

# 第12次横浜市消費生活審議会

## 第1回施策検討部会

### 議事次第

平成31年2月28日(木) 14時30分から  
松村ビル別館 501会議室

#### 1 開 会

#### 2 議 題

- (1) 部会長の選出について
- (2) 会議録確認者の選出について
- (3) 若年者の消費生活相談の状況について
- (4) 市立高校における消費者教育等の状況について
- (5) 消費者教育の取組状況について
- (6) その他

#### 3 閉 会

#### 【配布資料】

- 資 料 1 第12次横浜市消費生活審議会施策検討部会委員名簿
- 資 料 2 若年者の消費生活相談の状況
- 別紙1 ポジティブな消費者教育のススメ  
(平成30年度「消費者教育推進フォーラム in神奈川」資料)
- 別紙2 参考情報(国・県の動向、市立学校等の数、11次審議会報告の方向性)
- 別紙3 若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム
- 資 料 3 市立高校における消費者教育等の状況について
- 資 料 4 消費者教育の取組状況
- 資 料 5 第11次審議会報告に基づく事業の進捗状況

## 第12次横浜市消費生活審議会施策検討部会委員名簿

平成30年10月1日現在

No	区分	委員氏名	所 属
1	事業者	えのもと ひでお 榎本 英雄	一般社団法人 横浜市工業会連合会 会長
2	事業者	さとう よしつぐ 佐藤 喜次	公益社団法人 消費者関連専門家会議 理事
3	消費者	しみず ふさよ 清水 房代	横浜市消費生活推進員 中区代表
4	学識	しろた たかこ 城田 孝子	神奈川県弁護士会
5	学識	たなか まこと 田中 誠	神奈川県弁護士会
6	事業者	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 総務企画部長
7	消費者	ほしの てつはる 星野 哲東	市民委員
8	学識	ほそかわ こういち 細川 幸一	日本女子大学家政学部 教授
9	学識	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

敬称略：五十音順

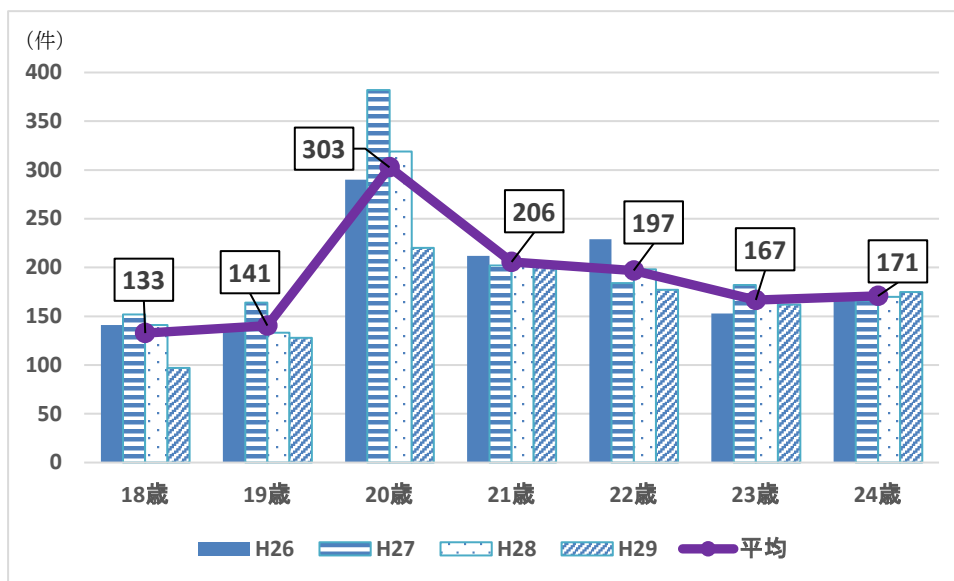
## オブザーバー

No	委員氏名	所 属
1	かねこ くみこ 金子 久美子	横浜市立金沢高等学校 家庭科教諭
2	にしむら えいじゅん 西村 英純	教育委員会事務局指導部高校教育課 課長
3	こじま たかみち 小島 孝道	教育委員会事務局指導部高校教育課 指導主事
4	さいとう みえ 齊藤 美栄	教育委員会事務局指導部高校教育課 担当係長
5	あら のぶなお 荒 伸直	横浜市消費生活総合センター 相談啓発第一課長

## 若年者の消費生活相談の状況

## 1. 相談件数

図1 契約当事者年齢が18歳～24歳の年齢別相談件数（H26～H29）



- ◇18歳、19歳の平均相談件数と20歳の平均相談件数には約2倍の差がある。  
その要因の一つとして、民法の未成年者取消権が抑止力となっていることが考えられる。
- ◇しかし、2022年4月に改正民法が施行されると18歳、19歳は未成年取消権の行使ができなくなることから、消費者被害が低年齢化する恐れがある。

