26年度までの登録件数、団体数等は表 D4-4-6 のとおりである。

【(参考) 東京都消費生活総合センター施設等利用要領(一部抜粋)】

第3 施設等は、センターが主催する消費生活講座等に使用するとともに、消費生活上の諸問題について活動(以下「消費生活活動」という。)する団体、グループ(以下「消費者団体等」という。)が、消費生活活動に関する講演会、学習会及びその他の消費生活活動のために使用するとき、別表1に掲げる飯田橋施設及び別表2に掲げる多摩施設を利用することができる。

第4 第3に定める施設等を利用できる団体は、半数以上が都民により構成され、又は都内に活動拠点がある消費者団体等とする。

第5 施設等を利用しようとする消費者団体等は、あらかじめ利用団体登録申請書(別記第1号様式)に規約等、役員名簿及び機関紙等の活動状況のわかるものを添付してセンター所長に提出する。

表 D4-4-6 平成24年度から平成26年度までの登録件数、団体数等

(単位: 件)

| 年度 | 消費生活総合センター | | | | 多摩消費生活センター | | | |
|--------|------------|----------|----------|------------|------------|----------|----------|------------|
| | 申請 件数 | 登録 件数 | 抹消 件数 | 年度末 団体数 | 申請 件数 | 登録 件数 | 抹消 件数 | 年度末 団体数 |
| 平成24年度 | 8 | 8 | 3 | 76 | 5 | 5 | 1 | 28 |
| 平成25年度 | 4 | 4 | 11 | 69 | 4 | 4 | 3 | 29 |
| 平成26年度 | 10 | 10 | 2 | 77 | 3 | 3 | 5 | 27 |

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

(3) 「東京くらしねっと」について
 消費生活総合センターでは、消費生活に関する様々な問題、消費生活相談事例、商品テスト結果、安全情報などを提供する総合情報誌「東京くらしねっと」を毎月発行している。消費生活総合センターの情報提供、消費者教育及び活動支援事業を代表する情報媒体として位置付けられており、ウェブサイトを「東京くらしねっと」からもWEB版の閲覧が可能である。

表 D4-4-7 「東京くらしねっと」の概要

| 媒体名 | 内容 | 発行部数等 |
|------|--|---------------------------|
| 活字版 | 消費生活に関する様々な問題、消費生活相談事例、商品テスト結果、安全情報などを提供している。配布方法は、区市町村の消費者行政窓口や都内チェーンストア等で配架している。 | 年12回(毎月)発行 発行部数 毎月10万部 |
| WEB版 | 活字版「東京くらしねっと」の内容をウェブサイトを「東京くらしねっと」で提供している。 | 年12回(毎月)発行 |
| 音声版 | 視覚障害者向けに、掲載記事の中から抜粋したものを録音した内容をCDで提供している。 | 年6回発行 |

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

平成26年度の月別の配布先別部数は、表D4-4-8のとおりである。毎月の発行部数について、配布先別の部数に大きな変動はないことが分かる。
 年間の発行部数は、「東京くらしねっと」読者アンケート等の声も踏まえて、必要部数の確認を年1回配布先に対して行っているが、結果的に、従来から年間を通じて毎月約10万部の配布となっている。消費生活総合センターとしては、毎月10万部の発行部数については、おおむね都民100人に対して1部の割合を考えていることであった。

また、配布残部数が毎月2千部ほど発生しており、平成26年度の配布残部数合計は32,190部であるが、配布先での在庫部数は消費生活総合センターでは一切把握していないため、発行されたものの都民の手元に届けられていない「東京くらしねっと」は、それ以上の部数となっているものと考えられる。

そこで、監査人が活字版「東京くらしねっと」1部当たりの発行コストを推定計算した(表D4-4-9参照)。その結果、それは9.5円であることから、これに平成26年度の配布残部数合計32,190部を乗じれば、少なくとも年間305千円の無駄が生じていることが分かる。

