

協働テーマ

消費者被害の未然防止のため、イベント会場周辺の人流データを分析し、時間や属性に応じて最適な啓発コンテンツを提供したい！

課題



- ◆ 日々各種デバイスを通して手元に届く膨大な情報は、都民の利便性を高める一方、世代を問わず新たな消費者被害の要因になっている。
- ◆ こうした消費者被害は、行政主体の消費者教育や注意喚起だけでは防止しきれず、様々な世代の都民を巻き込みながら、「リスク時代の賢い消費者像」を社会に浸透させる必要がある。
- ◆ 消費者団体とともに組織する実行委員会主催の啓発イベントで、会場である新宿駅西口広場イベントコーナーの、①巨大ターミナルに近接し、通勤・通学者、観光客、買物客など多様な属性の人流が時間帯ごとに大きく変化すること、②滞留時間が短く、「立ち止まらせる工夫」や「瞬時に理解できる情報提示」が不可欠であること、③屋外空間であり、音・視認性・導線に制約があることなどの特性を踏まえたイベントを実施したい。

背景

【デジタルコンテンツ利用など、来場者の興味・関心をひくアイデア・発想の不足】

- ◆ 実行委員会の構成員である消費者団体会員の高齢化が進み、また消費者団体からの拠出金の増額が見込めない中で、啓発イベントの魅力的かつ効果的な企画や仕立ての発案が困難な状況にある。
- ◆ ブースを設置して運よく来場者が立ちよれば説明するといった旧来型の運営スタイルで、巨大ターミナル隣接会場にもかかわらず、人の流れに応じた（予測した）呼び込みや発信を行う知識や技術がない。
- ◆ AI性能が高度化し、なりすましや偽・誤情報は警戒すべき情報と知りながらなぜ騙され・被害に遭うのか…。例えばその心理状態を体験してもらうようなコンテンツを用意して来場者を引き付け、効果的な啓発を行いたい。
- ◆ 人の流れを分析し、時間帯によってサインージで呼び込みを行うなどの工夫ができると、なお良い。

現場からのコメント



- ◆ 物販・飲食コーナーは設置しないため、来場者の呼び込みとコンテンツの魅力が勝負。
- ◆ 消費者被害の防止・製品安全に対する意識の啓発という目的さえ外さなければ、魅力的なコンテンツの提案は大歓迎。

現場情報

※現場への直接のご連絡は行わないでください

生活文化局 消費生活総合センター
(活動推進課 協働連携事業担当)

- 消費者団体（生活協同組合連合会など）との協働による消費者教育・消費者被害防止
- 出前寄席や出前講座などの事業も活用可能