

# 第 13 次 第 5 回 横浜市消費生活審議会 議事次第

令和 4 年 6 月 17 日（金）  
13 時 30 分～

## 1 開 会

## 2 議 題

- (1) 会議録確認者の選出について
- (2) 第 13 次審議会意見書（素案）について
- (3) 令和 4 年度横浜市消費者教育推進計画について

## 3 事務連絡

## 4 閉 会

### 【資料】

資料 1 第 13 次横浜市消費生活審議会委員名簿

資料 2-1 第 13 次審議会意見書（素案）

「緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止～自然災害や感染症拡大時における消費者の安全安心を確保する体制の構築～」

2-2 第 4 回審議会での意見の反映状況

資料 3-1 令和 4 年度横浜市消費者教育推進計画

3-2 横浜市消費者教育推進計画策定の流れ

## 第13次第5回横浜市消費生活審議会名簿

令和4年6月17日現在

No	委員氏名	所 属
1	あまの まさお 天野 正男	神奈川県弁護士会
2	いまい りか 今井 里香	横浜市生活協同組合運営協議会 代表
3	おおもり しゅんいち 大森 俊一	公益社団法人 日本訪問販売協会 専務理事
4	かわい なおみ 河合 直美	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
5	くりた ゆたか 栗田 裕	横浜商工会議所
6	しろた たかこ 城田 孝子	神奈川県弁護士会
7	しんじょう しげる 新庄 茂	市民委員
8	たがや としこ 多賀谷 登志子	横浜市消費者団体連絡会 代表幹事
9	たなか まこと 田中 誠	神奈川県弁護士会
10	ながお じゅんじ 長尾 淳司	一般社団法人 日本クレジット協会 総務部長
11	はなだ まさし 花田 昌士	公益社団法人 消費者関連専門家会議 理事
12	ほそかわ こういち 細川 幸一	日本女子大学家政学部 教授
13	まつい ゆうこ 松井 祐子	市民委員
14	むら ちずこ 村 千鶴子	東京経済大学 現代法学部 教授・弁護士
15	もちづき ようすけ 望月 陽介	横浜市消費生活推進員 港北区副代表

敬称略：五十音順

# 緊急時における消費生活トラブルへの 対応と消費者被害の防止

～自然災害や感染症拡大時における消費者の  
安全安心を確保する体制の構築～

(素案)

令和 4 (2022) 年 9 月

第 13 次横浜市消費生活審議会

## 目次

はじめに .....	4
<b>第1章 緊急時における消費生活相談 .....</b>	<b>5</b>
1 東日本大震災の消費生活相談の特徴	
(1) 全国の消費生活相談 .....	5
(2) 横浜市における消費生活相談 .....	8
2 自然災害（豪雨・台風等）の消費生活相談の特徴 .....	9
(1) 全国の消費生活相談 .....	9
(2) 横浜市における消費生活相談 .....	10
3 新型コロナウイルス感染症の消費生活相談の特徴 .....	11
(1) 全国の消費生活相談 .....	11
(2) 横浜市における消費生活相談 .....	13
<b>第2章 緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害防止の</b>	
<b>現状と課題 .....</b>	<b>14</b>
1 消費者教育・啓発について .....	14
2 情報提供・発信について .....	14
(1) 広報媒体の効果的な活用 .....	14
(2) タイムリーでわかりやすい情報発信 .....	14
(3) 多様な媒体による情報発信 .....	15
(4) 情報を受け取る方への配慮 .....	15
3 各機関の連携について .....	15
4 相談体制の確保 .....	18
5 国及び神奈川県の変向 .....	18
(1) 国の変向 .....	18
(2) 神奈川県の変向 .....	18

### 第3章 緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の未然防止の 方向性 .....20

- 1 基本的な考え方 ..... 20
- 2 対応の方向性 ..... 20

#### **対応の方向性1** 「平時における消費者教育の推進」 ..... 20

- (1) 情報を見極め適切に行動できる消費者の育成 ..... 20
- (2) 災害対策とあわせた消費者教育の推進 ..... 21
- (3) 消費者相談機関の認知度の向上 ..... 21

#### **対応の方向性2** 「緊急時における消費者への情報提供」 ..... 22

- (1) 正しい情報のタイムリーな情報提供 ..... 22
- (2) 効果的で活用しやすい情報提供 ..... 22
- (3) 多様な手段・多様な消費者への情報提供 ..... 22
- (4) 事業者等と連携した情報提供 ..... 22

#### **対応の方向性3** 「消費行政以外の機関等との連携強化」 ..... 23

- (1) 防災関係機関への働きかけ ..... 23
- (2) 地域防災拠点での啓発 ..... 23

#### **対応の方向性4** 「緊急時に備えた相談体制の整備」 ..... 24

- (1) センターの相談業務が困難な場合の備えの充実 ..... 24
- (2) 人に依存しない相談解決手法など柔軟な相談受付体制の検討 ..... 24
- (3) 身近な地域での相談・解決手法の検討 ..... 25

おわりに ..... 26

#### 《付属資料》

- 1 第13次横浜市消費生活審議会委員名簿 ..... 28
- 2 審議経過 ..... 29

## はじめに

2020（令和2）年1月、日本で初めて新型コロナウイルスの患者が確認された後の社会の混乱は記憶に新しい。

未知のウイルスに対する恐怖から、情報の真偽も確認しないまま、日用品（トイレットペーパー）が品薄と聞くと買い占めに走ったり、SNSでの高額なマスクの売買の横行や架空マスク販売など、新型コロナウイルスに便乗した悪質商法の被害に遭うといった消費者生活の問題が生じた。

このような問題は、わが国で近年増加している豪雨・台風・大地震などの大規模な自然災害発生時においても同様であり、自然災害や感染症拡大時といった緊急時における消費者トラブルへの対応と消費者被害の防止への取組は、本市においても喫緊の課題である。

審議会は、この課題検討のため緊急時における消費生活相談の現状を踏まえながら議論を重ねた。

本意見書では、緊急時における消費者トラブルへの対応と消費者被害の未然防止にむけての方向性を示す。

今後、これをもとに、消費者行政が更なる推進をされることを期待する。

## 第1章 緊急時における消費生活相談

緊急時とは、豪雨・台風・大地震などの大規模自然災害や新型コロナウイルス感染症の拡大等、さまざまな事態が想定される。

その中でも本意見書では、はじめに、消費生活相談上で特に大きな影響を及ぼした、2011（平成23）年3月11日に発生した「東日本大震災」、2018（平成30）年西日本を襲った7月豪雨と2019（令和元）年の台風15号による「自然災害」、2020（令和2）年以降に影響が広がった「新型コロナウイルス感染症」について、全国及び横浜市における消費生活相談の傾向、その他データの把握を行った。

### 1 東日本大震災の消費生活相談の特徴

#### (1) 全国の消費生活相談

消費者庁「消費者問題及び消費政策に関する報告（2009年～2011年）」<sup>1</sup>によると、東日本大震災の発生後、1年間で33,589件の消費生活相談が、全国の消費生活センター等に寄せられた。また、震災発生直後に相談が多く、以降減少していく傾向にあったことが確認されている。【参考1】

震災発生直後には、入手困難となった「ガソリン」に関する相談が多く寄せられていたが、1年間を通じて寄せられたのは、住まいの修繕、賃貸契約といった「工事・建築」、「不動産賃貸」に関する相談であった。また、放射線物質が検出された食品等、原子力発電所事故に関する相談も多く寄せられている。その他、震災による被害の大きかった、岩手県、宮城県、福島県、茨城県の4県では、生活資金の借り入れやローンの返済など「フリーローン・サラ金」に関する相談、火災保険や地震保険の請求手続など「火災保険」に関する相談、行政が行う生活支援策や被災証明書の発行手続等「他の行政サービス」に関する相談が寄せられる等、地域や時期によって異なる相談も寄せられた。【参考2】

<sup>1</sup> 消費者庁「消費者問題及び消費政策に関する報告（2009年～2011年）」

【参考1】消費庁：「消費者問題及び消費政策に関する報告（2009年～2011年）」



【参考2】消費庁：「消費者問題及び消費政策に関する報告（2009年～2011年）」

【図表1-2-4-8】

震災関連の相談は地域及び時期によって様々な相談が寄せられている

(1) 1～3 か月目

順位	被災4県	
	品目	件数
1	不動産賃借	797
2	工事・建築	641
3	ガソリン	550
4	修理サービス	447
5	フリーローン・サラ金	271
6	他の行政サービス	217
7	火災保険	196
8	相談その他全般	193
9	結露システム	163
10	四輪自動車	148

順位	関東地域	
	品目	件数
1	ガソリン	668
2	工事・建築	644
3	不動産賃借	469
4	電気	443
5	ミネラルウォーター	372
6	修理サービス	291
7	野菜	175
8	商品一般	151
9	米	138
10	海外バックツアー	132

順位	その他地域	
	品目	件数
1	ガソリン	484
2	工事・建築	227
3	国内バックツアー	145
4	四輪自動車	140
5	相談その他全般	136
6	不動産賃借	126
7	募金	126
8	デジタルコンテンツ	110
9	商品一般	108
10	野菜	99

(2) 4～6 か月目

順位	被災4県	
	品目	件数
1	工事・建築	333
2	不動産賃借	178
3	修理サービス	138
4	フリーローン・サラ金	121
5	他の行政サービス	74
6	住宅ローン	57
7	火災保険	45
8	米	35
9	相談その他全般	35
10	保健衛生品その他	31
10	四輪自動車	31

順位	関東地域	
	品目	件数
1	工事・建築	133
2	不動産賃借	96
3	米	91
4	緑茶	76
5	ファンド型投資商品	67
6	保健衛生品その他	58
7	修理サービス	58
8	野菜	46
9	相談その他全般	24
10	乳製品	19

順位	その他地域	
	品目	件数
1	ファンド型投資商品	112
2	米	86
3	乳製品	64
4	果実	51
5	野菜	38
6	緑茶	28
7	園芸用品	28
8	工事・建築	27
9	四輪自動車	26
10	公社債	23

(3) 7～9 か月目

順位	被災4県	
	品目	件数
1	工事・建築	363
2	不動産賃借	344
3	修理サービス	185
4	フリーローン・サラ金	144
5	商品一般	132
6	他の行政サービス	124
7	保健衛生品その他	99
8	火災保険	82
9	ファンド型投資商品	74
10	四輪自動車	68

順位	関東地域	
	品目	件数
1	ファンド型投資商品	413
2	工事・建築	247
3	不動産賃借	136
4	保健衛生品その他	110
5	修理サービス	91
6	生解肉	90
7	緑茶	82
8	野菜	78
9	園芸用品	66
10	乳製品	51

順位	その他地域	
	品目	件数
1	ファンド型投資商品	471
2	生解肉	253
3	園芸用品	148
4	緑茶	87
5	工事・建築	69
6	野菜	61
7	果実	61
8	乳製品	56
9	保健衛生品その他	48
10	不動産賃借	37
10	フリーローン・サラ金	37

(4) 10～12 か月目

順位	被災4県	
	品目	件数
1	工事・建築	226
2	不動産賃借	145
3	野菜	106
4	フリーローン・サラ金	73
5	米	69
6	修理サービス	67
7	他の行政サービス	50
8	他の水	46
9	住宅ローン	46
10	果実	34

順位	関東地域	
	品目	件数
1	工事・建築	87
2	米	63
3	不動産賃借	59
4	他の行政サービス	51
5	野菜	22
6	保健衛生品その他	22
7	修理サービス	21
8	新築分譲マンション	17
9	ミネラルウォーター	16
10	ファンド型投資商品	15

順位	その他地域	
	品目	件数
1	米	38
2	工事・建築	23
3	ファンド型投資商品	23
4	野菜	19
5	果実	15
6	公社債	14
7	乳製品	13
8	相談その他全般	13
9	コンサート	11
10	鮭魚	10
10	緑茶	10
10	不動産賃借	10
10	デジタルコンテンツ	10

- (備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2012年4月30日までの登録分）。  
 2. 震災発生後1年間（2011年3月11日～2012年3月10日受付分）における「震災関連」の消費生活相談のうち上位の品目を地域別に比較したもの。  
 3. 被災4県とは、岩手県、宮城県、福島県、茨城県。  
 4. 関東地域とは、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県。  
 5. その他地域とは、被災4県、関東地域以外の地域。  
 6. 「商品一般」とは、商品の相談であるが、分類を特定できないもの等。  
 7. 「相談その他」とは、例えば放射能に対する不安、震災で仕事を失った等。

消費者庁：消費者問題及び消費者政策に関する報告（2009～2011年度）

## (2) 横浜市における消費生活相談

横浜市においても、震災発生直後の3月11日から31日に受け付けた相談は275件と最も多く寄せられたが、4月以降は徐々に減少していった。相談内容としては、震災発生直後には、計画停電に伴う「電気」に関する相談や、日常生活に不可欠な「ミネラルウォーター」、「ガソリン」に関する相談が多く寄せられていたが、最も多く寄せられたのは、物資の調達が難しくなり工期が遅れるといった「工事・建築」に関する相談だった。【参考3】

【参考3】消費生活総合センター：平成22年度 消費生活相談概要（抜粋）

### ●震災に関する相談件数（3月11日～31日受付）（表7）

商品・役務名	件数	事例
電気	29	計画停電について電力会社に問合せしているが、電話が繋がらない
ミネラルウォーター	14	ネットでミネラルウォーターを注文し代金を振込み後、業者と連絡がつかなくなった
ガソリン	11	どこへ行っても売り切れ状態で困っている
海外パッキングツアー	11	震災後、ツアーのキャンセルを申し出たら約款通りキャンセル料を請求された
米	11	スーパーで買ったお米は福島産だった。放射能が心配、交換できないか
その他	199	「地震で瓦が落ちているので修理が必要」と言って業者が来訪。不審だ
計	275	

### ※4月以降、震災に関する相談の状況（平成23年4～5月受付分）

商品・役務名	件数	事例
工事・建築	22	トイレ工事を契約したが、工事日になっても資材が届かない。解約したい
不動産貸借	10	地震で壁にひびが発生、賃貸住宅を退去したい。修理代を負担させられるのか

#### 【相談事例】◇工期の遅れによるトラブル（50歳代/男性）

（相談概要）

天災で契約した材料の在庫がない、他の材料を使用できるが、契約金額より高くなる、また契約した材料は、いつ入るか分からない、と言われた。今、仮住まいをしていて、これ以上工事期間が延びると、家賃も発生してくる。本社に、工事が延びるために発生する費用を支払ってほしい、と伝えたら、今回は天災なので、家賃は支払うことはできない、と言われた。このケースの場合、どうしようもないのか。