表 D4-4-8 平成26年度における月別の配布先別部数

| 配布先 | 5月分 | | 6月分 | | 7月分 | | 8月分 | | 9月分 | | 10月分 | |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 件数 (件) | 部数 (部) | 件数 (件) | 部数 (部) | 件数 (件) | 部数 (部) | 件数 (件) | 部数 (部) | 件数 (件) | 部数 (部) | 件数 (件) | 部数 (部) |
| 区内窓口 | 149 | 6,484 | 149 | 6,480 | 149 | 6,480 | 149 | 6,479 | 149 | 6,474 | 149 | 6,474 |
| 区市町村消費者行政窓口 | 63 | 24,444 | 63 | 24,444 | 63 | 24,444 | 63 | 24,444 | 63 | 24,444 | 63 | 24,344 |
| 区市町村施設 | 324 | 7,032 | 324 | 7,032 | 323 | 7,022 | 323 | 7,022 | 323 | 7,022 | 326 | 7,052 |
| 図書館 | 6,524 | 327 | 6,524 | 327 | 6,524 | 327 | 6,484 | 324 | 6,499 | 316 | 6,369 | |
| 国の行政機関等 | 1,161 | 66 | 1,161 | 66 | 1,161 | 66 | 1,161 | 66 | 1,161 | 66 | 1,161 | |
| 消費者団体 | 1,228 | 51 | 1,228 | 51 | 1,228 | 51 | 1,228 | 51 | 1,228 | 51 | 1,228 | |
| 生活協同組合 | 51 | 1,228 | 51 | 1,228 | 51 | 1,228 | 51 | 1,228 | 51 | 1,228 | 51 | 1,228 |
| 地下鉄・私鉄 | 26 | 6,000 | 26 | 6,000 | 26 | 6,000 | 26 | 6,000 | 26 | 6,000 | 26 | 6,000 |
| 銀行 | 307 | 269 | 307 | 269 | 307 | 267 | 305 | 267 | 305 | 267 | 305 | |
| 公営浴場 | 103 | 2,586 | 103 | 2,586 | 103 | 2,586 | 101 | 2,586 | 99 | 2,586 | 98 | 2,726 |
| 百貨店 | 3,072 | 33 | 3,072 | 33 | 3,072 | 33 | 3,072 | 33 | 3,072 | 33 | 3,072 | |
| チェーンストア | 249 | 24,053 | 249 | 24,053 | 248 | 24,048 | 248 | 24,048 | 247 | 23,958 | 247 | 23,958 |
| 郵便局 | 119 | 7,410 | 119 | 7,410 | 119 | 7,410 | 119 | 7,410 | 119 | 7,410 | 119 | 7,410 |
| 医療機関 | 52 | 885 | 59 | 885 | 56 | 895 | 76 | 915 | 76 | 915 | 76 | 915 |
| 弁護士会等各種団体 | 73 | 3,905 | 73 | 3,905 | 73 | 4,003 | 73 | 4,003 | 73 | 4,003 | 73 | 4,003 |
| 公立高校 | 9 | 18 | 9 | 18 | 9 | 18 | 9 | 18 | 9 | 18 | 9 | 18 |
| 私立高校(支部長校) | 12 | 504 | 12 | 504 | 12 | 504 | 12 | 504 | 12 | 504 | 12 | 504 |
| 都立高校 | 191 | 384 | 191 | 384 | 191 | 384 | 191 | 384 | 191 | 384 | 191 | 384 |
| 合計 | 2,153 | 98,176 | 2,153 | 98,176 | 2,152 | 98,289 | 2,165 | 98,206 | 2,162 | 98,051 | 2,159 | 97,821 |
| 残部 | - | 1,824 | - | 1,824 | - | 1,731 | - | 1,794 | - | 1,919 | - | 2,179 |