【参考1】表1 民法改正後に成年を迎える時期（学年別）

2018年度(今)	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
現中学1年生	14歳	15歳	16歳	17歳	18歳
現中学2年生	15歳	16歳	17歳	18歳	19歳
現中学3年生	16歳	17歳	18歳	19歳	20歳
現高校1年生	17歳	18歳	19歳	20歳	21歳

- ◇現在（2018年度）中学2年生、中学3年生の世代が2022年の民法改正時に18歳、19歳で成年を迎える。

## 2. 商品・役務別相談件数 (上位 15 品目)

表2 18歳～19歳の商品・役務別相談件数 (H29)

順位	商品・役務 (18歳～19歳)	件数
1	他の健康食品、アダルト情報サイト	13件
3	ビジネス教室	11件
4	出会い系サイト	8件
5	貸衣装、デジタルコンテンツ、 教養・娯楽サービスその他	7件
8	テレビ放送サービス	6件
9	賃貸アパート、金融関連サービスそ の他、光ファイバー、他のデジタル コンテンツ	5件
13	商品一般、外食、他の内職・副業	4件

男性：1位：ビジネス教室 (11件)  
2位：教養・娯楽サービスその他 (6件)  
3位：金融関連サービスその他 (5件)

女性：1位：他の健康食品 (12件)  
2位：アダルト情報サイト (9件)  
3位：貸衣装 (7件)

表3 20歳～22歳の商品・役務別相談件数 (H29)

順位	商品・役務 (20歳～22歳)	件数
1	脱毛エステ	36件
2	商品一般	29件
3	アダルト情報サイト	26件
4	デジタルコンテンツ	22件
5	他のデジタルコンテンツ	21件
6	賃貸アパート	20件
7	出会い系サイト	18件
8	携帯電話サービス	16件
9	役務その他サービス	14件
10	フリーローン・サラ金、光ファイバ ー、医療サービス	13件
13	他の健康食品、美顔エステ	12件
15	タレント・モデル養成教室、コンサ ート、他の内職・副業	11件

男性：1位：商品一般 (15件)  
2位：アダルト情報サイト (15件)  
3位：携帯電話サービス (13件)

女性：1位：脱毛エステ (35件)  
2位：デジタルコンテンツ (16件)  
3位：商品一般 (14件)

◇18歳～19歳では、「他の健康食品 (=健康食品)」に関する相談のほか、「金儲け」を謳って勧誘をする「ビジネス教室」に関する相談が多い。  
◇20歳～22歳では、「脱毛エステ」や「美顔エステ」などの「美容」に関する相談や「賃貸アパート」、「光ファイバー」など日常生活に関する契約の相談が増加する。  
◇また、20歳～22歳では、マルチ取引に関する相談が含まれる「役務その他サービス」や「他の内職・副業」の相談も増加する。

### 【参考2】用語解説

「他の健康食品」…ダイエットサプリメント、青汁等 (表2, 3の事例の場合)

「デジタルコンテンツ」…内容が不明確な有料サイト利用料の架空請求等に関する相談

「他のデジタルコンテンツ」…SNS、ダウンロードしたセキュリティソフト等に関する相談

「商品一般」…商品の特定ができない、身に覚えのない架空請求等に関するもの

「教養・娯楽サービスその他」…イベントサークルに関するもの (表2の事例の場合)

「金融関連サービスその他」…クレジットカードの入退会・会費等

「他の内職・副業」…海外のオンラインカジノ、転売ビジネス等 (表2, 3の事例の場合)

「役務・その他サービス」…コンサルティング契約 (経営理念を学ぶ、就活支援、旅行のネットビジネス等)、エステ会員権等 (表3の事例の場合)

### 3. 相談事例

#### 事例1◇健康食品(契約金額:19,540円 / 18歳高校生・女性)「通信販売」

高校生の娘がスマホで「100円モニター」のスムージーを申し込んだようだ。今回、定期コース7,322円と書かれた商品が届き、4回の定期購入コースの契約になっていることがわかった。解約をしたく、ここ数日業者に連絡しているがつかない。娘に聞くと、定期購入であることはわからなかったとのこと。お試しだけのつもりで契約しただけで、効果も得られていないようなので返金・返品を希望する。