（対応概要）

事業者には相談者自身の実情を伝え、話し合ってみよう助言した。また住宅関連の相談窓口にも見解を聞いてみるよう窓口を情報提供した。

（第2回審議会資料3-2より）

## 2 自然災害（豪雨・台風等）の消費生活相談の特徴

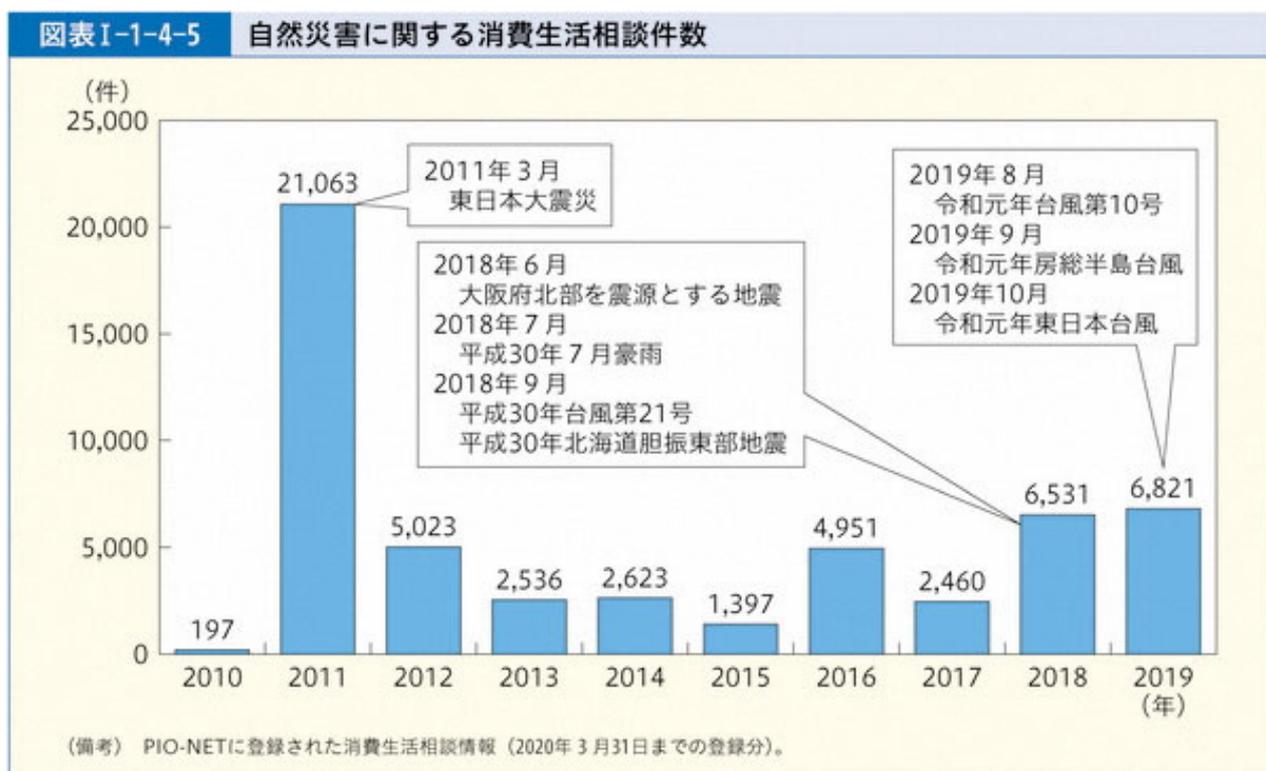
### (1) 全国の消費生活相談

近年では毎年のように全国各地で自然災害が頻発し、甚大な被害が発生している。中でも、2018（平成30）年は、地震（大阪北部地震：6月・北海道胆振東部地震）、豪雨（7月豪雨）、台風21号（9月）など、多くの自然災害に見舞われ、自然災害に関連する消費生活相談件数が6,531件と東日本大震災の発生以降最大となった。

続く、2019（令和元）年も、九州北部豪雨（8月）、台風15号（9月）、台風19号（9月）と大きな災害に見舞われ、自然災害に関する相談件数は、前年を上回る6,821件であった。【参考4】

相談内容としては、台風により損壊・浸水した住宅や自動車、ライフラインに関する相談のほか、台風に乗じた悪質商法に関する相談が見られた。

【参考4】消費者庁：令和2年版 消費者白書<sup>2</sup>

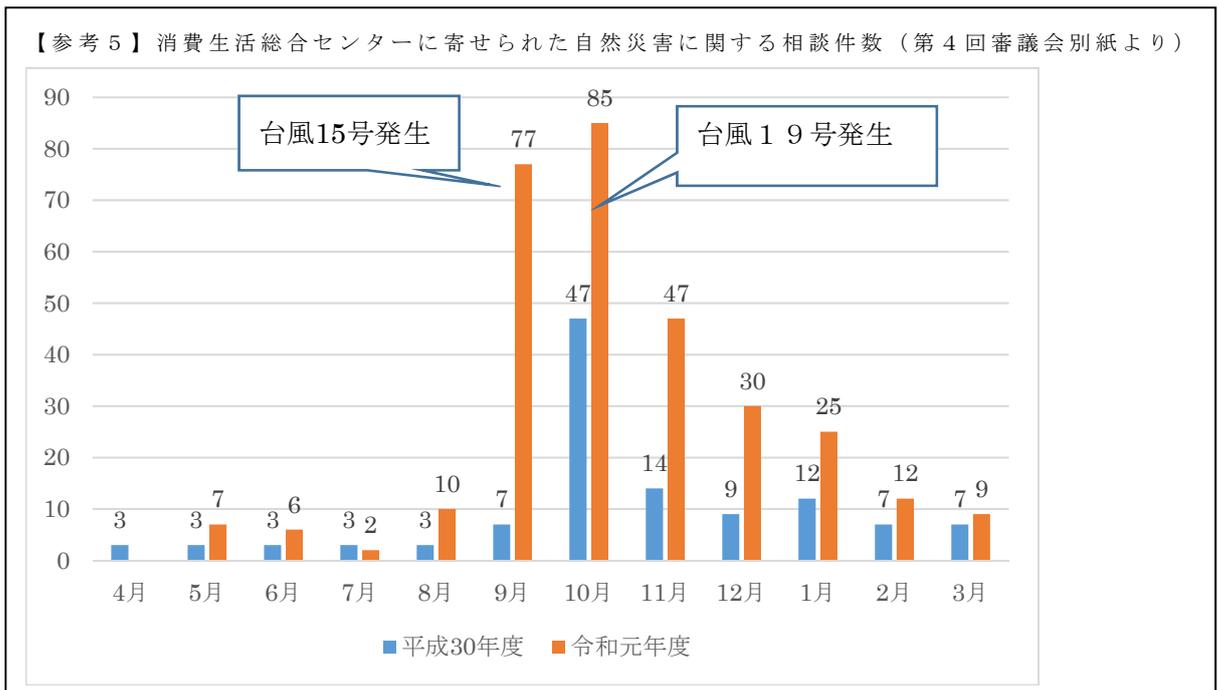


2 消費者庁「令和2年版消費者白書」

## (2) 横浜市における消費生活相談

横浜市では、2019（令和元）年9月の台風15号、10月の台風19号で多くの施設や住宅が甚大な被害を受けたことにより、自然災害に関する相談が例年の2倍以上と増加した。【参考5】

相談内容としては、住宅の修理に関する「工事・建築」の相談が最も多く、年代別では70歳代、販売形態では訪問販売で契約金額が100万円以上の高額な相談が多く寄せられている。



### 【相談事例】◇火災保険を使った家の修理の勧誘（相談者：●●歳代/女性）

#### （相談概要）

昨日、高齢で一人暮らしの母（80歳代）宅に、「火災保険の保険金で家の修理をしないか。」という内容の電話が掛かってきた。先日の台風の被害は受けていないし、修理が必要な場所があったとしても、経年劣化なので、母は断わったと言っているが、再度、業者から電話が掛かってきたらどうしたら良いか教えてほしい。また、業者が家に来てしまったらどうしたら良いか教えてほしい。

#### （対応概要）

台風や降雪の後、「家の屋根や雨樋など壊れている箇所があれば、火災保険の保険金で修理しないか。保険の申請手続きを手伝う。代行する。」と勧誘する業者がある。本当に火災保険の申請が必要であれば、その手続きは契約者自身が行う事であるし、手続きが分からなければ損保会社に確認すれば教えてもらえる。また、このような業者は、解約すると解約料を請求する業者もある。契約はしていないとの事だが、再度、業者から電話が掛かってくる可能性もあるので、当事者宅の電話は留守番電話の設定にして必要なメッセージにだけ応答し、業者が来訪する可能性もあるので、その際はインターフォン越しに対応し、契約の意思がないのであれば、きっぱりと断り帰ってもらうよう助言した。

### 3 新型コロナウイルス感染症の消費生活相談の特徴

#### (1) 全国の消費生活相談

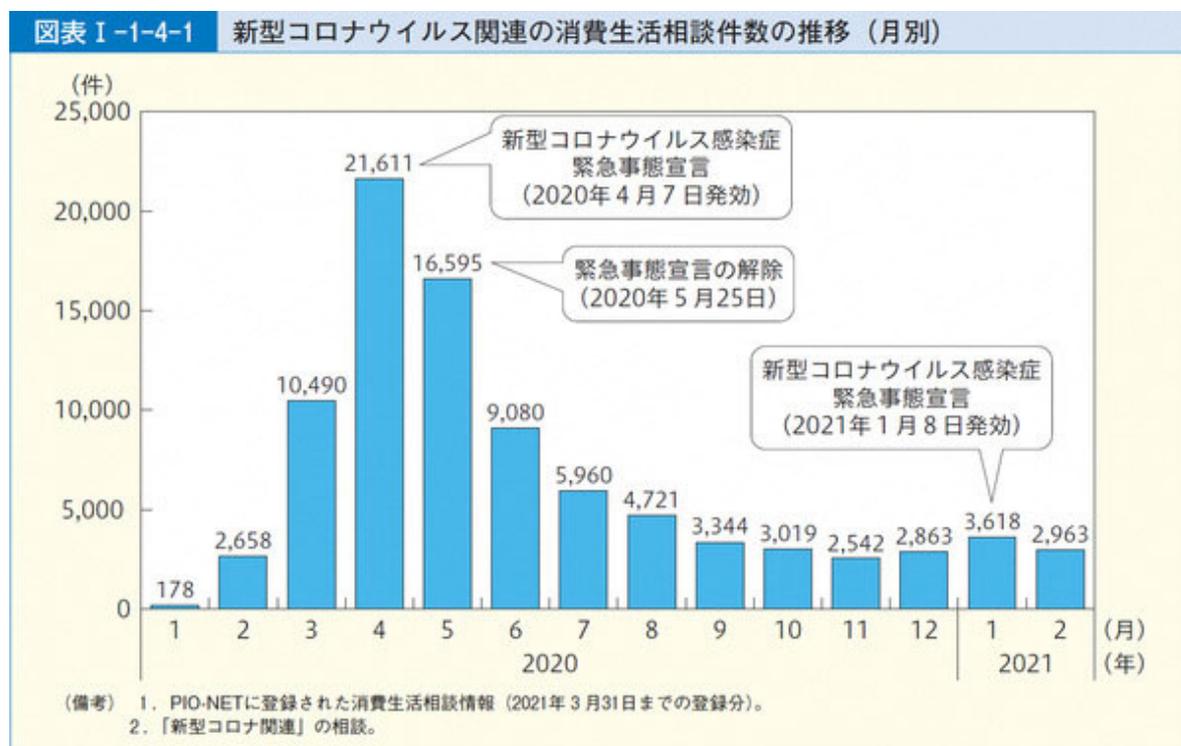
消費者庁「令和3年版消費者白書」<sup>3</sup>によると、2020（令和2）年は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が社会全体に広まり、新型コロナウイルス感染症に関する相談件数が2月以降大きく増加し、緊急事態宣言が発出された4月には、21,611件と最多を記録した。【参考6】

相談内容をみると、マスク等の「保健衛生品その他」に関する相談が約3割とトップで、次いで、「スポーツ・健康教室」、結婚式や旅行等のキャンセルや返金に関する相談が寄せられた。また、契約の形態としては、インターネット通販に関連した内容が多かった。【参考7、参考8】

その後、感染拡大の落ち着きや、マスクの需給バランスの改善に伴い、相談件数は減少するが、2021（令和3）年1月に再び緊急事態宣言が発出されると、相談件数の急増こそなかったものの、新たにワクチン接種等、世間の関心が高い話題に便乗した詐欺的な手口に関する相談が寄せられた。【参考7、参考8】

【参考6】消費者庁：令和3年版 消費者白書

新型コロナウイルス関連の消費生活相談件数



【参考7】消費者庁：令和3年版 消費者白書

「保健衛生品その他」の消費生活相談件数の推移

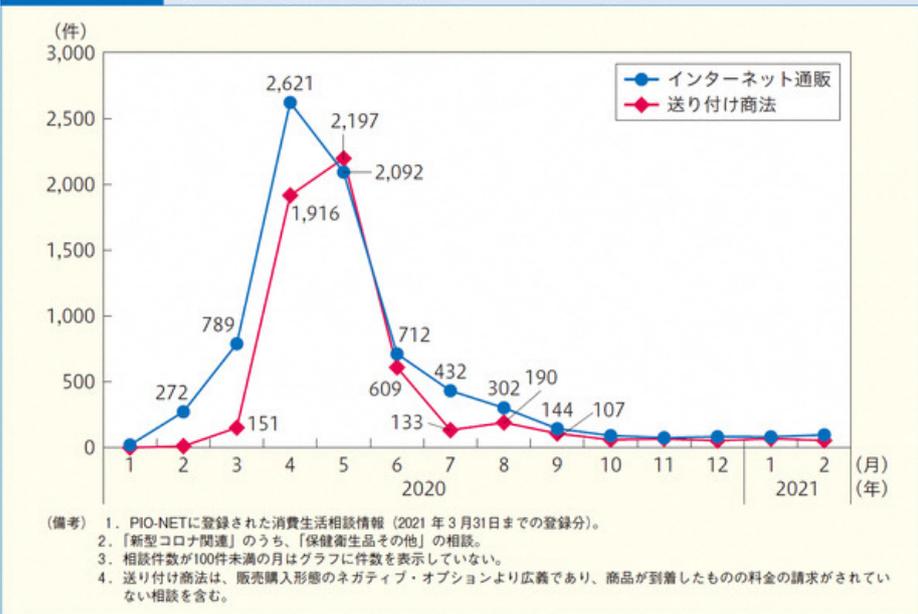
図表 I-2-5-3 「保健衛生品その他」の消費生活相談件数の推移（新型コロナウイルス関連）



