

平成28年下期 「一都三県ヤミ金融被害防止合同キャンペーン」の実施結果について

- 1 実施時期 平成28年11月15日（火）11:30～16:30
- 2 実施場所 新宿駅西口イベントコーナー
- 3 実施内容
 - (1) 弁護士、司法書士による無料法律相談 相談件数：4件
主な相談内容：契約について3件、その他1件
 - (2) ファイナンシャルプランナーによる無料家計相談 相談件数：11件
主な相談内容：家計費について5件、金利について2件、年金について2件
その他2件
 - (3) 参加機関による啓発資料の展示（パネル展示、DVD放映、パンフレット類配布等）
 - (4) ヤミ金融被害等防止に関する落語（20分、2回）
 - (5) 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、警視庁のマスコットによるPR
 - (6) キャンペーングッズ（ボールペン）の配布 計3,000個
 - (7) ヤミ金融被害防止宣言
 - (8) ヤミ金融及びキャンペーンについてのアンケート 回答者数・・・226人
- 4 参加機関
全国クレサラ・生活再建問題被害者連絡協議会、公益財団法人日本クレジットカウンセリング協会、東京三弁護士会、東京司法書士会、日本司法支援センター東京地方事務所、日本貸金業協会、東京都社会福祉協議会、新宿区、関東財務局東京財務事務所、神奈川県、千葉県、埼玉県、警視庁（生活経済課、組織犯罪対策第三課、新宿警察署）、東京都 計14機関、関係機関参加者数 約90名
- 5 後援 金融庁
- 6 広報
 - ・広報東京都（11月号）
 - ・都営地下鉄（3路線及び）の啓発ポスター掲示による案内
 - ・新橋駅構内啓発ポスター掲示による案内
 - ・都営バス（ラッピングバス）新宿営業所・杉並営業所管内（11月） 3台
 - ・ラジオ放送（TBSラジオ「都民ニュース」）の他、関係機関等の窓口での周知
 - ・大井競馬場カラービジョン
 - ・アルタビジョン（新宿及び立川）
 - ・ファロシティビジョン（新橋）
 - ・新宿駅西口大型デジタルサイネージ・4号街路デジタルサイネージ
 - ・（公財）東京都中小企業振興公社の広報誌「アーガス21」を活用した周知（約2万部）
 - ・都内中小企業を中心に約2万社に対して啓発ポスターを送付
 - ・東京都中小企業団体中央会等での啓発チラシによる周知
 - ・東京都消費者団体関連イベント等へのグッズ・チラシ配布
 - ・ツイート発信
 - ・ユーチューブ配信（11月）



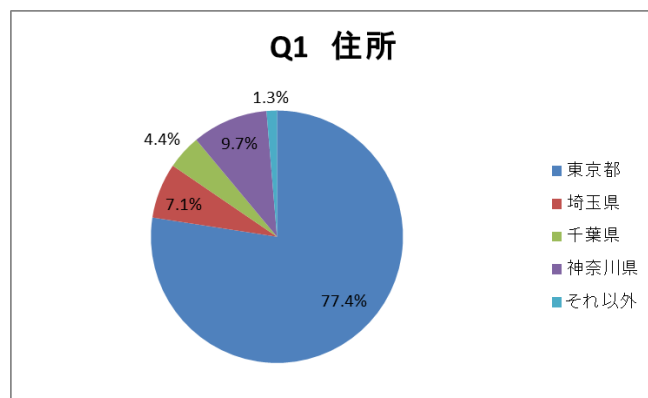
★一都三県ヤミ金融被害防止合同キャンペーン 来場者アンケート

※調査について

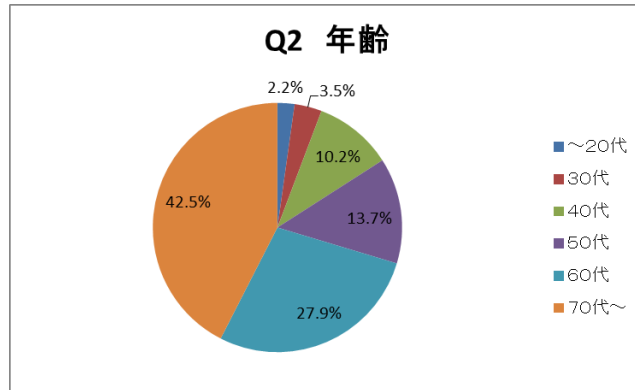
日時:平成28年11月15日(火)11時30分~16時30分

場所:新宿駅西口イベントコーナー(キャンペーンコーナー内)