| 配布先 | 11月分 | | 12月分 | | 1月分 | | 2月分 | | 3月分 | | 4月分 | |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 件数 (件) | 部数 (部) | 件数 (件) | 部数 (部) | 件数 (件) | 部数 (部) | 件数 (件) | 部数 (部) | 件数 (件) | 部数 (部) | 件数 (件) | 部数 (部) |
| 区内窓口 | 148 | 6,484 | 148 | 6,464 | 148 | 6,250 | 148 | 6,250 | 148 | 6,250 | 148 | 6,250 |
| 区市町村消費者行政窓口 | 63 | 24,344 | 63 | 24,344 | 63 | 24,114 | 63 | 24,114 | 63 | 24,114 | 63 | 24,114 |
| 区市町村施設 | 326 | 7,052 | 326 | 7,027 | 321 | 6,770 | 320 | 6,745 | 320 | 6,745 | 320 | 6,745 |
| 図書館 | 6,369 | 314 | 6,344 | 313 | 6,274 | 313 | 6,274 | 313 | 6,274 | 313 | 6,274 | |
| 国の行政機関等 | 66 | 1,101 | 66 | 1,153 | 66 | 1,153 | 66 | 1,153 | 66 | 1,153 | 66 | 1,153 |
| 消費者団体 | 51 | 1,228 | 51 | 1,228 | 50 | 1,203 | 50 | 1,203 | 50 | 1,203 | 50 | 1,203 |
| 生活協同組合 | 34 | 1,913 | 34 | 1,913 | 34 | 1,891 | 34 | 1,891 | 34 | 1,891 | 34 | 1,891 |
| 地下鉄・私鉄 | 26 | 6,000 | 26 | 6,000 | 26 | 6,000 | 26 | 6,000 | 26 | 6,000 | 26 | 6,000 |
| 銀行 | 304 | 269 | 303 | 265 | 303 | 265 | 303 | 265 | 303 | 265 | 303 | |
| 公営浴場 | 98 | 2,726 | 98 | 2,726 | 98 | 2,716 | 98 | 2,716 | 98 | 2,716 | 97 | 2,686 |
| 百貨店 | 3,072 | 33 | 3,072 | 33 | 3,072 | 33 | 3,072 | 33 | 3,072 | 33 | 3,072 | |
| チェーンストア | 246 | 23,888 | 244 | 23,788 | 244 | 23,598 | 244 | 23,488 | 241 | 23,058 | 241 | 23,058 |
| 郵便局 | 119 | 7,410 | 119 | 7,410 | 119 | 7,410 | 119 | 7,410 | 119 | 7,410 | 119 | 7,410 |
| 医療機関 | 78 | 915 | 75 | 914 | 75 | 914 | 75 | 918 | 74 | 917 | 73 | 967 |
| 弁護士会等各種団体 | 73 | 4,003 | 73 | 4,003 | 73 | 3,888 | 73 | 3,888 | 73 | 3,888 | 73 | 3,888 |
| 公立高校 | 9 | 18 | 9 | 18 | 9 | 18 | 9 | 18 | 9 | 18 | 9 | 18 |
| 私立高校(支部長校) | 12 | 504 | 12 | 504 | 12 | 504 | 12 | 504 | 12 | 504 | 12 | 504 |
| 都立高校 | 191 | 384 | 191 | 384 | 191 | 384 | 191 | 384 | 191 | 384 | 191 | 384 |
| 合計 | 2,152 | 97,775 | 2,146 | 97,603 | 2,140 | 96,242 | 2,139 | 96,111 | 2,135 | 96,690 | 2,135 | 95,700 |
| 残部 | - | 2,225 | - | 2,397 | - | 3,758 | - | 3,889 | - | 4,320 | - | 4,300 |

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

表 D4-4-9 「東京くらしねっと」の発行コスト

(単位：千円)

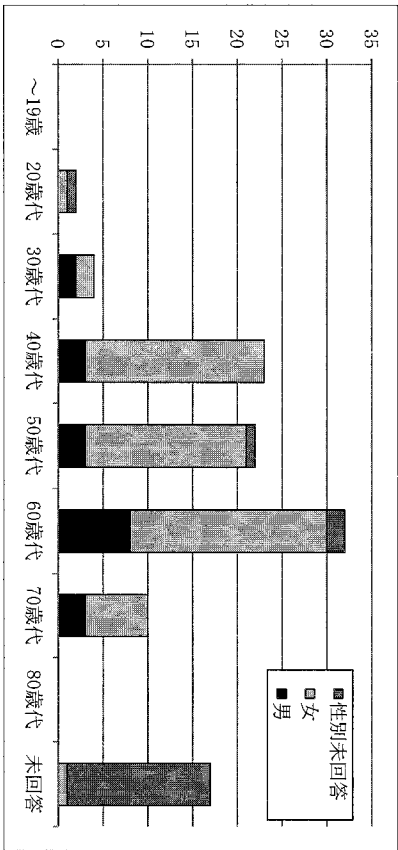
| 契約件名 | 金額 |
|---|----------|
| 平成 26 年度消費生活情報誌「東京くらしねっと」(上半期)の印刷 | 3,013 |
| 平成 26 年度消費生活情報誌「東京くらしねっと」(下半期)の印刷 | 2,786 |
| 平成 26 年度消費生活情報誌「東京くらしねっと」デザイン・レイアウト等の委託 | 5,652 |
| 合計 | 11,451 |
| (活字版一部当たり発行コスト) | (9.5円/部) |