【参考8】消費者庁：令和3年版 消費者白書

「保健衛生品その他」の「インターネット通販」、「送り付け商法」に関する消費生活相談件数の推移

図表 I-2-5-4 「保健衛生品その他」の「インターネット通販」、「送り付け商法」に関する消費生活相談件数の推移（新型コロナウイルス関連）



## (2) 横浜市における消費生活相談

横浜市においても、全国と同様に2020（令和2）年4月をピークに、幅広い年代から多くの相談が寄せられた。

最も多く寄せられたマスク等の「保健衛生品その他」に関する相談では、当初は品不足に関する相談が寄せられていたが、「通信販売で購入した商品が届かない」といったインターネット通販に関する相談や、「身に覚えのないマスクが届いた」といった送り付け商法（ネガティブオプション）等の相談が寄せられた。

その他、スポーツジムや結婚式等のキャンセルや返金等に関する相談も多く寄せられた。また、幅広い年代で定期購入や商品が届かないなどのトラブルのほか、「オンラインゲームの課金」、「動画配信サービスの解約」等の相談も寄せられた。【参考9】

【参考9】消費生活総合センター：令和2年度 消費生活相談の動向（抜粋）

新型コロナウイルス関連の相談



### 【相談事例】◇注文した覚えのないマスクの送り付け（相談者：80歳代/男性）

（相談概要）

昨日、宅配便の再配達で荷物を受け取った。荷物を確認したら50枚入りのマスク1箱だった。書面や請求書等は一切なく、送り主の情報もない。宅配便の送付状には「タオル、精密機器」とあり、他の宅配業者のラベルが使われていた。不審なので受け取りたくないが、どうしたらよいか。

（対応概要）

宅配のラベルについて不審なため、配達した宅配業者に問合せ、受け取り拒否が可能か相談するように助言した。ネガティブオプションについて説明し、受け取り拒否が出来ない場合は14日間商品を保管し、様子を見るように伝えた。しばらくはクレジットカードの請求に注意し、心当たりの無い請求があればカード会社に経緯を伝え、対応を求めるように伝えた。（第3回審議会資料3-4より）

## 第2章 緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害防止の現状と課題

### 1 消費者教育・啓発について

2020（令和2）年の新型コロナウイルス感染症の拡大時には、トイレットペーパーの在庫が充分にあるにも関わらず、商品がなくなるといった不確かな情報に影響された消費者が買い占めを行うといった混乱が生じた。

その他、「ワクチンを優先的接種できる」といった不審な連絡が届いた、「身に覚えのないマスクが送られてきた」というような、さまざまな消費者トラブルが発生した。

このように、緊急時では、不確かな情報の拡散や、不安な消費者心理に乗じた悪徳商法の横行が見られた。横浜市では、過去に発生した災害発生時の消費者トラブルについて横浜市消費生活総合センター（以下、センター）のホームページを通じて情報提供を行っているが、災害時に役立つ有用な情報を発信していることを知らない市民は多い。

消費者庁の消費者教育推進会議では、緊急時における消費者行動について審議を行い、消費者教育を中心として必要と考えられる対応について提示している。

この提言を参考にするなどして、本市においても、緊急時における消費生活トラブルといった観点を踏まえた消費者教育の推進が、より一層求められている。

### 2 情報提供・発信について

#### (1) 広報媒体の効果的な活用

横浜市では、消費生活トラブルに関する情報提供としては、主に、センターに寄せられた相談事例や消費者庁や国民生活センターが発信している情報を、ホームページ、ツイッター、メールマガジン等を活用して情報提供を行っている。

しかし、本市が保有している広報紙、ホームページ、SNS、テレビ、ラジオ番組等、さまざまな広報媒体には、情報発信手段として有用なものがあるが、消費生活の情報発信としては活用されていないものがあることから、各媒体の特性を考えて、効果的な活用を検討する必要がある。

#### (2) タイムリーでわかりやすい情報発信

緊急時には、必要な情報を入手する手段が分からず、不確かな情報に影響されて、消費者トラブルに遭う恐れがあるため、行政は、正しい情報をタイ

ムリーに発信するとともに、このホームページを見ると、緊急時に必要な消費生活に関する情報が掲載されているといった、緊急時に伴う消費者トラブルに関する注意喚起や相談窓口等の情報に特化したホームページを作成する等、分かりやすい情報発信が必要になる。

### **(3) 多様な媒体による情報発信**

近年は、情報入手する手段として、インターネットの検索サイトや SNS が広く利用されている。こうした手段は、即時に情報収集・発信するには有効な手段ではあるが、大規模災害の発生時には、インターネットが遮断されて、情報収集・発信が出来なくなる可能性がある。現在もインターネットによらない手段として、地域の掲示板や回覧板等を利用して、紙媒体による情報提供は行っている。あらゆる状況に備えるため、情報提供手段は数多く想定しておく必要がある。

### **(4) 情報を受け取る方への配慮**

情報の発信にあたっては、インターネットやデジタル環境に不慣れな高齢者等や、地域とのつながりが希薄な方、日本語にが得意ではない方など、一般的な情報発信のみであると情報の届かない可能性がある消費者がいることにも注意が必要である。多様な消費者に配慮した情報発信手段についても、取りこぼさずに検討する必要がある。

## **3 各機関の連携について**

現状においても、消費者トラブルの防止や解決に向けては、消費生活の領域以外の様々な行政分野と適宜連携しながら、様々な取組が実施されている。センターでは、地域ケアプラザ等と連携して、専用回線による消費生活相談を受け付けている。また、自治会町内会をはじめ、地域の協力により、相談事例を記載し、被害に遭わないための注意ポイント等を掲載した「月次相談レポート」を、掲示板に掲出している。

経済局では、地域の消費者被害を防止するため、消費生活推進員や自治会町内会、民生委員等の開催する消費者講座・研修会等に無料で講師を派遣している。

その他、福祉関係部局と連携し、地域ケアプラザ等及びセンター連携会議等の機会を通じて、相談事例等の情報提供を行うとともに、教育委員会事務局と連携して学校への出前講座や啓発物の配布を行っている。

このように、各関連部局と連携した取組が展開されているが、緊急時には、災害発生時に中心となって機能する防災関連機関等との連携が重要

であろう。

その理由として、防災関連の機関においては、災害発生時における確立された情報伝達システムや情報発信手段が優れていることが挙げられる。

今後は、発災時に防災機関の所管する情報提供手段を活用した消費者被害の未然防止の取り組みなど、一層の連携を検討していく必要がある。

**【参考】消費生活推進員とは**

横浜市では、「横浜市消費生活条例」に基づき、消費者の主体的活動を促進し、市民の安全で快適な消費生活の推進を図るため、消費生活推進員（以下、推進員）を2年間の任期で委嘱しています。推進員は、原則として居住地の連合町内会を活動地区とし、推進員全員で団体を形成し活動します。地区内の地元自治会・町内会等と協力して、消費生活に関する知識・情報の地域への普及・啓発（消費者被害の未然防止・拡大防止に関する啓発講座の開催等）や地域の高齢者の見守り活動に参加、消費者と事業者の交流促進などを行います。その他、推進員相互の情報交換、区及び市が実施する研修への参加、区及び市との連携による講演会、発表活動等を行います。

**【参考】横浜市の防災・災害関係の情報提供手段例<sup>4</sup>**

○横浜市防災情報Eメール

地震震度情報、気象警報・注意報等を始めとする防災情報をEメールで配信するサービスです。このサービスを携帯電話等で活用することにより、防災情報をいち早く入手することができる。

○横浜市総務局危機管理室ツイッター

市内で広域的な災害が予測される場合の避難等に関する情報等を発信している。

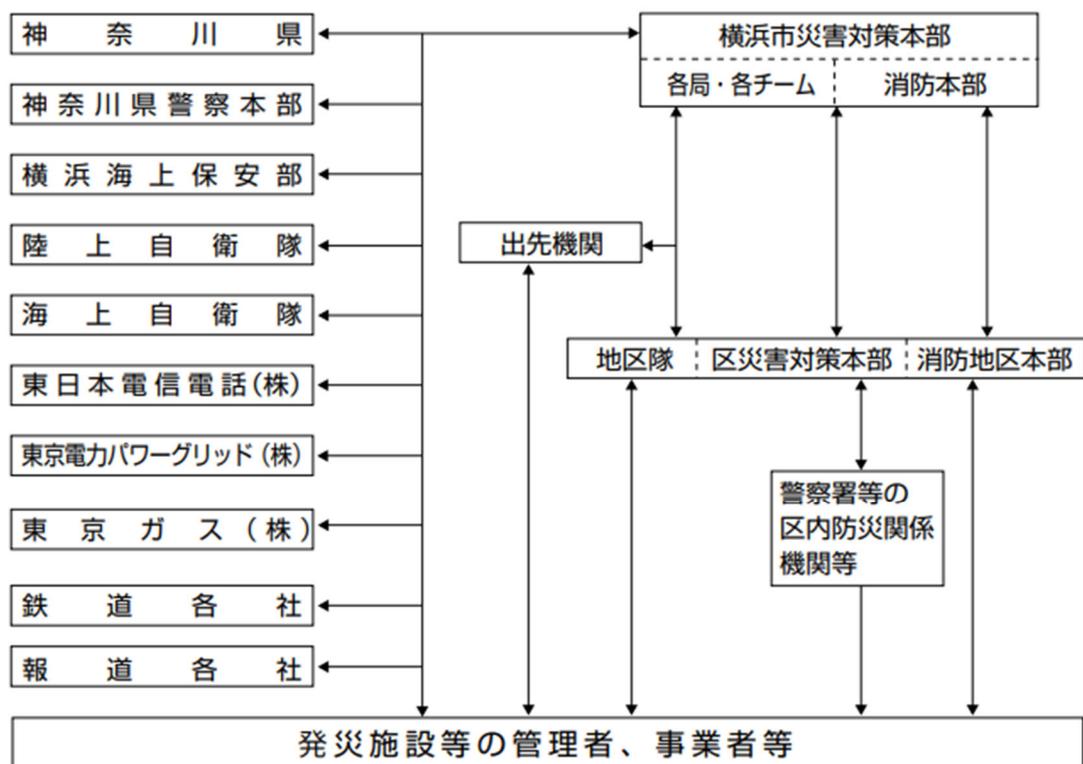
<sup>4</sup> 横浜市の防災・災害情報

<https://www.city.yokohama.lg.jp/kurashi/bousai-kyukyu-bohan/bousai-saigai/bosai/>

**【参考】都市災害発生時の情報の収集と伝達**

本市、防災関係機関等との情報受伝達の概要は、次のとおりである。

**情報受伝達系統図**



横浜市防災計画－都市災害対策編－

<https://www.city.yokohama.lg.jp/kurashi/bousai-kyukyu-bohan/bousai-saigai/bosaikeikaku/shishin/keikaku/20140221181347.files/tohisaigaitaisakuhen-all.pdf>

## 4 相談体制の確保

平時には、センターでは、電話・ファックス・面接（対面）・メールにより相談を受け付けている。また、神奈川県の中央消費生活相談センターでも、電話・メール相談等を受け付けており、相談窓口の電話番号が分からない場合は、全国共通の消費者ホットライン（188）<sup>5</sup>にかけると、身近な消費生活相談窓口につながるようになっている。この他、国民生活センターの「平日バックアップ相談」を利用することもできる。

このように充実した相談体制であるが、緊急時には、相談を受けているセンター自体の施設被害や、通信回線の断絶、消費生活相談員が出勤できない等、相談体制が整わない可能性がある。

センターは 370 万人を超える横浜市民の相談を一手に担っているため、一時的に相談件数が爆発的に増える場合も考えられ、既存の施設以外で相談体制の確保や人のみに依存しない解決方法の確立が求められる。

---

5 消費者ホットライン（188）

[HTTPS://WWW.CAA.GO.JP/POLICIES/POLICY/LOCAL\\_COOPERATION/LOCAL\\_CONSUMER\\_ADMINISTRATION/HOTLINE//](https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/hotline/)

## 5 国及び神奈川県の動向

### (1) 国の動向

「消費者基本計画（2020年～2024年）（令和3年3月31日策定）」<sup>6</sup>において、消費者政策の基本的方針として「災害・感染症拡大など緊急時の対応」が提示された。本計画は、2021（令和3）年6月に、コロナ禍における消費生活様式の実践に伴い、消費者をとりまく環境が変化した事を踏まえ、新しい消費生活様式の実践に関する部分について、一部改定された。

また、「地方消費者行政専門調査会報告書（令和2年8月）」<sup>7</sup>において、20年後の消費者行政が目指すべき姿として、「感染症、自然災害等危機下において消費者の安全安心が確保された社会の実現」が提示され、その実現に向けた対応策を「感染症、自然災害等危機下における消費者の安全安心を確保する対応体制の構築」とし、基本的な考え方として、「行政と消費者との間の双方向の情報発信、消費者間による情報交換等、迅速に情報を入手し、適切な行動を取ることができるよう、互いに支え合える仕組みづくりが必要」としている。

### (2) 神奈川県の動向

「かながわ消費者施策推進指針（2020年～2024年）」<sup>8</sup>において、「災害発

生に関連する消費者トラブル等」が消費者をめぐる現状と課題としてあげられ、災害その他非常の事態においても、消費者が合理的に判断し行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることが必要としている。また、その基本方向として「消費者教育の推進と持続可能な消費者行動の推進」が提示され、それに基づく取組みとして、「災害等非常事態における消費生活に関する知識と理解の促進」を行うとして、ホームページやSNSで情報提供を行い、普及啓発に取り組んでいる。

---

<sup>6</sup> 「消費者基本計画（2020年～2024年）（令和3年3月31日策定）」

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/basic\\_plan/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/)

<sup>7</sup> 「地方消費者行政専門調査会報告書（令和2年8月）」

[https://www.cao.go.jp/consumer/iinkaikouhyou/2020/houkoku/202008\\_chihou.html](https://www.cao.go.jp/consumer/iinkaikouhyou/2020/houkoku/202008_chihou.html)