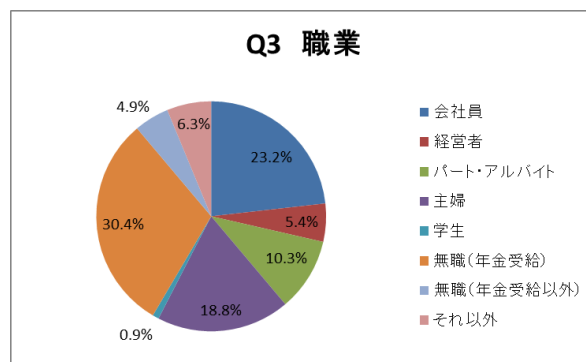
回答総数:226件



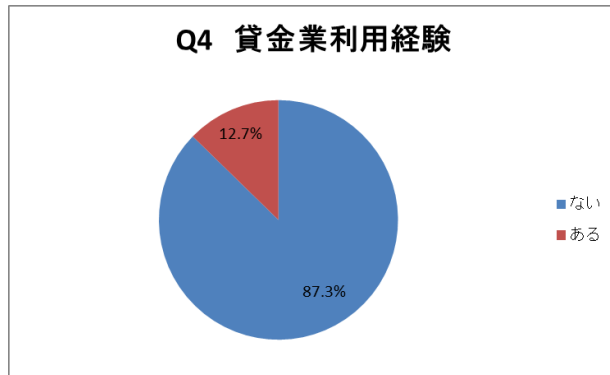
n=226.



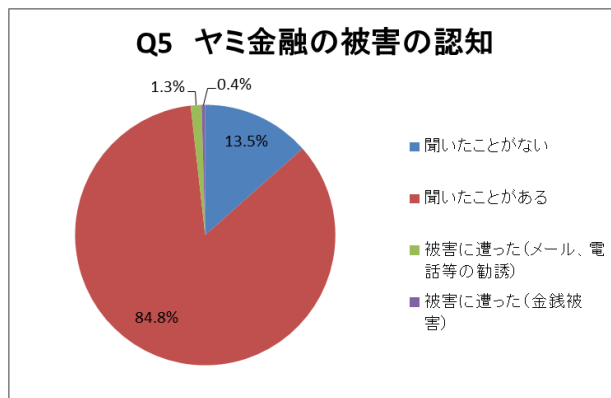
n=226.



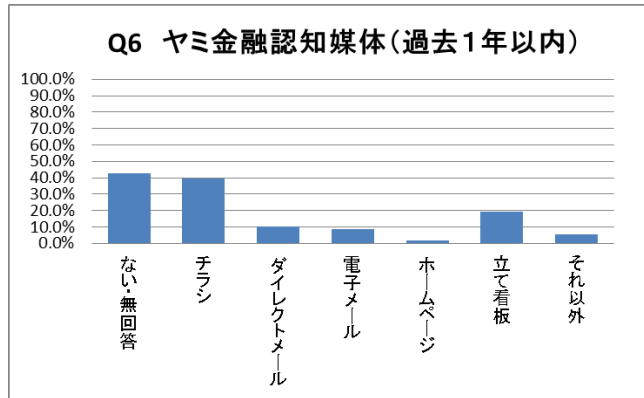
n=224.



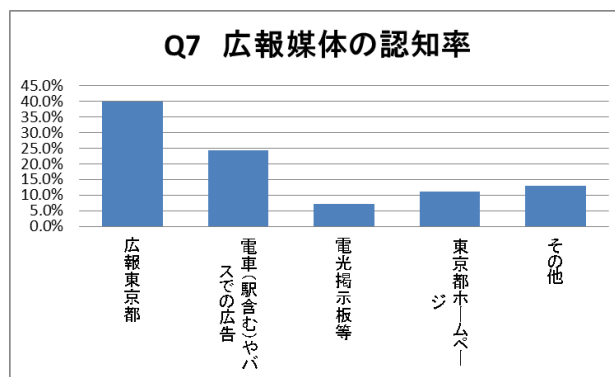
n=220.



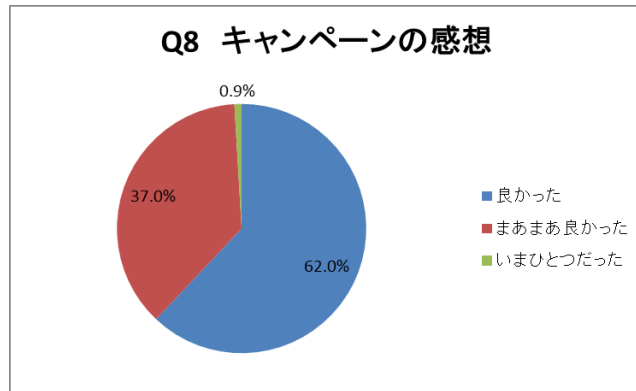
n=223.



n=226.



n=226.



n=216.