#### 事例2◇ビジネス教室(契約金額:162,000円 / 19歳学生・男性)「マルチ・マルチまがい」

知人から「稼ぐことができるいい話がある」と誘われて喫茶店に行き、組織の上の人から「投資や転売で稼げるノウハウを身につけられる」と言われた。54,000円を請求され、「お金が無い」と言ったら学生ローンで借りるよう言われたので借金して支払った。親の名前を書いてと言われた紙に、言われた通り記入したが説明も無く控えももらっていない。毎月21,600円の受講料を支払って儲かる方法を学ぶという内容で、人を勧誘して会員を増やせば収入になるとも言われた。これまで5か月間受講料を払ったが稼ぐことはできないと思った。

#### 事例3◇光ファイバー(契約金額:不明 / 20歳学生・男性)「訪問販売」

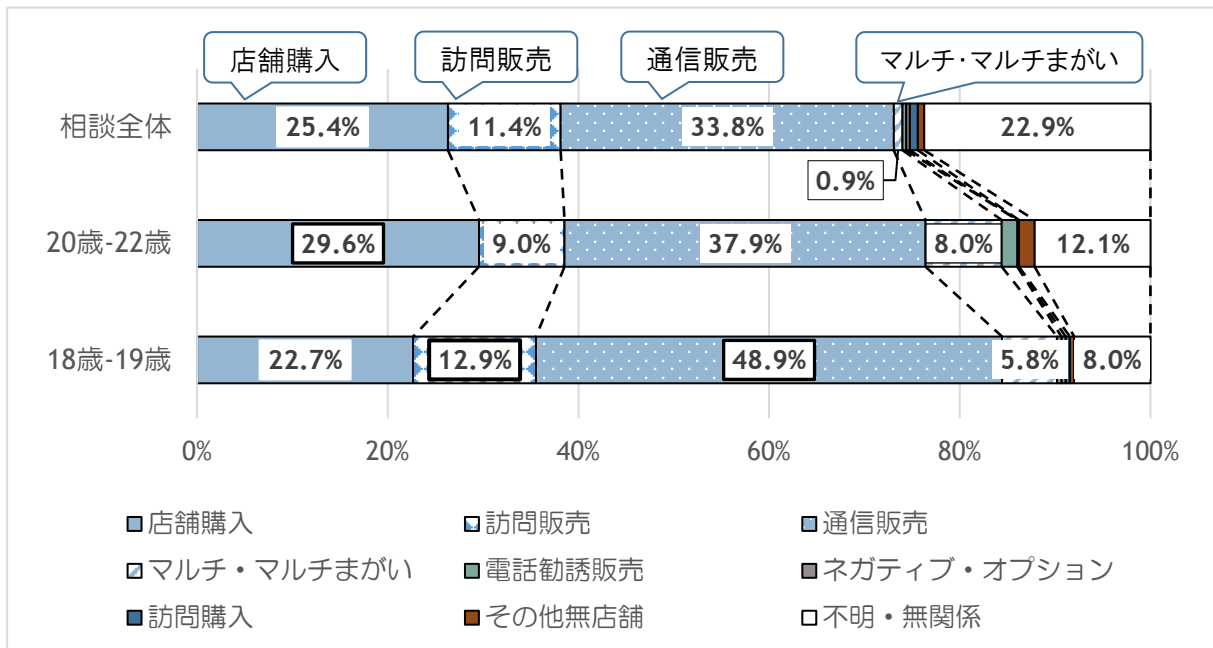
居住する賃貸アパートに業者が来訪し、「光回線の料金が今より安くなる」と契約変更を勧誘された。「現在、月額料金が約5,000円のところ3,800円になる」と言われた。料金が安くなるのなら良いと思いい契約に応じた。当日、契約書面を受取り、その後、契約確認の電話も受けたが、後から、業者から新たに届く機器があり、機器代の負担が必要になると分かった。機器代の負担をすれば月額料金が5,000円を超え、お得とは言えないと気付いたので解約したい。

#### 事例4◇脱毛エステ(契約金額:320,608円 / 20歳学生・女性)「店舗購入」

友人に誘われ、脱毛エステの無料体験に行き、体験後6回コースを勧められた。「学生なので支払えない」と伝えたところ、無言の状態が長く続き、その場の雰囲気にならなくなって、契約を承諾した。有効期間は来年6月までで、6回コースと商品で約24万円と言われた。「一括は無理」と伝えたら、分割にできると言われた。契約書にサインしたが、分割払いにすると手数料が加算され、320,608円になっていた。また、学生だったが、分割払いの書類には「パート」にも丸を付け、年収60万円と書くよう言われたので、言われた通り記入した。家に帰って、高額な契約をしたことを後悔した。