<sup>8</sup> 「かながわ消費者施策推進指針（2020年～2024年）」

<http://www.pref.kanagawa.jp/docs/r7b/cnt/f535335/index.html>

## 第3章 緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の未然防止の方向性

### 1 基本的な考え方

大規模災害発災後の自治体は、人命救助や避難所運営等災害対応業務が最優先となる。

また、横浜市の消費者相談を担うセンターも施設の損壊や相談員の被災等で、相談・解決を行うことが著しく困難になる状況も考えられよう。

「その時」に慌てぬよう行政は平時から緊急時に備えての体制を整え、市民には緊急時にどのような行動をとれば良いのか考え、冷静に行動が出来るように備えてもらうことが重要である。これらを踏まえ、横浜市においては、

### 平時から、緊急時に対する意識を高め、備えを促す

を基本的な考え方とし、次のとおり対応の方向性について提言する。

### 2 対応の方向性について

#### 対応の方向性 1 「平時における消費者教育の推進」

##### (1) 情報を見極め、適切に行動できる消費者の育成

例えば、新型コロナウイルスの流行初期において、トイレトペーパー等が品薄状態になったことがあったように、緊急時には、誤った情報や不確かな情報、デマや扇動が広がることもある。消費者が正しい情報を入手する方法が分からない、あるいは情報の真偽の判断がつかずに、混乱が生じ、トラブルが発生することがある。これらは緊急時に限ったことではないが、現代の情報化社会において「正しく情報を読み解くこと、そして正しく情報を発信すること\*」の重要性を踏まえた消費者教育を推進することが重要である。

また、消費者トラブルに遭った場合、誤った情報を受け取った場合や誤っているかどうかはわからないが、真偽を判断できない不確かな情報を受け取った場合には、行政や事業者の相談窓口等に相談するといった行動に移すことが、自身のトラブル解決だけでなく、周囲への被害拡大防止に役立つというマインドの育成も重要である。

さらに、自分は冷静で、知識も持ち合わせていると自負している人であっても、緊急時には慌ててしまい、正しい判断ができなくなる可能性もあるという視点を織り込むことも重要である。

\*情報リテラシー 【information literacy】

情報リテラシーは「情報を適切に判断し、情報を通じて決定を下す能力」と定義されます。つまり、生の情報やデータがどれか分かるとか、作成者・発信者の意見が混じった情報がどれか判別できる、といったことです。IT にどんなに詳しくなると、拡散行動は止められません。メディアやニュースについても同様です。あふれる情報の性質を適切に判断できる能力を養うことが重要なのです

引用元：独立行政法人国民生活センター 消費者問題アラカルト 2020.12 国民生活フェイクニュース拡散のしくみと私たちに求められるリテラシー

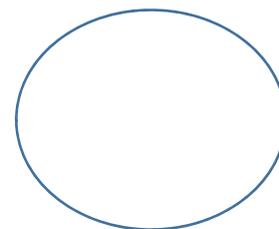
## (2) 災害対策とあわせた消費者教育の推進

平時から、生活必需品や金銭管理などの知識を伸ばし、緊急時に備えての物資の備蓄や行動マニュアル等を確認して、避難訓練にも積極的に参加するなど防災意識を高めることで、緊急事態が発生した時にも冷静な消費者行動をとることができ、その結果、消費者トラブルに遭うといった事態を防ぐことが期待できる。

## (3) 消費者相談機関の認知度の向上

消費生活における各種トラブルに直面した際には、トラブル解決のための助言やあっせんを行う身近な消費生活相談窓口として、センター、かながわ中央消費生活センターがあり、「消費者ホットライン」188番、国民生活センター「平日バックアップ相談」などがあることを周知する取り組みも必要である。

消費者ホットライン電話（有料） 188「嫌や！（イヤヤ!）」



身近な相談窓口の電話番号がわからない場合は、「消費者ホットライン」を利用ください。

## 対応の方向性2 「緊急時における消費者への情報提供」

### (1) 正しい情報のタイムリーな情報提供

行政は、緊急時に必要な情報について、迅速かつ的確に発信しなければならない。

例えば、「保険を使って自己負担なしで住宅修理が出来る」などといった、被災者の不安な心理に付け込む、悪質商法発生に対する注意喚起や、国や業界団体から発信される消費者が求める必要性の高い生活物資の供給状況、困りごとの相談窓口の情報について、正しい情報をタイムリーに提供するといったことが、前述の「対応の方向性（1）」にも記載した適切な消費者行動につながり、消費者トラブルに遭うことや、不必要な物資の買いだめによる品不足等を防ぐことにもつながる。

### (2) 効果的で活用しやすい情報提供

事前に過去の災害で起こった消費生活相談事例など、災害時に発生しやすいトラブルに特化したホームページを作成しておくことで、緊急時に、慌てずにすぐに必要な情報を発信し、市民に情報提供することができる。

また、そのまま印刷して掲示することで、災害に便乗した悪質商法についての注意喚起が出来るように工夫したホームページを作成するといった、活用しやすい情報提供を行うことも方法の一つである。

### (3) 多様な手段による・多様な消費者への情報提供

多様な消費者に情報提供が出来るように、平時には、市の保有するさまざまな広報媒体や講座等のさまざまな機会を通じて情報提供を行い、緊急時には、紙媒体、公用車を使った音声情報の発信など、インターネットを利用しない情報提供も併せて行うことも必要である。併せて、高齢者等の災害弱者は、情報を入手することが難しい方が多く、地域ケアプラザ等の福祉関連機関とも協力しながら、配慮の必要がある方への見守り等を通じ、工夫して行うことが重要である。

情報発信にあたっては、情報の受け手がどう受け取るかも重要であるため、わかりやすさのほか、受け手の状況に配慮する必要がある。

### (4) 事業者等と連携した情報提供

行政の所有する広報手段に限らず、緊急時には新聞社、宅配事業者、コンビニエンスストア、ライフラインに関する事業者等、地域の身近な事業者等に協力を働きかけて、情報提供する手段を平時から検討し、協力関係を構築することも考えられる。

## 対応の方向性3 「消費行政以外の機関等との連携強化」

### (1) 防災関係機関への働きかけ

緊急時には、消費者トラブル情報に関しては、重要性が低いとされ、他の情報に埋もれてしまう恐れがあるため、緊急時に発生する、災害に便乗した消費者トラブル等の財産に関する被害を防ぐための啓発の重要性について、日頃から防災関係機関にも共有し、防災関連情報の発信と併せて、消費トラブルに関する事項についても注意喚起してもらうように働きかける必要がある。

前述の「対応の方向性2」においても、正しい情報のタイムリーな情報提供について記載があるが、緊急時に中心になって対応する、災害対策本部と連携して情報提供を行うことで、消費者被害の未然防止につながるものと期待する。

### (2) 地域防災拠点での啓発

災害時に被災者の一時的な生活場所として、また情報や物資供給の拠点となる地域防災拠点等での啓発・情報発信も有効と考えられる。

上記(1)に関連して、災害時の避難場所となる、地域防災拠点で行われる防災訓練において、緊急時に伴う消費者トラブル事例についての情報提供を行うことで、防災意識と併せて消費トラブルへの備えの意識を高めてもらう事が効果的である。

また、例えば、地域防災拠点に、緊急時に伴う消費者トラブル事例等を掲載したチラシを備蓄しておき、地域防災拠点の開設時には、他の災害情報と併せて掲示してもらうように協力を依頼し、注意喚起を行うこと等も有効であると考えられる。

なお、高齢や病気等で特に配慮が必要なために、地域ケアプラザ等に開設される、福祉避難所に避難される方がいるが、そういった方々の消費者トラブルを防ぐためにも、当該施設と連携して情報提供を行うことも必要である。

#### 【参考】福祉避難所とは

災害が発生したとき、地域防拠点等での避難生活が困難な要援護者のための二次的避難場所のこと。区役所と協定を締結している、高齢者施設や障害者施設、地域ケアプラザなどの社会福祉施設を福祉避難所として開設します。

## 対応の方向性 4 「緊急時に備えた相談体制の整備」

### (1) センターの相談業務が困難な場合の備えの充実

令和3年版消費者白書<sup>10</sup>によると、通常、消費生活相談は身近な市町村の相談窓口で受け付けを行っているが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う相談体制の変更を行った市町村や、令和2年7月豪雨により、相談業務の継続が困難となった市町村に対し、消費者ホットライン（188）の接続先を都道府県の消費生活センター等に変更するなどの対応を行うことで、消費生活相談の機能の維持を図った。

また、国民生活センターは、令和2年7月豪雨に被災した自治体のバックアップのために、特設相談窓口を開設するといった対応を行ったという事例がある。

大規模災害時には、周辺地域の相談機能が全てダウンする可能性があることに鑑み、センターの相談受付業務が実施できない時は、消費者ホットラインの接続先を対応可能な地域へ速やかに変更するといった緊急時の対応について、消費者庁に働きかけていくことが考えられる。

その他、消費生活相談機能の維持のため、**国や他の自治体、関係機関の間で、臨時・代替的に相談を受け付け支援する体制を構築するための災害時協力などを検討することも必要である。**

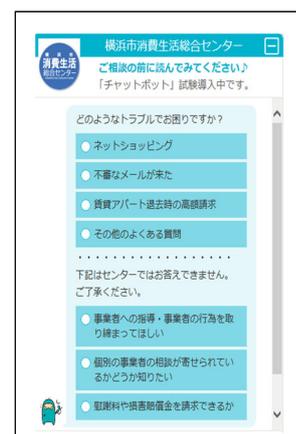
なお、これらは、消費者庁及び国民生活センターが中心となって今後検討を進める、消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプランの状況も踏まえて、市の対応を検討していくことが望ましい。

### (2) 人に依存しない相談解決手法など柔軟な相談受付体制の検討

センターのホームページにおいて既に導入しているチャットボット、IVR（電話自動応答システム）、SNS、ホームページ等を活用するといった、相談員によらない相談解決手段の強化や、相談員が施設に出勤できない場合に、自宅や他の施設でも相談業務が行えるよう、相談業務のリモートワーク化の体制整備や、感染症拡大時に対応するために、非対面型の来所相談対応の検討といった、相談体制のデジタル化を進めていく必要がある。

#### 【参考】横浜市消費生活総合センターのチャットボット運用

横浜市消費生活総合センターでは、消費者が知りたい項目にスムーズに到達できるよう、ホームページアクセス・アシスト機能として、チャットボットの運用を行っています。チャットボット画面がセンターホームページから自動起動され、関心がある項目を選ぶと該当する事項・アドバイスに誘導します。また、情報が役に立ったか（アンケート）、本当は何を聞きたかったか（自由記述欄）を設け、継続的な改善に活用しています。



### (3) 身近な地域での相談・解決手法の検討

#### (既存の組織・制度を活用した地域の見守り力の向上)

事態発生後には、相談を受けているセンターの施設が被害に遭うなど、相談機能が失われる恐れがあり、身近な地域の中で相談解決ができるような環境づくりを検討する必要がある。例えば、地域ケアプラザ、消費生活推進員、**民生委員、自治会町内会等**の方々に対して、緊急時に伴う消費生活トラブル事例等の知識を深めてもらうといった学びの場所の提供や、各団体が日頃から行っている啓発活動等への支援をより進めていく必要がある。

また、銀行が振り込め詐欺の防波堤になっているように、行政機関だけで情報発信や相談・解決のすべてを担うのではなく、民間事業者の力を借りることも検討すべきである。地域の身近な事業者が、悪質商法の相談を受けるといった協力を働きかける事も方法の一つとして考えられる。

---

<sup>10</sup> 令和3年版消費者白書

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_research/white\\_paper/2021/white\\_paper\\_213.html](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/2021/white_paper_213.html)

---

## おわりに

本意見書は、自然災害や感染症拡大等の緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害防止について対応の方向性を示し、消費者の安全安心を確保する体制の構築を期待するものであり、これを受けて、体制を整備するため、十分な検討を行い、具体的な施策に取り組むことが重要である。

なお、平常時より発生している、孤立した高齢者に悪質事業者が訪問するといった深刻な消費者被害が、緊急時に数多く発生するトラブルによって隠れてしまうことで、取りこぼされることがないように、並行して対応していくことが必要である。

現代の高度な情報化・デジタル社会において、情報弱者といわれる人々が消費者被害に遭うことのないよう周囲のこまやかな配慮と支援にむけた取り組みを願う。

## 付 属 資 料

1. 第 13 次横浜市消費生活審議会委員名簿
2. 審議経過

### 第 13 次横浜市消費生活審議会委員名簿

任期：R2. 10. 1～R4. 9. 30

区分	委員名簿	所属	備考
会長 (学識経験者)	たなか まこと 田中 誠	神奈川県弁護士会	
副会長 (学識経験者)	むら ちずこ 村 千鶴子	東京経済大学 現代法学部 教授・弁護士	
学識経験者	あまの まさお 天野 正男	神奈川県弁護士会	
消費者代表	いまい りか 今井 里香	横浜市生活協同組合運営協議会	R4. 6. 1 から
事業者代表	おおもり しゅんいち 大森 俊一	公益社団法人 日本訪問販売協会 専務理事	
学識経験者	かわい なおみ 河合 直美	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・ コンサルタント・相談員協会	
事業者代表	くりた ゆたか 栗田 裕	横浜商工会議所	
学識経験者	しろた たかこ 城田 孝子	神奈川県弁護士会	
消費者代表	しんじょう しげる 新庄 茂	市民委員	
消費者代表	たがや としこ 多賀谷 登志子	横浜市消費者団体連絡会 代表幹事	
事業者代表	ながお じゅんじ 長尾 淳司	一般社団法人 日本クレジット協会 総務部長	
事業者代表	はなだ まさし 花田 昌士	公益社団法人 消費者関連専門家会議 理事	
学識経験者	ほぞかわ こういち 細川 幸一	日本女子大学家政学部 教授	
消費者代表	まつい ゆうこ 松井 祐子	市民委員	
消費者代表	もちづき ようすけ 望月 陽介	横浜市消費生活推進員 港北区副代表	

#### 退任された委員 (所属は在任中のもの)

区分	委員名簿	所属	備考
消費者代表	つつい し の 筒井 志乃	横浜市生活協同組合運営協議会	R3. 7. 7 まで
消費者代表	みうら のりこ 三浦 紀子	横浜市生活協同組合運営協議会	R4. 5. 30 まで

