

## 令和3年度 第2回市政モニターアンケート

### 「消費者教育」の集計結果からの考察

#### 「消費者教育」を身近に感じてもらう“言葉選び”が必要

消費者教育に対して、「敷居が高い」「イメージがわからない」などの声があり、「消費者教育」という言葉自体が市民に広く浸透していないことが伺える。

消費者教育に関心を持ってもらうためには、市内で起きている具体的な事例の紹介をするなどして、市民に訴えることが効果的であると考えます。

#### “ネット環境”を活用した教育機会と情報の提供が必要

講座受講者など知識を持つ人はトラブルになりにくく、万が一、トラブルにあってしまった時も、的確な判断と適切な行動により自己解決している傾向がある。消費者教育により、正しい知識を身に付ける機会の提供が重要である。

しかし、仕事の都合で講座に参加できないと回答する人は多く、日中の講座に参加することが難しい人が相当数いることが想定される。そこで、インターネットや動画を活用し、自分の好きなタイミングで見ることができるようにするなど、今の時代のニーズに合った情報を届ける手段の見直しが必要である。

また、過半数の人がインターネットに関する事例の紹介を要望していることから、市公式ウェブサイトやTwitter・LINEなどのSNSで掲載することも検討していく。

#### “非対面で”気軽に相談できる窓口が求められている

「相談先がわからない」「大げさにしたくない」「今回きりで我慢すれば済む」「言うのが恥ずかしい」などの理由から、実際に商品やサービスについてトラブルにあい不満に思っているも、周囲に相談せず諦めてしまっている人がいる。

市公式ホームページなどのウェブ上やSNSからの相談を要望する声もあることから、相談へのハードルを下げるためには、時間と場所を選ばず相談できる非対面の相談窓口が求められている。