#### 4. 販売形態別相談件数

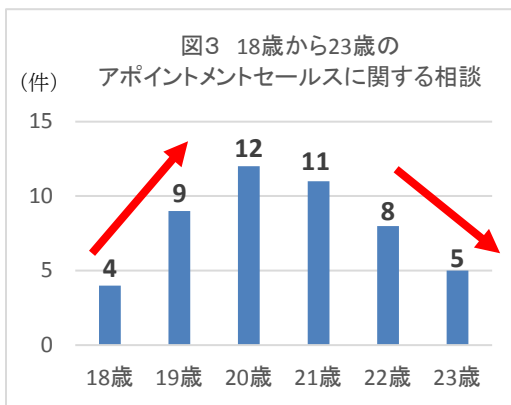
図2 販売形態別割合 (H29)



- ◇18歳～19歳では、「通信販売」の割合が48.9%と、ほぼ半分の割合を占めており、インターネットの利用に関連した相談が多いことがわかる。
- ◇また、20歳～22歳と比べると「訪問販売」の割合がやや高い。
- ◇20歳～22歳では、「店舗購入」の割合が29.6%と相談全体と比べるとやや高い。また、「マルチ・マルチまがい」の割合が8.0%と相談全体と比べると特に高い。

#### 【参考3】18歳～19歳に多い「訪問販売（アポイントメントセールス）」の事例

・業者が自宅に訪問してくるような「訪問販売」は、高齢者に多いイメージがあるが、若年者に多い「訪問販売」はアポイントメントセールスという商法で、販売意図を明らかにしないで電話やメール等で喫茶店や事務所に呼び出す「不意打ち性」の高いものが多い。



◇アポイントメントセールスに関する相談は、全世代の中でも20歳代が一番多く、中でも20歳が相談のピークとなっている。

#### ◇事例（投資のコンサルティング）

SNSで知り合った人から「儲かる投資話がある」と言われ、後日、喫茶店で会った。「今後生きていくノウハウが必要だから、営業力を伝授する」と言われ、かなり強引に契約書面にサインするよう言われた。

【参考4】 マルチ取引に関する相談 (H29)

1. 図4 年代別相談件数の内訳

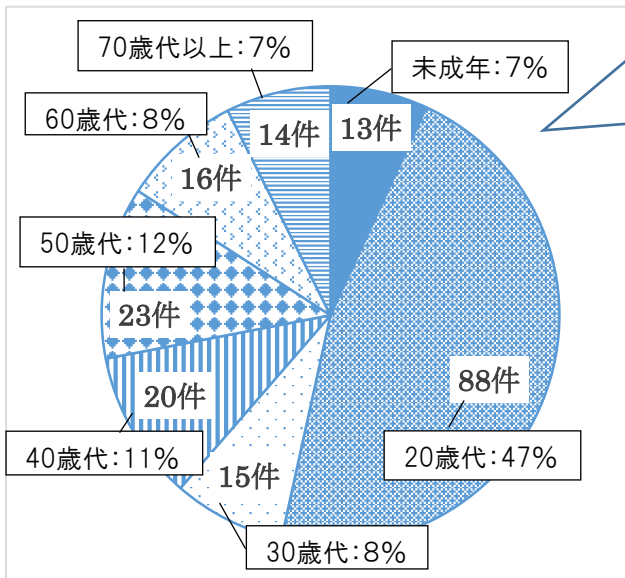
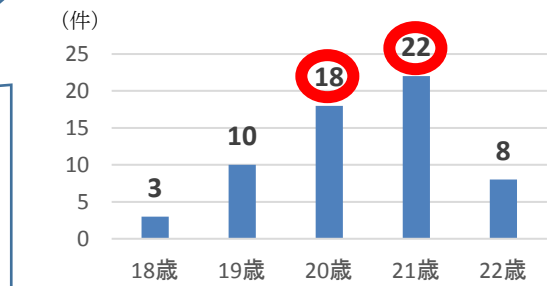


図5 18歳から22歳のマルチ取引に関する相談



- ◇20歳代が全体の約半数を占めている。
- ◇18歳に比べ、19歳の件数が増加
- ◇20歳、21歳の件数が集中して増加
- ◇20歳～22歳の相談が20歳代のマルチ取引に関する相談の約55%を占める。

・近年、若者の間では、「投資について勉強できるタブレット」や「FXで儲けるための情報をダウンロードできる」といった「儲けのノウハウ(情報)」を商材としたマルチ商法が流行っている。

事例◇投資の電子教材(契約金額:560,000円 / 21歳学生・男性)