## 審 議 経 過

開催日	主な審議事項
令和3年 3月29日	<b>【第1回消費生活審議会】</b> (1) 会長・副会長の選出について (2) 会議録確認者の選出について (3) 第13次横浜市消費生活審議会の運営について (4) 第12次審議会意見書に基づく取組報告について
5月28日	<b>【第2回消費生活審議会】</b> (1) 会議録確認者の選出について (2) 令和3年度横浜市消費者教育推進計画について (3) 緊急時における消費生活相談の状況について (4) 第12次審議会意見書に基づく取組報告について
10月29日	<b>【第3回消費生活審議会】</b> (1) 会議録確認者の選出について (2) 審議テーマ「緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止～自然災害や感染症拡大時における消費者の安全安心を確保する体制の構築～」について (3) 令和4年度横浜市消費者教育推進計画について
令和4年 3月17日	<b>【第4回消費生活審議会】</b> (1) 会議録確認者の選出について (2) 第13次審議会意見書骨子案「緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止～自然災害や感染症拡大時における消費者の安全安心を確保する体制の構築～」について (3) 第12次審議会意見書に基づく取組報告について (4) 部会報告
6月17日	<b>【第5回消費生活審議会】</b> (1) 会議録確認者の選出について (2) 第13次 審議会意見書（素案）について (3) 令和4年度横浜市消費者教育推進計画について
8月〇日	<b>【第6回消費生活審議会】</b> (1) 会議録確認者の選出について (2)
9月〇日	<b>【第7回消費生活審議会】</b> (1) 会議録確認者の選出について (2)

緊急時における消費生活トラブルへの対応  
と消費者被害の防止  
～自然災害や感染症拡大時における消費者  
の安全安心を確保する体制の構築～

令和4年9月

第13次横浜市消費生活審議会

## 第4回審議会での意見の反映状況

### ・第3章 **対応の方向性1** (1)

### ・第3章 **対応の方向性2** (1)

- 情報リテラシー教育はとても大事だが、行動心理学、認知心理学的な観点から、とにかく自分は冷静で、知識もあると思っている人も、人は慌てるものであって、正しい判断はそういう時には難しくなることも自覚してもらう必要がある（河合委員）
- 「不確かな情報を受け取った際～」という記載があるが、意味が分からない。具体的に何を意味しているのか（細川委員）
- ・何かなくなるからと、不安になって買いに行くのは、生活防衛だ。消費者教育というよりも、必要な生活物資の供給状況の適切な情報提供、行政の課題だと思う。行政が正確、適切な情報を流すことがまず大切である。（細川委員）
- ・正しいか誤っているかわからない情報を受けた際に、「こんな情報が流れている」ということを然るべき機関に連絡する、ということを事務局はまとめているのではないか（新庄委員）
- ・平常時の教育、緊急時の情報発信、両面で言及すべきである（田中会長）
- 「緊急時に便乗した消費者トラブル等の情報提供」というタイトルは、「緊急時に伴う」の表現で良いと思う（村委員）

### ・第3章 **対応の方向性2** (3)

- 情報を受け取る側が情報をしっかり受け、理解することができるように、受け取る側の立場を想像し、情報発信の仕方を考えて欲しい（松井委員）
- 情報弱者が情報を受ける方法を検討して欲しい（新庄委員）
- 高齢者へは繰り返しの注意喚起や啓発が必要である。役所やケアプラザの工夫によって被害から守って欲しい（多賀谷委員）

### ・第3章 **対応の方向性2** (4)

- 情報提供の項目に、民間事業者（コンビニ、宅配、ライフライン事業者等）を通じた情報提供も加えたらどうか（天野委員）

### ・第3章 **対応の方向性4** (1)

- 消費者ホットラインの接続先転送の設定のほか、自治体間の協力体制の構築等を検討したらどうか（細川委員）

### ・第3章2 **対応の方向性4** (3)

- 身近な相談の担い手には、町内会、民生委員もあるのではないか（望月委員）

### ・最終的に全体調整

- 「トラブルへの対応」「消費者被害防止」などという言葉が出てくるが、「トラブル」と「被害」で言葉を使い分ける必要があるのではないか（大森委員）

# 令和 4 年度横浜市消費者教育推進計画

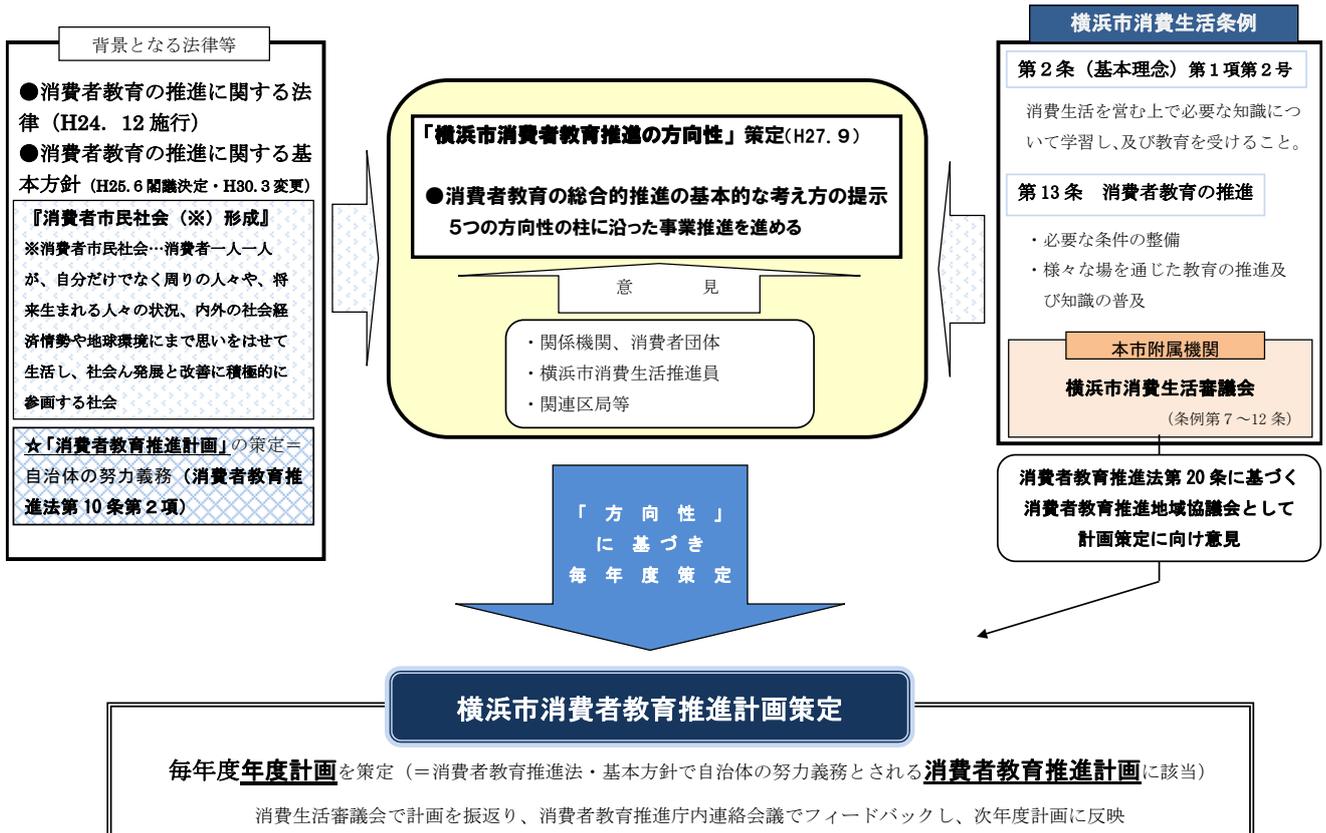
横浜市経済局

令和 4 年 4 月

# はじめに

横浜市では、消費者教育推進の基本的な考え方をまとめた「横浜市消費者教育推進の方向性（以下「方向性」と示します。）」に沿って、毎年度「消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」と示します。）」に定められた横浜市消費者教育推進計画（以下「推進計画」と示します。）を策定します。

## 「横浜市消費者教育推進の方向性」・「横浜市消費者教育推進計画」の位置づけ

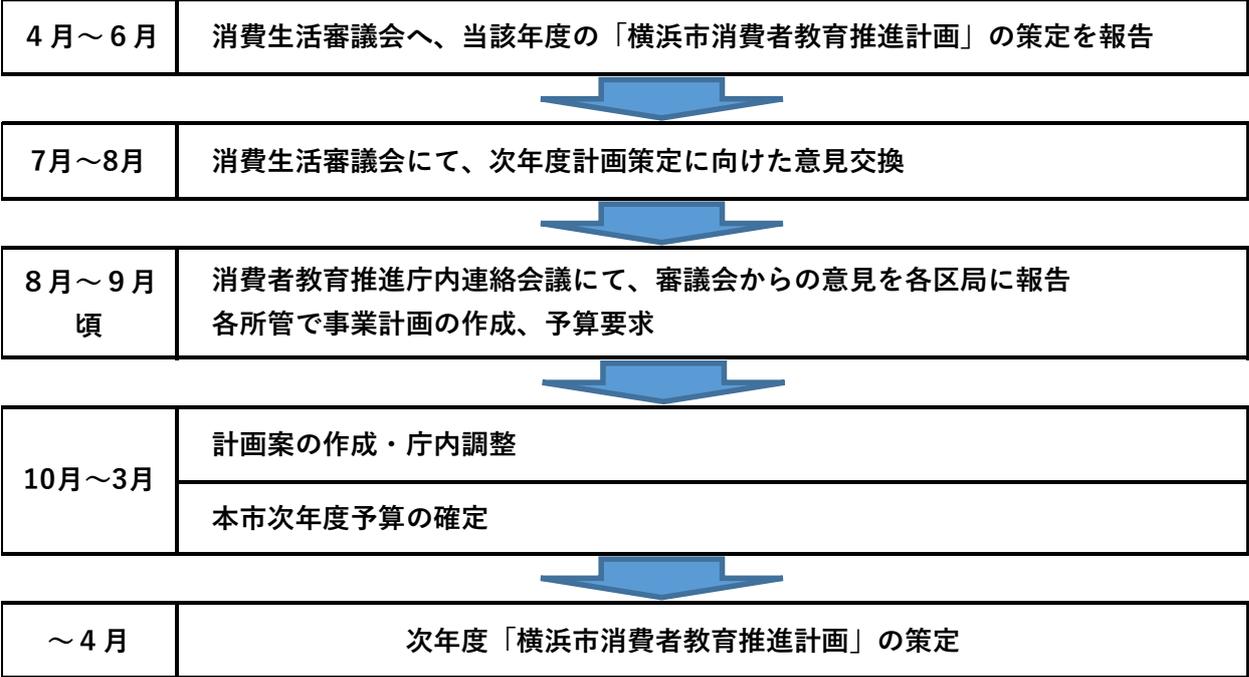


# 計画の推進

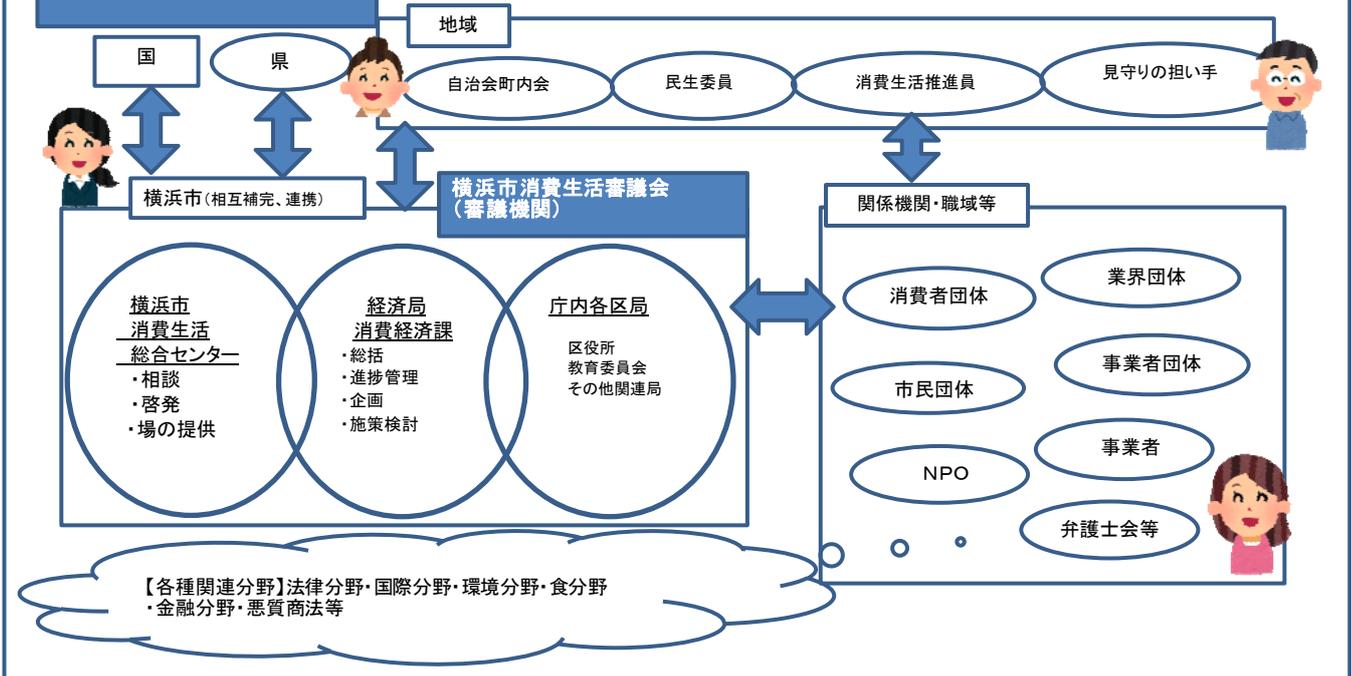
庁内関係局が予算化した消費者教育関連事業について、消費者教育推進の視点及び「方向性」を踏まえて取りまとめ、単年度の本市消費者教育推進計画として確定します。

計画の進捗、実施については、本市附属機関である横浜市消費生活審議会において、前年度計画の振り返りや次年度の計画策定に向けての御意見をいただきます。庁内関係局ではいただいた御意見を参考に事業の推進を図ってまいります。

【計画推進のフロー】



【参考】推進体制イメージ



## 横浜市消費者教育推進・5つの方向性の柱

「方向性」において、消費者教育推進に向けた次の5つの柱を示しました。

### 【方向性1】効果的な情報発信の強化

- (1) 様々な媒体、機会を利用した
  - ・横浜市消費生活総合センターの周知
  - ・消費者教育・啓発となる情報の確実な伝達
  - ・「消費者市民社会の形成」という理念の浸透
- (2) 自ら情報にアクセスすることが困難な方への、周囲の方も含めた情報伝達についての検討、推進