平成28年度下期

「一都三県ヤミ金融被害防止合同キャンペーン」のアンケート結果について

アンケート実施時期 平成28年11月

アンケート回収数 12機関・団体等

アンケート結果 以下のとおり（自由意見付記）

開催時間	
開催時間 11:30 ～16:30	① この時間帯で良い . . . 12機関・団体
	② もう少し短い方が良い . . . 0機関・団体
	③ もう少し長い方が良い . . . 0機関・団体
イベントコーナー内	
1：無料法律相談・無料家計相談	① 今回のようなやり方で良い . . . 11機関・団体
	② やり方を変えた方が良い . . . 1機関・団体
	・ヤミ金というテーマと実際の相談内容(建物引渡し・多重債務消費者金融)が合致していないのではないかと。ヤミ金だけをテーマにしない方がよいかと思う。
2：資料等の展示	① 今回のようなやり方(団体ごとにブースを設置)で良い . . . 11機関・団体
	② やり方を変えた方が良い . . . 1機関・団体
	・例えば他の社会問題・消費者被害(振り込め詐欺など)と一緒にするというのはいかがか。 ・キャンペーン会場が人の動線から若干離れているため、興味のない人は各県のブースへの立ち寄りが少ない。「一都三県のキャンペーン」なので、各都県のブースを並べることや、各県のキャラクターが会場全体を移動して通行人の興味を引くようにしてはどうか。
3：ステージイベント(落語)	① 今回のようなやり方(プロ等が行う余興(Ex. ヤミ金をネタにしたもの)で良い . . . 11機関・団体
	② 特に行う必要はない . . . 0機関・団体
	・さらに活気あるイベントにするために、落語に限らずさらに集客が期待できるイベントと合同で行うことを提案する。

グッズ配布等

<p>4：配布物 (ボールペン)</p> <p>配布実績 3,000個</p>	<p>① 今回のような配布予定数、配布物で良い・・・11機関・団体</p> <p>② 配布数を減らして、配布物のグレードを上げたほうが良い ・・・0機関・団体</p> <p>③ 配布物をもっと安価なものにし、配布数を増やしたほうが良い ・・・1機関・団体</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・ボールペンは受け取ってくださる方が多く、短時間で配布できた。 ・ボールペンは人気が高く、広報効果がかなり認められた。 ・ボールペンはサイズが小さく、受け取る側も取りやすいことから短時間で配布することができたのでは。 ・ボールペンの単価を下げて配布数を増やすことを検討してはどうか。 ・6月は梅雨時という季節柄、携帯ポンチョのような雨具関係はどうか。あるいは、展示物(冊子やパンフなど)を入れる簡易な手提げバッグはどうか。今回、たくさんの展示物のお持ち帰りに難渋している方がいらしたので。 ・ボールペンはコンパクトで配りやすく目にとめてもらう確率も高いので、次も有力候補だと思う。 ・きちんとしたメーカーの啓発物を配布することで実際に使っていただける。他の方の目にも触れ、啓発へとつながる。前回・今回のボールペンは質が高かったと思う。 ・ボールペンやマーカーペンなどは受け取ってもらえるのでよいと思う。
<p>5：着ぐるみによるPR</p>	<p>① 今回のようなやり方（一都三県のマスコット）で良い ・・・12機関・団体</p> <p>② 他のマスコット（商業用キャラクター等）も加えた方が良い ・・・0機関・団体</p> <p>③ 着ぐるみは必要ない ・・・0機関・団体</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・やはり着ぐるみの集客力は強く、明るい場所へどうぞというような呼び込みで会場へ誘導すると良いのかもと感じた。 ・着ぐるみがあると集客率が良い。 ・客寄せとしての効果はあるが、運搬に係る車両やスタッフの確保等の負担は大きい。着ぐるみは中に入る対象者が限定されるため、職員では対応できない場合もあり、今回のように受託業者側で対応してもらえるような方法を取っていただきたい。

6:今後のキャンペーンについて

- ・ヤミ金撲滅ソング「NO NO ヤミ金」は頭の中でかかり続けてしまうが、これを活用することは難しいのでしょうか。
- ・ヤミ金の手口が複雑巧妙化しており、貸金業だけでなく、クレジットカードやプリペイドカードを購入させて送付させたり、携帯電話やタブレットを購入させ送付させる等の被害が出ているので、貸金業以外の関係機関とも連携する必要があるのではと感じる。
- ・「ヤミ金魚」のキャラクターは悪役キャラで、単体では何のキャンペーンなのか分かりづらいように感じた。悪質商法撲滅キャンペーンの「カモかも」のような被害者側キャラと組み合わせるなど、キャンペーンとキャラクターにわかりやすさを追求しては。
- ・さらに活気あるキャンペーンにするために、ヤミ金だけでなく他の問題と共同で開催してはどうか。
- ・今回もブースを設置していただいているにもかかわらず、パンフレットの展示・配布のみに留まり、申し訳ない。他の業務との錯綜などで不十分な参加形態となり恐縮だが、今後ともよろしく。
- ・グッズ配布について配布場所を増やすことは可能か。配布をされていて「もうもらってます」と断られることが多く、配布できる場所に対して人員が過多だった印象がある。難しいかもしれないが、拡大が可能ならば同人数でさらに効率的なグッズ配布が行えるかと思う。