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

次に、アンケートの調査結果から平成 26 年度の「東京くらしねっと」の年代別性別の読者属性を確認した(グラフ D4-4-1 参照)。その結果、10代から 30代の若い世代の割合が 10%以下と著しく低いことが分かる。アンケートではチェーン展開しているコーヒーショップやレンタルビデオ店など比較的若い世代が集い、入手しやすい場所での配布を希望する声も寄せられていることから、配布場所に検討の余地が認められる。

グラフ D4-4-1 年代別性別の読者属性(一般読者・定期読者個人)(平成 26 年度)

(単位：人)



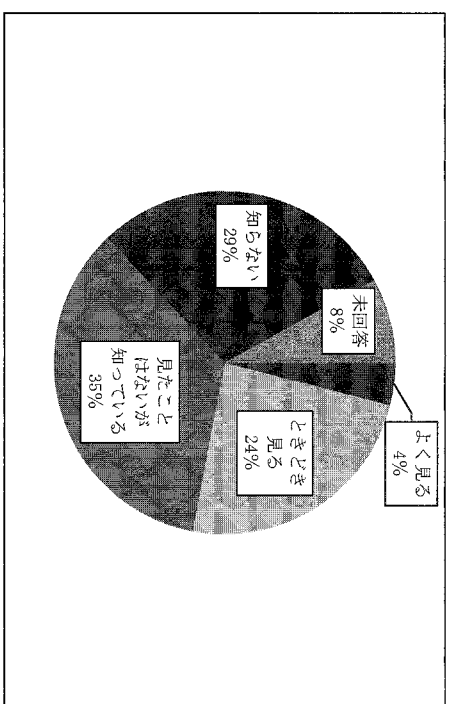
(生活文化局作成資料より監査人が作成)

(注) サンプル数=110名

また、同アンケートの調査結果「WEB 版くらしねっとの閲覧経験」(グラフ D4-4-2)によれば、「よく見る・ときどき見る」の割合は 28%にとどまり、「見

たことがない」、「WEB 版自体の存在を知らない」の割合が 6 割を超えていることから、ホームページでの広報の在り方についても検討の余地が認められる。

グラフ D4-4-2 WEB 版くらしねっとの閲覧経験(平成 26 年度)



(生活文化局作成資料より監査人が作成)

(4) 消費者教育教材について

① 消費者教育 DVD の作成とホームページによる公開について

消費生活総合センターでは、相談や被害が多いトラブル等をテーマとして設定し、視聴対象者を絞り込んだ上で、見て楽しめる分かりやすい教材として、区市町村主催の消費者教育講座、企業の採用者研修や大学での新入生教育、介護従事者や高齢者福祉施設などで手軽に活用してもらえるように、ドラマ仕立ての DVD 動画を作成し、無料で配布している。

そこで、まず、消費者教育 DVD について、平成 24 年度から平成 26 年度までの作成状況を確認したところ、表 D4-4-10 のとおりである。

表 D4-4-10 消費生活総合センターで作成した DVD

(単位：千円)

| 年度 | タイトル | 製作費 | 配布費 |
|----------|--------------------------------------|-------|-----|
| 平成 24 年度 | ちよつと特った！その契約～賃貸住宅の契約トラブルを防ぐために～ | 5,669 | 456 |
| | ヒヤリハットトリくん只今参上！～高齢者の身の回りの危険を防ぐでござる！～ | 5,565 | |
| 平成 25 年度 | 洗濯の心得～洗濯とクリーニングの基本～ | 5,617 | 292 |
| | 若者たちを狙う悪質商法～SNS を悪用した出会いにご用心～ | 5,669 | |
| 平成 26 年度 | 私は、だまされなない～悪質商法の被害を防ぐ鉄則集～ | 5,832 | 257 |