### 【方向性2】横浜市消費生活推進員※等による地域での啓発の活性化

- (1) 段階的に学ぶ研修の充実
- (2) 刻々と変化していく消費者被害に対応した教材開発への支援
- (3) 地域団体や福祉関係団体等との調整や連携に向けた力をつける研修による地域活動実践力を持った担い手づくり
- (4) 消費者団体等との連携による地域への啓発強化

※横浜市消費生活推進員…横浜市消費生活条例第16条に基づき、市民の安全で快適な消費生活推進のために地域に根ざした自主的な活動を行う市長から委嘱された委員で、任期は2年、最長で通算3期6年活動が可能です。（平成29年5月1日現在の横浜市消費生活推進員数…1,528人）。

### 【方向性3】高齢者等を消費者被害から守るための消費者教育の推進

- (1) 年代や障害特性を考慮した効果的な教育・啓発教材の検討
- (2) 家族や支援者などを介した啓発強化の方法等の検討、推進
- (3) 福祉部門、特別支援教育部門と連携した情報提供等の検討、推進

### 【方向性4】生活領域や年代に応じた消費者市民の育成を目指した教育の推進

- (1) 学校等  
(幼児期～大学・専門学校等、支援を要する幼児・児童・生徒)
  - (2) 地域社会（高齢者、障害者、若者、成人一般）
  - (3) 家庭  
(食育等、危害・危険から身を守る、情報社会のルール等)
  - (4) 職域（社員への消費者教育、社会的責任意識を高める等）
- ）における共に学ぶ視点を意識した消費者教育

### 【方向性5】担い手の育成、協働の推進、関連分野との連携

- (1) 学校教育における教員研修や教材開発支援
- (2) 消費者被害防止に加え、消費者市民社会形成に向けた企業や各種団体等との協働の推進
- (3) 関連分野との連携

## 令和4年度重点取組事項

横浜市の消費者教育推進において、これまでの取り組みに加え、令和4年度から新たに必要になる視点や引き続き取り組むべき事項、拡充していくことが望ましい事業等を、令和4年度における重点取組事項として次のとおり定めます。

### 1. 成年年齢引き下げに対応した、消費者教育・啓発の充実

令和4年4月1日から「民法の一部を改正する法律」が施行され、成年年齢が18歳に引き下げられます。引き下げ後の被害状況を注視しつつ、これに対応した消費者教育・啓発に引き続き取り組みます。

#### 【取組の例】

- 様々な媒体、機会を利用した成年年齢引き下げの周知・啓発
- 学校向け出前講座等の、若年者向け消費者教育の実施

### 2. 地域における消費者被害防止に向けた活動の活性化

消費生活推進員による啓発活動等、地域での主体的活動・交流・見守りを促進し、地域住民の意識向上や知識・情報の普及によって、消費者被害の未然防止を図り、市民の安全・安心な消費生活を推進します。

#### 【取組の例】

- 消費生活推進員等による地域での啓発等、活動の支援・促進
- 地域の消費者被害未然防止・拡大防止のための見守り・啓発の推進

### 3. 脱炭素社会の形成に向けたエシカル消費の普及・啓発

世界的な目標であるSDGsの達成に向け、脱炭素社会（カーボンニュートラル）への注目が高まっています。人や社会・環境に配慮した消費行動「エシカル消費(倫理的消費)」の普及・啓発により、持続可能な社会の形成に向けた消費行動を促します。

#### 【取組の例】

- エシカル消費等に関する講演会や講座の開催
- エシカル消費普及・啓発のための教材の作成

## 重点取組事項に該当する主な事業【掲載事業抜粋】

### (1) 成年年齢引き下げに対応した、消費者教育・啓発の充実

事業名	事業概要	令和4年度の取組（事業計画）	所管
若年層向け消費者教育事業 （成年年齢引き下げに伴う啓発等） No. 1	消費者教育の一環として令和4年4月施行の成年年齢引下げに伴う注意喚起を行う。	成年年齢引き下げをテーマとした学校向け出前講座の実施や啓発教材等を配布する他、市HP上に、若者をターゲットとする悪質商法への注意喚起や対処法など、消費者教育・啓発記事を掲載する。加えて、交通広告等での動画放映等による成年年齢引下げに伴う注意喚起を行うなど、若年層やその保護者に対して様々な機会を通じた取り組みを行う。	経済局
啓発用ポスター・リーフレットの配布（若者向け） No. 2	悪質商法被害未然防止を図ることを目的に啓発用ポスター・パンフレット等を作成し、市内高等学校、大学等に配布。	「文豪ストレイドッグス」キャンペーンとして成年年齢引き下げ・悪徳商法認知のため市内の高校・大学・専門学校等にポスター掲示、啓発グッズの配布を行う。また神奈川新聞社が神奈川県内の高校生向けに発行しているフリーペーパーHPを活用しての告知とプレゼントを予定。	消費生活総合センター
専門家・事業者派遣による出前講座 No. 53	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校、義務教育学校及び高等学校へ派遣し、消費者教育に係る出前講座を実施する。	・市内学校の児童生徒やPTA、教員等を対象に専門家講師派遣による消費者教育出前講座を実施する。 テーマ：成年年齢引き下げに伴う消費者トラブル未然防止、物や金銭の使い方、インターネット・携帯電話利用の危険性 等	経済局

### (2) 地域における消費者被害防止に向けた活動の活性化

事業名	事業概要	令和4年度の取組（事業計画）	所管
消費生活推進員による地域での消費者啓発 No. 12	消費生活推進員が地域で消費者被害未然防止などの消費生活に関する講座を様々な媒体や資料を活用しながら開催する。	地区代表活動費の助成、区代表者会議、研修の開催、消費生活の推進に功績のあった推進員への顕彰及び委嘱式・新任者研修の開催準備、地域に向けた情報発信支援を行う。加えて今後、推進員の活動を補助する物品・教材の補強を行い、地域における活動の更なる活性化を図る。その他、委嘱に向けた制度検討を進める。	経済局、 推進員制度運用区
地域の担い手養成セミナー No. 17	身近な地域における消費者被害未然防止に向けて、市関係部局と連携しながら、元消費生活推進員などを対象に、日常の地域活動のなかで高齢者の目線に立った、声かけや助言を担える人材として養成。	アウトリーチ型の事業として、主に区役所での消費生活推進員の会議や研修会の場に、センター相談員等が講師として出向き、高齢者の見守りをテーマとした養成講座や情報提供、意見交換等を行う。	消費生活総合センター

### (3) 脱炭素社会の形成に向けたエシカル消費の普及・啓発

事業名	事業概要	令和4年度の取組（事業計画）	所管
消費者市民社会啓発事業 （エシカル消費） No. 54	消費者市民社会の実現をテーマに講座等を開催し、国の重要消費者施策に係る倫理的消費の普及・促進を図る。	消費者市民社会の実現を目指し、「環境に配慮した消費行動」や「社会に配慮した消費行動」などの倫理的消費に関するサブテーマを選定・設定し、講座等を企画・実施するとともに、コロナ禍においても事業を執行できるよう、内容を収録した動画のオンライン配信も併せて実施する。	経済局
エシカル消費普及啓発キャンペーン No. 94	エシカル消費を促進するための普及啓発キャンペーンを実施	SNSを活用した企業との協働により市民参加型の普及啓発キャンペーンを実施し、環境配慮型商品の選択・購入（エシカル消費）を呼びかけます。	環境創造局

令和4年度横浜市消費者教育推進計画

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/R4新規/R4廃止	施策・事業名	事業概要	令和4年度の取組(事業計画)	令和4年度予算額(千円)	生活領域				年 代						
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成 人 期		
																若者	成人一般	高齢期
1	方向性1	経済局	継続	若年層向け消費者教育事業(成年年齢引き下げに伴う啓発等)	消費者教育の一環として令和4年4月施行の成年年齢引き下げに伴う注意喚起を行う。	成年年齢引き下げをテーマとした学校向け出前講座の実施や啓発教材等を配布する他、市HP上に、若者をターゲットとする悪質商法への注意喚起や対処法など、消費者教育・啓発記事を掲載する。加えて、交通広告等での動画放映等による成年年齢引き下げに伴う注意喚起を行うなど、若年層やその保護者に対して様々な機会を通じた取り組みを行う。	1,000千円	○	◎	○	—	—	○	○	◎	○	○	—
2	方向性1	消費生活総合センター	継続	啓発用ポスター・リーフレットの配布(若者向け)	悪質商法被害未然防止を図ることを目的に啓発用ポスター・パンフレット等を作成し、市内高等学校、大学等に配布	「文豪ストレイドッグス」キャンペーンとして成年年齢引き下げ・悪徳商法認知のため市内の高校・大学・専門学校等にポスター掲示、啓発グッズの配布を行う。また神奈川新聞社が神奈川県内の高校生向けに発行しているフリーペーパーHPを活用しての告知とプレゼントを予定	560千円	◎	○	○	—	—	—	◎	◎	◎	—	—
3	方向性1	消費生活総合センター	継続	情報収集・提供事業(デジタル情報)	・ホームページによる情報発信 ・メールマガジンの配信 ・SNSによる情報発信	・ホームページ 啓発情報や事例紹介、教室・講座情報などを迅速かつ幅広く市民へ提供 ・メールマガジン 被害事例や啓発情報などを情報提供(毎週配信) ・SNS ツイッターにより被害事例や講座情報を随時発信	8,690千円	○	◎	◎	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎
4	方向性1	港南区地域振興課	継続	港南区消費生活推進員だより発行	「港南区消費生活だより」を発行し、地域に向けて情報を発信	3月発行:7600部発行 各自治会・町内会への回覧及び地域活動で活用	165千円	—	◎	◎	—	○	○	○	○	◎	◎	◎
5	方向性1	保土ヶ谷区地域振興課	継続	よこはまぐらしナビの配布	よこはまぐらしナビを地域振興課前に配架するほか、自治会町内会に配付する。	毎月(8月と12月を除く。)の区連会資料配送時に掲示板を保有する各自治会町内会に「よこはまぐらしナビ」を送付し、掲示を依頼します。	0千円	○	◎	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎
6	方向性1	保土ヶ谷区地域振興課	継続	街頭啓発キャンペーン	消費生活に関する情報の周知のための街頭啓発キャンペーンの実施。	防犯キャンペーンとの合同で、横浜市消費生活総合センター供給の啓発物品を用い啓発・周知等を行う。(12月)	0千円	○	◎	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
7	方向性1	港北区地域振興課	継続	広報紙の発行	悪質商法被害未然防止の啓発、消費生活推進員活動の報告を目的とした広報紙を作成、配布する。	広報紙「あゆみ」を作成し、自治会町内会での班回覧、消費生活推進員への配付及び地域振興課窓口に配架する。	130千円	○	◎	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	◎
8	方向性1	港北区地域振興課	R4新規	ふるさと港北ふれあいまつりでの啓発	区民の集まる機会をとらえて消費者教育を行う。	区民の集まる機会をとらえて消費者教育を行う。	0千円	—	◎	◎	—	—	◎	◎	◎	◎	◎	◎
9	方向性1	緑区地域振興課	継続	消費生活推進員ニュースの発行	消費生活推進員の活動や取り組みを地域の方に伝え、相談先としての横浜市消費生活総合センターの周知を図る	令和5年3月に8,000部発行し、区内自治会に班回覧を依頼する	192千円	—	◎	◎	—	—	—	—	○	○	◎	◎



令和4年度横浜市消費者教育推進計画

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/R4新規/R4廃止	施策・事業名	事業概要	令和4年度の取組(事業計画)	令和4年度予算額(千円)	生活領域				年代							
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期			
																若者	成人一般	高齢期	
20	方向性2	南区地域振興課	継続	消費生活推進員研修	消費生活推進員を対象に、悪質商法未然防止について学ぶ研修を行う。	横浜市消費生活総合センターへ講師派遣を依頼し、南区消費性推進員の消費生活に関わる知識を底上げし、地域で活動・発信してもらう。	47千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	-	○	◎	◎
21	方向性2	港南区地域振興課	継続	施設見学会	消費生活推進員を対象に、知識向上や活動の活性化のため、施設見学会を実施	11月頃実施予定	0千円	-	◎	-	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
22	方向性2	磯子区地域振興課	継続	子ども消費生活セミナー	子どもたちを対象に、消費生活に関する問題についてセミナーを開催します。	8月に磯子公会堂集会室にて実施予定	10千円	○	◎	◎	-	-	◎	-	-	-	-	-	-
23	方向性2	磯子区地域振興課	継続	得トク生活フェスタ	パネル展示や実演会、地元野菜の販売等を通して、消費生活推進員の活動を地域に向けて情報発信します。	11月3日に磯子区役所1F区民ホールにて実施予定	消耗品費で一括計上	-	◎	◎	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
24	方向性2	磯子区地域振興課	継続	磯子くらしのセミナー	消費者(区民)の意識啓発を目的としたセミナーを開催します。	12月上旬に実施予定	20千円	-	◎	◎	-	○	○	○	○	○	◎	◎	◎
25	方向性2	磯子区地域振興課	継続	区版いそご消費生活だより発行	広報紙「いそご消費生活だより」を発行し、地域に向けて情報発信します。	2月に6,500部発行し、各自治会・町内会での回覧や、各施設での配架、各イベント参加者へ配布予定	160千円	-	◎	◎	-	○	○	○	○	○	◎	◎	◎
26	方向性2	磯子区地域振興課	継続	消費生活推進員合同会議	地域で消費生活推進活動を活発に展開できるよう、消費生活推進員を全員を対象とした講義や活動報告会を行います。	年間2回実施 第1回は8月に講師を招いて講演聴講を実施予定 第2回は2月に地区活動報告会・意見交換会を実施予定	20千円	-	◎	○	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
27	方向性2	磯子区地域振興課	継続	施設見学会	消費生活推進員を対象に、知識向上や活動の活性化のため、施設見学会を実施します。	10月に実施予定	0千円	-	◎	○	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
28	方向性2	港北区地域振興課	継続	こうほく消費者のつどいの開催	区民を対象とした消費生活に関するイベントを開催し、消費者教育を推進する。	区民を対象とした消費生活に関するイベントを開催し、消費者教育を推進する。	0千円	-	◎	◎	-	○	○	○	○	○	◎	◎	◎
29	方向性2	港北区地域振興課	継続	消費生活推進員研修	消費生活推進員を対象に、学ぶ研修を行う。	消費生活推進員を対象に、悪質商法未然防止について学ぶ研修を行う。 令和4年度は消費生活総合センターに講師派遣依頼済。 10月開催予定	0千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎

令和4年度横浜市消費者教育推進計画

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/R4新規/R4廃止	施策・事業名	事業概要	令和4年度の取組(事業計画)	令和4年度予算額(千円)	生活領域				年代							
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期			
																若者	成人一般	高齢期	
30	方向性2	緑区地域振興課	継続	消費者被害未然防止啓発	消費生活推進員による地域での啓発活動	・緑区民まつりや地域のイベントでブースを設けて悪質商法などの情報提供を行う。 ・高齢者のお茶飲み会などで消費クイズや紙芝居を利用して消費者被害未然防止啓発を行う	720千円	-	◎	-	-	-	-	-	-	-	-	○	◎
31	方向性2	緑区地域振興課	R4廃止	衣類のリユース事業	不要になった”衣類を譲りたい人”と”衣類をもらいたい人”の橋渡しをすることで、ごみを減らし、再利用、再生利用する3R行動の普及・啓発をする。			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
32	方向性2	青葉区地域振興課	R4廃止	消費生活教室	消費生活向上につながる講演会の開催			-	◎	-	-	-	-	-	-	-	-	◎	◎
33	方向性2	青葉区地域振興課	継続	パネル展示	消費生活推進員の紹介及び消費生活に関する啓発に関するパネル展示を区役所等で行う。	実施予定	0千円	-	◎	-	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
34	方向性2	都筑区地域振興課	継続	ゆずりあい情報板の運営	不用になったために譲りたいものと必要とするものが記載された情報カードを掲示することで、必要としている人に必要としているものが渡るリユースの取組を行っている。	毎月1回カードの貼り換え作業を行い、リユースの取組を行う。	0千円	-	◎	◎	-	-	-	-	○	◎	◎	◎	
35	方向性2	栄区地域振興課	継続	栄区消費生活講演会の開催	消費者(区民)を対象とし、専門家や学識経験者等を講師とした講演会を開催することにより、消費者の意識啓発を図る。	栄区消費生活講演会の開催 テーマ:未定	40千円	○	◎	◎	○	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
36	方向性2	戸塚区地域振興課	継続	施設見学会	消費生活推進員を対象に、知識向上や活動の活性化を図るとともに、学んだ知識を地域へ還元するため、施設見学を行う。	1回実施予定	100千円	-	◎	-	-	-	-	-	-	-	-	○	-
37	方向性2	瀬谷区地域振興課	継続	施設見学会	消費生活推進員を対象に、知識向上や活動の活性化を図るとともに、学んだ知識を地域へ還元するため、施設見学を行う。	新型コロナウイルスの感染状況により、事業の実施を検討	100千円	-	◎	-	-	-	-	-	-	-	-	○	-
38	方向性2	瀬谷区地域振興課	継続	パワフル瀬谷・生活情報展	消費生活推進員の委嘱最終年度に、各地区の活動をパネル展示し、消費生活推進員の活動や取組を地域の方に伝えている。また、悪質商法や、環境問題に関する情報を学ぶため、講師による講演会を実施する。	調整中	50千円	-	◎	-	-	-	-	-	-	-	-	○	○
39	方向性2	資源循環局	継続	環境に配慮した行動の推進	ヨコハマ3R夢プランに基づき、マイバックの使用等の環境に配慮した購買行動の推進や食品ロス削減に向けて、食材の無駄をなくす調理等のヒントを学ぶ講座や講演会の開催	①プラごみ削減キャンペーンの実施 ②家庭での実践講座の開催(18区)	9,362千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎

令和4年度横浜市消費者教育推進計画

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/R4新規/R4廃止	施策・事業名	事業概要	令和4年度の取組(事業計画)	令和4年度予算額(千円)	生活領域				年代						
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期		
																若者	成人一般	高齢期
40	方向性3	経済局 区地域振興課 区福祉保健課 局包括支援センター関係課 消費生活総合センター 地域ケアプラザ等	継続	地域ケアプラザ等との連携	区・局・センター・地域ケアプラザ等と連携し、高齢者の消費者被害防止に向けた協働の取組等の充実を図る。	・地域ケアプラザ等からの消費生活相談を受けける専用回線の設置やリモート相談の実施 ・地域ケアプラザ等見守り関係者への消費生活情報の提供 ・地域ケアプラザ(同時に民生委員等へも)へ高齢者・見守り関連資料を配布。(隔年 R4年度は実施しない年度)	1,623千円	-	◎	○	◎	-	-	-	-	○	○	◎
41	方向性3	消費生活総合センター	継続	資料展示事業	市民向けの消費者教育関係図書・資料・DVD、展示パネルなど消費生活に関する資料等を充実させ、展示・閲覧・貸出	・情報資料展示室の運営(平日9時から19時、土曜日9時～17時) ・年3～4回図書・ビデオ・DVD等の購入	541千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
42	方向性3	消費生活総合センター	継続	高齢者利用施設への講師派遣	高齢者施設運営者が開催する悪質商法に関する講座へ講師を派遣	高齢者利用施設(地域ケアプラザ等)への講師派遣	出前講座(地域団体等)で一括で計上	-	◎	◎	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
43	方向性3	消費生活総合センター	継続	啓発資料等作成事業(高齢者向け)	高齢者向けリーフレットを作成し、配布	・高齢者向け啓発グッズ、リーフレットを作成し、市内病院や出前講座等を通じて配布 ・高齢者被害防止及び見守りのリーフレットを作成し、地域ケアプラザや民生委員等に配布	145千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	○	○	◎
44	方向性3	消費生活総合センター 区・地区社会福祉協議会	継続	地域に根ざした高齢者向け消費者啓発	きめ細かい高齢者啓発を目指し、日常的に地域で高齢者と接している各区(地区)社会福祉協議会あてに「悪質商法に注意しよう」「何かあったらセンターに相談しよう」の2点を呼びかける啓発物を配布し、注意喚起	引き続き対応(No.40の事業のひとつ)	-	-	◎	◎	-	-	-	-	-	○	○	◎
45	方向性3	西区地域振興課	継続	消費生活啓発記事の情報誌掲載(消費生活推進事業)	消費生活啓発記事をタウンニュースへ掲載し、多角的に周知する。	年1回実施予定。タウンニュースへ消費生活啓発記事を掲載し、広報よこはまとは異なる読者層への周知を図る。	55千円	○	◎	◎	-	○	○	○	○	◎	◎	◎
46	方向性3	港南区地域振興課	継続	地区活動助成金の交付	地区活動を効果的な実施を推進するため、助成金を交付	1地区上限30,000円×15地区	450千円	-	◎	-	-	○	○	○	○	◎	◎	◎
47	方向性3	港北区地域振興課	継続	活動助成金の交付	消費生活推進員活動の効果的な実施を推進するため、助成金を交付	要綱改正のため、1人当たり2,000円の交付	40千円	-	◎	-	-	○	○	○	○	◎	◎	◎
48	方向性3	港北区地域振興課	R4新規	港北図書館でのパネル展示及び消費者教育関連書籍の展示	港北図書館と協力し、特設会場にて消費生活総合センター提供のパネル及び、消費者教育関連書籍を展示。	港北図書館と協力し、特設会場にて消費生活総合センター提供のパネル及び、消費者教育関連書籍を展示。	0千円	-	◎	◎	-	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎
49	方向性3	金沢区地域振興課	R4新規	消費生活教室	「不当・架空請求トラブルにあわないために」と題し、ハガキや電子メールに潜む詐欺行為と回避方法について講師を招いて学びます。	消費生活教室(定員80名)	0千円	-	◎	◎	-	-	○	○	○	◎	◎	◎

令和4年度横浜市消費者教育推進計画

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/R4新規/R4廃止	施策・事業名	事業概要	令和4年度の取組(事業計画)	令和4年度予算額(千円)	生活領域				年代						
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期		
																若者	成人一般	高齢期
50	方向性3	戸塚区地域振興課	継続	地区活動助成金等の交付	消費生活推進活動の効果的な実施を推進するため、助成金を交付。	・地区活動助成金(18地区) 18地区ごとの消費推進活動に活用 ・戸塚区消費生活推進員の会助成金 消費生活展、啓発講座の開催、広報誌の発行、食品ロス削減レシピの作成に活用。	940千円	-	◎	-	-	○	○	○	○	◎	◎	◎
51	方向性3	教育委員会事務局 経済局 健康福祉局	継続	障害のある幼児児童生徒への効果的な消費者教育教材の作成に向けた検討	特別支援学校等での活用・実践を踏まえ、障害特性や発達段階に応じた効果的な教材について、意見交換しながら教材の開発を目指す。	健康福祉局や教育委員会等と連携しながら、障害のある幼児児童生徒にも分かりやすい啓発資料等の作成を進める。	0千円	◎	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
52	方向性4	経済局 (公財)横浜市消費者協会 市内大学	継続	消費者行政インターンシップ	学生が大学で修得した学問と現場での実践との融合、応用についての理解を深め、学習効果の向上を図るとともに、消費者行政に対する理解を深めることを目的に、大学と協定を締結し、インターン生を受け入れる。	・消費者法を専攻している学生を受け入れる。 ・経済局で本市消費者行政全般にかかる概要の説明や事業の実習を行う。 ・(公財)横浜市消費者協会にて協会事業、消費生活総合センター業務補助等に従事し、消費生活相談や啓発講座等消費者行政の現場業務の実習を行う。	0千円	◎	○	○	○	-	-	-	◎	◎	-	-
53	方向性4	経済局	継続	専門家・事業者派遣による出前講座	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校、義務教育学校及び高等学校へ派遣し、消費者教育に係る出前講座を実施する。	・市内学校の児童生徒やPTA、教員等を対象に専門家講師派遣による消費者教育出前講座を実施する。 ・テーマ:成年年齢引き下げに伴う消費者トラブル未然防止、物や金銭の使い方、インターネット・携帯電話利用の危険性 等	600千円	◎	○	○	-	-	◎	◎	-	-	-	-
54	方向性4	経済局	継続	消費者市民社会啓発事業(エシカル消費)	消費者市民社会の実現をテーマに講座等を開催し、国の重要消費者施策に係る倫理的消費の普及・促進を図る。	消費者市民社会の実現を目指し、「環境に配慮した消費行動」や「社会に配慮した消費行動」などの倫理的消費に関するサブテーマを選定・設定し、講座等を企画・実施するとともに、コロナ禍においても事業を執行できるよう、内容を収録した動画のオンライン配信も併せて実施する。	4,500千円	-	◎	-	-	-	-	-	○	◎	◎	◎
55	方向性4	消費生活総合センター	継続	消費者教育講演会	消費者市民社会の形成に向けて、消費者教育講演会を実施	年1回 旭区共催	344千円	◎	◎	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎
56	方向性4	消費生活総合センター	継続	各種媒体広告掲載(地域の担い手養成)	福祉団体等が発行している広報誌、機関誌などに地域の担い手を呼びかける広告を掲載。	・福祉団体等が発行している広報誌、機関誌などに地域の担い手を呼びかける広告を掲載。 ・横浜市老人クラブ連合会発行の「かがやきだより横浜」に広告掲載。 ・横浜市社会福祉協議会発行「福祉よこはま」に広告掲載。	461千円	◎	◎	○	-	-	-	-	◎	◎	◎	◎
57	方向性4	消費生活総合センター	継続	出前講座(大学等)	大学が開催する学生向けガイダンスなどへ講師を派遣し、若者を狙った悪質商法等について講演	大学が開催する学生ガイダンスなどへの講師派遣	出前講座(地域団体等)で一括で計上	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	-	-
58	方向性4	消費生活総合センター	継続	高校生(または教員)向け講師派遣事業	市内高校の生徒(または教員向け)啓発講座を実施する。	生徒向け 1校(横浜総合高校を予定)	大学等との連携で一括で計上	◎	-	-	-	-	-	◎	-	◎	◎	-
59	方向性4	消費生活総合センター	継続	小中学校向け消費者トラブル事例情報提供事業	子供たちの消費者トラブルを未然に防止するため、教職員を通じて子供たちに実際に起こっている事例等を学校に紹介し、注意喚起等の活用を促進	教育委員会事務局を通じて、トラブル事例情報のデータを各学校へ提供(4・7・10・1月、年4回)	0千円	◎	-	-	-	-	◎	-	-	◎	◎	-

令和4年度横浜市消費者教育推進計画

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/R4新規/R4廃止	施策・事業名	事業概要	令和4年度の取組(事業計画)	令和4年度予算額(千円)	生活領域				年代							
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期			
																若者	成人一般	高齢期	
60	方向性4	消費生活総合センター 共催区役所 消費者団体等	継続	消費生活教室(区と共催)	消費生活上の安全・安心の確保、消費者市民社会の形成などに関する、確かな情報と知識を学ぶ教室の区との連携・共催による開催	区との共催で地域に出向き8回実施予定(共催区とともに新型コロナウイルス感染症拡大防を図りながら)	231千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
61	方向性4	消費生活総合センター 市老人クラブ連合会 ウイリング横浜 健康福祉局高齢健康福祉課	継続	講師派遣事業(シニア大学・各種団体)	・高齢者層への悪質商法被害防止講演会を実施 ・高齢者や障害者と接する福祉従事者への啓発	市(区)老人クラブ連合会が各区で開催するシニア大学で講演(1回×18区)	5,100千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
62	方向性4	消費生活総合センター	継続	出前講座(企業等)	企業等へ講師を派遣(有料)	企業等が実施する新入社員研修等への講師派遣(有料)	出前講座(地域団体等)で一括で計上	-	-	-	◎	-	-	-	-	-	◎	◎	-
63	方向性4	(公財)横浜市消費者協会 消費生活総合センター	継続	大学等との連携	市内大学や専門学校との連携により、効果的な若者向け消費者啓発教育を実施。(教職員含む)	・市内の大学等との連携により、若者目線と感性を活かした効果的な若者向け消費者啓発物を作成し、学生や教職員等へ配布 ・市内の大学等との連携により、子どもや若者など多世代に向けて効果的な消費者啓発を実施	92千円	◎	○	-	-	-	-	-	-	◎	◎	○	-
64	方向性4	鶴見区地域振興課	継続	三ツ池公園(文化・環境)フェスティバル参加	三ツ池公園(文化・環境)フェスティバルにて、活動紹介、エコクイズ、エコグッズ販売を行う。	開催検討中	0千円	-	◎	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
65	方向性4	鶴見区地域振興課	継続	暮らしのヒント展	パネル展示やステージ実演を通して、消費生活推進員の活動を地域に向けて情報発信する。	開催検討中	125千円	-	◎	○	○	○	○	○	○	○	◎	◎	◎
66	方向性4	鶴見区地域振興課	継続	鶴見区消費生活推進員だより発行啓発物作成	広報紙「鶴見区消費生活推進員だより」を発行し、地域に向けて情報発信します。啓発物を作成、配布し、地域に向けて情報発信します。	年1回発行し、各自治会・町内会での配布や、各施設での配架を行います。	110千円	-	◎	○	○	○	○	○	○	○	◎	◎	◎
67	方向性4	神奈川区地域振興課	継続	講演会「消費生活教室」の開催	講師をお招きして消費生活に関する講座を開催し、情報の提供を行う。	日時:令和4年12月12日 14:30~16:00 会場:神奈川区役所本館5階 大会議室 参加費:無料 定員:40名(事前申込制) 対象:横浜市内に在住・在勤・在学の方	0千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
68	方向性4	港南区地域振興課	継続	講演会「消費生活教室」の開催	講師をお招きして消費生活に関する講座を開催し、情報の提供を行う。	日時:令和4年8月26日(金) 13:30~15:30 会場:港南公会堂 参加費:無料 定員:200名 対象:横浜市内に在住・在勤・在学の方	0千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
69	方向性4	保土ヶ谷区地域振興課	継続	講演会「消費生活教室」の開催	講師をお招きして消費生活に関する講座を開催し、情報の提供を行う。	日時:令和5年1月26日(木)13:30~15:30 会場:保土ヶ谷公会堂1号会議室 参加費:無料 定員:80名 対象:横浜市内に在住・在勤・在学の方	101千円	-	◎	◎	○	-	-	-	-	-	◎	◎	◎