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

次に、消費生活総合センターで作成した消費者教育 DVD は 1 年間ホームページで動画配信されており、このことは消費者教育 DVD 制作委託契約書（仕様書を含む）で定め、あるいは事前に説明して同意を得ているということであるが、監査人がその配信状況を確認した結果、平成 27 年 8 月時点で、1 年間に超えて公開されている消費者教育 DVD が 2 件（平成 25 年度作成の「若者たちを狙う悪徳商法」及び「洗濯の心得」）存在していた。

このような状況が生じた原因を質問したところ、消費者教育 DVD をホームページで公開（動画配信）する作業は消費生活総合センター職員が実施しており、その作業を誤ったことにあるという回答を得た。なお、この質問を契機に、当該 2 件はホームページでの公開（動画配信）から削除されているが、今後このような状況が生じないよう、消費生活総合センターは、消費者教育 DVD のホームページ公開（動画配信）について、配信期間を適切に管理するためのルールなど体制を構築し、これを確実に運用することが必要である。

なお、消費者教育 DVD のホームページ公開（動画配信）期間について現在は 1 年としているが、これをもっと長い期間にすることは可能か質問したところ、「契約等によって 1 年間に条件としていたため、これを超えて公開（動画配信）するには、受託（製作）会社を通じて、出演者の属するプロダクション等と肖像権使用や使用料を交渉することが必要であり、可能か否かはその交渉次第である。」という回答を得た。したがって、満足度調査などを実施し、消費者教育に効果が認められる消費者教育 DVD については、その公開（動画配信）期間の延長を交渉することが望ましい。

(指摘 2-2) 消費者教育 DVD のホームページ公開（動画配信）期間の超過について

消費者教育 DVD のホームページ公開（動画配信）期間は契約等で 1 年間と定められているが、これを超過して公開（動画配信）されている消費者教育 DVD が 2 件（平成 25 年度作成の「若者たちを狙う悪徳商法」及び「洗濯の心得」）存在していた。今後は、このような状況が生じないよう、消費生活総合センターは、消費者教育 DVD のホームページ公開（動画配信）について、配信期間を適切に管理するためのルールなど体制を構築し、これを確実に運用することとされた。

② 消費者教育 DVD 等の配布について

消費生活総合センターでは、消費者教育 DVD を、表 D4-4-11 のとおり、各関係機関に配布している。

表 D4-4-11 消費者教育 DVD の配布先

(単位：枚)

| 配布先 | 平成 24 年度 | | 平成 25 年度 | | 平成 26 年度 |
|-----------|--------------|-----------------|-------------|-------|------------|
| | ちよつと特った！その契約 | ヒヤリハットトリくん只今参上！ | 若者たちを狙う悪質商法 | 洗濯の心得 | 私は、だまされなない |
| 国、区市町村 | 69 | 130 | 134 | 132 | 130 |
| 教育機関 | 402 | - | 376 | 485 | - |
| 図書館 | 192 | 192 | 188 | 188 | 185 |
| 消防署 | - | 95 | - | - | - |
| 高齢者福祉施設 | - | 416 | - | - | 462 |
| 事業者等 (※1) | 202 | 76 | 58 | 7 | 25 |
| 庁内 | 36 | 26 | 52 | 40 | 35 |
| 監修者 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| (在庫) (※2) | 48 | 14 | 191 | 147 | 162 |
| 計 | 950 | 950 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |

(生活文化局作成資料より監査人が作成)

※1 消費生活協同組合等。DVD のテーマに関連する事業者に啓発（事前防止）目的で配布している。

※2 作成年度末現在の所内保管分。その後も必要に応じ配布している。

表 D4-4-11 のとおり、消費生活総合センターは、教育機関をはじめ、高齢者福祉施設、事業者等に消費者教育 DVD を配布しているが、これら配布先の活

用状況を確認しているか質問したところ、「図書資料室における一般利用者への貸出しや閲覧のほか、約 200 件の出前講座（企業や町内会、教育機関からの依頼による講師派遣事業）などでの活用に伴う講師からの報告や、講座受講者からの感想などにより、その活用状況を確認している。また、他の道府県等から複製を依頼される（平成 26 年 178 件）都度、依頼者に活用状況を確認している。」との回答を得た。しかしながら、消費生活総合センターは、これら配布先から、消費者教育 DVD の視聴者の人数に関する情報を収集していないため、可能な限り、この情報も入手して分析し、今後の消費者教育 DVD の作成などに役立てることが望ましい。

③ 他団体が作成した消費教育教材 DVD 等の活用について

消費生活部は、東京都消費生活基本計画において、「教育機関や消費者団体はもとより、新たに事業者・事業者団体、民間 ADR 機関、NPO 法人、試験研究機関、大学等、多様な主体との連携により、事業者団体等有するノウハウ等を活用して都民向けの消費者教育・啓発を促進」することとしている。

このことから、消費生活総合センターはどのように他団体のノウハウ等を活用しているか質問したところ、「消費生活総合センターでは、他の自治体や関係団体等と、日頃から消費者教育・啓発に関する情報交換を行っており、その情報交換の中で、それぞれの団体が作成する教材等の情報は共有している。また、消費者庁や消費者教育に関する専門機関が発行する機関誌やホームページ等を通じて、他団体が作成する教材等の把握に努めている。このうち、学校教員等が取寄せて授業等で活用することが可能な教材等については、一覧に取りまとめ、消費生活総合センターで開催する教員講座の際に配布するとともに、会場内で教材の現物の展示及び内容の説明を行っている。この一覧は区市町村にも配布し、消費生活部のウェブサイトで紹介するなど、学校教育における活用促進を図っている。」という回答を得た。

しかしながら、消費生活総合センターが主催する講座等では、自らが作成した消費者教育教材は利用するものの、他団体が作成した教材等は利用していないという状況である。したがって、教員等や区市町村に配布している一覧表に記載のある他団体作成教材等も、消費生活総合センターが主催する講座等で活用することも、都民の財源負担軽減の観点から、また消費者教育の観点からも望ましい場合があると考えられる。

(5) 消費者教育に関する教育庁との連携について

① 東京都消費生活基本計画と東京都消費者教育推進計画について

少子高齢化の進行、インターネットを利用した電子商取引の拡大、東日本大震災後の消費者の意識の変化など、消費生活を巡る状況は大きく変化している。また、悪質商法による深刻な消費者被害についての相談や、身近な商品やサービスの安全に関する事故、食の安全に関する不安なども後を絶たない状況にある。このような状況の中、消費生活部では、消費者が直面する様々な課題を解決し、都民の消費生活の安定と向上を図ることを目的として、平成 25 年 3 月に「東京都消費生活基本計画」を改定した。その中で都は、消費者教育を重要な柱として捉え、東京都消費生活基本計画の一部として「東京都消費者教育推進計画」（以下、「推進計画」という。）を定め、消費者教育に取り組んでいるところである。

平成 25 年 5 月付「消費者教育に関する実施状況調査-報告書-」（以下、「実施状況調査」という。）によれば、表 D4-4-12 のとおり、消費者教育に関する授業はすべての学校で行われているわけではなく、また行われていても年間の授業時間は 1～2 時間程度にとどまっている学校が約半数を占めている。

表 D4-4-12 消費者教育に関する授業実施状況等

(単位：%)

| 対象 | 消費者教育に関する授業実施の有無 | | 年間授業時間が 1～2 時間を占める学校の割合 |
|------|------------------|--------|-------------------------|
| | 行っている | 行っていない | |
| 小学校 | 80.1 | 17.1 | 2.8 |
| 中学校 | 93.6 | 5.6 | 0.7 |
| 高等学校 | 88.5 | 9.4 | 2.1 |

(生活文化局「消費者教育に関する実施状況調査-報告書-」平成 25 年 5 月より監査人が作成)

さて、推進計画は、平成 24 年 12 月に施行された消費者教育推進法の規定に基づき、積極的に消費者教育に取り組んでいくため、消費者教育に関する調査結果を踏まえ、都が全国の都道府県で初めて策定したものである。推進計画では、「多様な主体との連携」や「若者の消費者被害の防止」など、特に重点的に取り組む世代・層等を設定している。推進計画の中では、ライフスデザインことこの施策として、小学生期・中学生期・高校生期における学校現場での取組・支援が掲げられている。