令和4年度横浜市消費者教育推進計画

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/R4新規/R4廃止	施策・事業名	事業概要	令和4年度の取組(事業計画)	令和4年度予算額(千円)	生活領域				年 代								
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期				
																若者	成人一般	高齢期		
70	方向性4	旭区地域振興課	継続	旭区消費者大学事業	学識経験者や専門家などを講師に招き、区民に向け、広く関心のあるテーマで啓発講座を実施。	一般区民に向け、広く関心のあるテーマで啓発講座を実施(7月・11月予定)	119千円	-	◎	○	-	-	-	-	-	-	-	-	◎	◎
71	方向性4	都筑区地域振興課	継続	消費生活教室	消費生活向上につながる講演会の開催	テーマ:トラブルを回避するための終活を考える～元気なうちに始める、暮らしの総点検～ 日程:11月30日(水)	0千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
72	方向性4	栄区地域振興課	継続	栄区消費生活推進員の会広報紙「さかえ消サポだより」の発行	悪質商法や各種詐欺被害の未然防止、省エネ・環境に配慮した生活などをテーマにした広報紙「さかえ消サポだより」を年2回、事務局で作成し配布する。ひいては消費生活推進員の活動PR、認知度向上を図る。	広報紙「さかえ消サポだより」を10月および3月の計2回、各1,500部程度作成し、自治会町内会の掲示板、および各種イベントや出前講座での配布等を行う。 テーマ:未定	200千円	○	◎	◎	○	○	○	○	○	○	◎	◎	◎	
73	方向性4	泉区地域振興課	継続	消費者対策研修会	多様化する悪質商法や、特殊詐欺に関する情報を学ぶため、講師による講演会を実施する。	実施予定(内容については検討中)	40千円	○	○	○	○	-	○	○	○	○	◎	◎	◎	
74	方向性4	資源循環局	継続	環境教育出前講座(資源循環局)	資源の循環、3R夢等について、市内の小・中学校や地域に、職員等が出向き出前講座を実施する。	未就学児から社会人まで様々な世代を対象にした出前講座の実施	0千円	◎	◎	○	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
75	方向性4	こども青少年局	継続	食育推進事業(こども青少年局)	保育所等に、食育計画の策定及び実施を推進する。 給食だよりや、市ウェブサイトで保育所等の給食メニューを紹介することにより、家庭へ食育の啓発を行う。	・保育所等における食育計画の策定及び実施の推進 ・給食だよりや市ウェブサイトを使った保育所等の給食メニューの紹介による食育の啓発	120千円	○	○	○	○	○	-	-	-	-	-	○	-	
76	方向性4	健康福祉局	継続	食育推進事業(健康福祉局)	食育推進計画に基づき、啓発及び事業の推進を行います。	・かながわ食育フェスタへの出展 ・よこはま朝食キャンペーン ・横浜食と農の祭典	3,837千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
77	方向性4	健康福祉局	継続	食の安全や食品衛生に関する知識の普及・啓発(その1)	食の安全について、様々な機会を通して効果的な情報発信を行う。	①横浜市食品衛生協会と協力して、各区で「食中毒予防キャンペーン」を開催し、啓発チラシや啓発グッズ等を配付 ②「食の安全ヨコハマWEB」や「広報よこはま」での情報提供 ③食中毒予防啓発動画の広告(駅ホームドアビジョン)	2,682千円	○	◎	○	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
78	方向性4	健康福祉局	継続	食の安全や食品衛生に関する知識の普及・啓発(その2)	食品衛生に関する知識の向上のため、市民や食品等事業者を対象とした講習会、シンポジウムを開催する。	①「食の安全を考えるシンポジウム」の開催 ②市民や食品等事業者を対象とした食品衛生に関する講習会の開催	555千円	○	◎	○	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎

令和4年度横浜市消費者教育推進計画

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/R4新規/R4廃止	施策・事業名	事業概要	令和4年度の取組(事業計画)	令和4年度予算額(千円)	生活領域				年 代							
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成 人 期			
																若者	成人一般	高齢期	
79	方向性4	温暖化対策統括本部	継続	環境教育出前講座(温暖化対策統括本部)	生物多様性や地球温暖化防止といった環境問題への理解を深めるため、市内の小中学校や地域の皆様を対象に、市民団体、企業、市役所など専門知識を持った講師、国際機関が出向き講座を実施する。	【温暖化対策統括本部】 ヨコハマ・エコ・スクールの枠組みを活用し、地域・学校を対象に生物多様性や環境全般について学ぶ場を提供する。	780千円	◎	◎	○	—	—	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
80	方向性4	水道局	継続	環境教育出前講座(水道局)	生物多様性や地球温暖化防止、水や緑の保全・再生、資源の循環、4R夢等について、市内の小・中学校や地域に、市職員・企業・NPOなど専門知識を持った職員等が出向き出前講座を実施する。	小学校4年生の社会科の授業の一環として水道に関心を持ってもらい、水道水の安全性などを理解してもらうことを目的として、出前水道教室を実施しています。令和3年度に引き続き、職員が小学校に出向く学習プログラムに加え、YouTubeにアップロードした動画も併用し、新型コロナウイルス感染症対策を講じつつ実施します。	150千円	◎	—	○	—	—	◎	—	—	—	—	—	—
81	方向性4	環境創造局農業振興課	継続	市民や企業と連携した地産地消の展開②	小学生を対象に、地産地消及び食育に関する理解を深めてもらう。	はま菜ちゃん料理コンクール実施	2,200千円	◎	—	○	—	—	◎	—	—	—	—	—	—
82	方向性4	資源循環局	継続	環境行動を実践する人づくり	環境学習の充実・強化を図る。取組方針を設定し、PRを行う。地域との連携を強化する。	①3R夢学習副読本の作成・配付(1,920千円) ②ヨコハマ3R夢！ポスターコンクールの実施(598千円)	2,518千円	◎	—	—	—	—	◎	—	—	—	—	—	—
83	方向性4	資源循環局	継続	ごみ・環境情報の積極的な提供	市民・事業者へのわかりやすい情報提供を推進する。様々な機会や媒体を活用した効果的な広報・啓発活動を行う。事務所・工場等の啓発機能の充実・強化を図る。地域特性や対象者(若者、外国人、高齢者等)に合わせた啓発を推進する。	①市民向け事業紹介パンフレット「きれいなまちに」の作成(300千円) ②交通広告を活用した広報(100千円)	400千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
84	方向性4	資源循環局	継続	地域に密着した情報発信等	身近な場所での情報提供の充実を図る。情報発信・環境学習の拠点として事務所・工場機能等の充実・強化を図る。	主に処分場近隣小学校の4年生を対象とした最終処分場見学会の実施	404千円	◎	○	◎	—	○	◎	○	○	○	○	○	○
85	方向性4	資源循環局	継続	食品ロス削減に向けた普及・啓発(その1)	食品ロスを削減するため、手つかず食品の現状や調理・保存方法などについて、広報媒体やツールを活用した広報やイベント等における啓発の実施	・広報啓発の推進等 SNSによる誰でも実践できる削減行動の発信、啓発チラシの作成等 ・国際機関や事業者等との連携 国際機関等と連携した食について考えるイベントの開催 ・食の問題を考えるきっかけづくり フードバンク団体や社会福祉協議会と連携したフードドライブ活動支援 ・生ごみ減量化の取組 土壌混合法の普及啓発	16,000千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
86	方向性4	資源循環局	継続	食品ロス削減に向けた普及・啓発(その2)	食品ロスの発生抑制や削減の取組を実施して頂ける市内飲食店等を登録する食べきり協力店を拡大するとともに、様々な機会を活用して消費者へPRし、意識の向上を実施	・本市SNSにて、消費者へ「食べきり協力店」の紹介を実施します。 ・地下鉄の中吊り広告や、デジタルサイネージを活用し広告掲載を行います。 ・協力店用ポスター印刷 ・専用ホームページにて、利用者(消費者)へ「食べきり協力店」の情報を発信しています。	1,181千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
87	方向性4	教育委員会事務局 環境創造局農業振興課	継続	食育推進計画に基づく市立学校での食育	市内産野菜の小学校給食での活用など、市立学校における食育計画を作成し推進する。	①市内産農産物の一斉供給 ②教えて食育Web版の掲載 ③横浜F・マリノスによる食育教室	1,315千円	◎	—	—	—	—	◎	◎	—	—	—	—	—

令和4年度横浜市消費者教育推進計画

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/R4新規/R4廃止	施策・事業名	事業概要	令和4年度の取組(事業計画)	令和4年度予算額(千円)	生活領域				年 代								
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成 人 期				
																若者	成人一般	高齢期		
88	方向性5	経済局	継続	高齢者の消費者被害防止の協働ネットワーク構築(事業者との連携)	市職員や地域ケアプラザ職員等を対象に高齢者の消費者被害防止に関する研修の実施、見守り啓発動画の放映による高齢者の消費者被害未然防止に関する啓発等を実施する。	・市職員や地域ケアプラザ職員等を対象に高齢者の消費者被害防止に関する研修を実施する。 ・市内の映画館や公共交通機関等の街中で見守り啓発動画を放映する。	4,000千円	-	◎	-	◎	-	-	-	-	-	-	-	◎	◎
89	方向性5	経済局	継続	地域の担い手等育成研修(PTA向け)	消費者被害の視点を持った見守り活動を推進するため、学校及びPTA等を対象に出前講座・啓発教材配布・教材作成などを行う。	小学校、中学校のPTA等を対象として、消費者被害の視点を持った見守り活動を推進するための出前講座・啓発教材配布・教材作成などを行う。	1,000千円	◎	-	◎	-	-	○	-	-	-	-	-	◎	○
90	方向性5	消費生活総合センター	継続	簡易テスト実習	商品テスト・実習室の機器を活用して、消費生活の中で身近な商品等への関心と知識を深める実習の開催	「糖分」を課題として講師を依頼し、テスト室での簡易テスト等を学び日常生活に活かしてもらおう。20名の参加を予定	51千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
91	方向性5	港南区地域振興課	継続	協働による地域づくり推進協議会	消費生活推進員を含む各委嘱委員の代表や、地域活動者が集まり、より良い地域づくりに向け、連携、協力を進める場として開催。	・年間4～5回開催予定 ・所属団体：港南区連合町内会長連絡協議会、港南区社会福祉協議会、港南区民生委員児童委員協議会ほか計14団体	0千円	-	◎	-	-	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
92	方向性5	温暖化対策統括本部	継続	ヨコハマ・エコ・スクール(YES)	『横浜で地球を学ぼう』をキャッチフレーズに、市民、市民活動団体、事業者、大学、行政が実施する環境・地球温暖化問題に関する様々な学びの場を、「YES」という統一ブランドで全市的ムーブメントに広げようとする市民参加型プロジェクトを展開する。	・YES講座の実施、支援(協働パートナー、大学、図書館等) ・広報(ホームページ、メールマガジン等)	3,162千円	◎	◎	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎
93	方向性5	環境創造局	継続	環境教育出前講座(環境創造局)	生物多様性や地球温暖化防止といった環境問題への理解を深めるため、市内の小中学校や地域の皆様を対象に、市民団体、企業、市役所など専門知識を持った講師、国際機関が出向き講座を実施する。	学校・地域を対象に生物多様性や環境全般について学ぶ場を提供する。	660千円	◎	◎	○	-	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
94	方向性5	環境創造局政策課	R4新規	エシカル消費普及啓発キャンペーン	エシカル消費を促進するための普及啓発キャンペーンを実施	SNSを活用した企業との協働により市民参加型の普及啓発キャンペーンを実施し、環境配慮型商品の選択・購入(エシカル消費)を呼びかけます。	0千円	-	◎	◎	○	-	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
95	方向性5	環境創造局農業振興課	継続	市民や企業と連携した地産地消の展開①	農家や地産地消に取り組む市民や飲食店等への支援を行う。	①はまふうどコンシェルジュの育成講座 ②はまふうどコンシェルジュの活動支援 ③地産地消活動の発表と情報交換の場の設定(食と農のフォーラムなど)	4,390千円	-	◎	-	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
96	方向性5	資源循環局	継続	環境事業推進委員による啓発活動	ごみ集積場所における分別排出の実践・啓発活動を行う。 3R活動を中心とした環境行動の実践・啓発活動を行う。 地域への情報提供を行う。等	・マイバッグ・マイボトル使用の呼びかけや、区民まつり等のイベントにおいて、リユース食器を使用するなど、ごみそのものを発生させない、リデュースの取組を行う。 ・生ごみの減量に向けた取組として、土壌混合法や生ごみの水切り啓発を行う。 ・集積場所の改善や、早朝啓発を行う。	22,207千円 (活動費：18,120千円)	-	◎	◎	-	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎

令和4年度横浜市消費者教育推進計画  
令和4(2022)年 月策定

横浜市経済局消費経済課  
〒231-0005 横浜市中区本町6丁目 50 番地の 10  
TEL671-2584 FAX664-9533

## 横浜市消費者教育推進計画策定の流れ

## 【令和5年度計画の流れ(目安)】