大学の友人から「投資について勉強できる。すごい人がいる。56万円の投資セミナーの電子教材を買う形で契約すれば勉強できる。」と勧誘された。代金を現金で友人に支払い、その後、1回1,000円の会費でセミナーに参加できるようになったが、参加してみたら、投資の方法ではなく、他の人に教材を販売してマルチ商法に誘い、マージンを得る方法を教えていて、実際にはマルチ商法の教材勧誘だとわかった。

図6 18歳～19歳のマルチ取引に関する商品・役務別の内訳

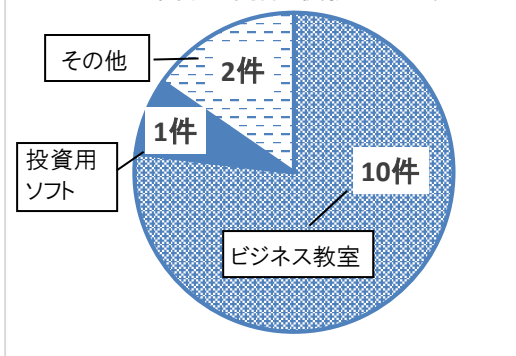
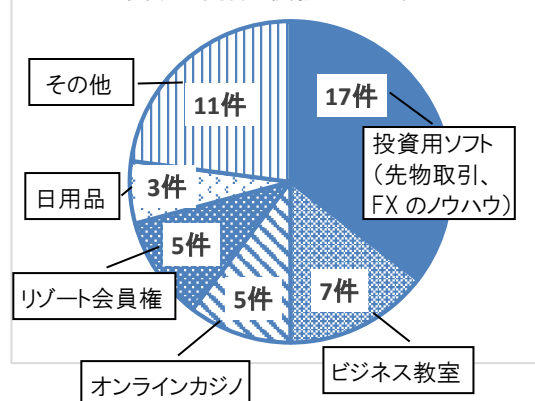


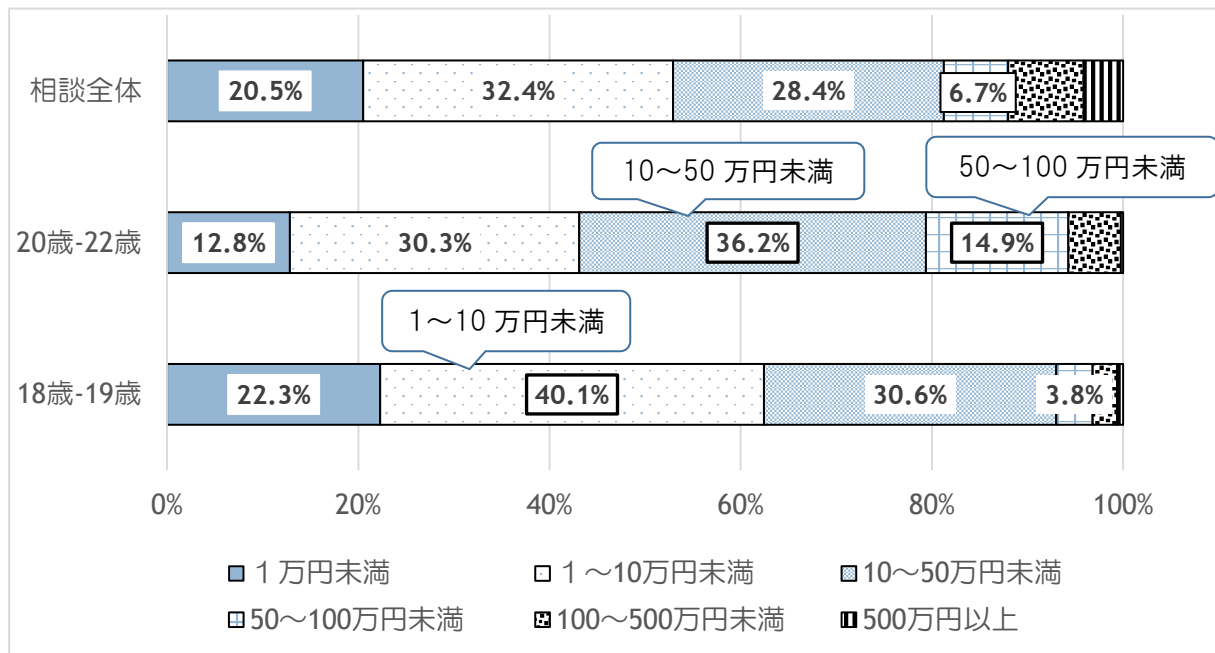
図7 20歳～22歳のマルチ取引に関する商品・役務別の内訳



◇未成年の場合、親の同意書を自分で記載するよう、事業者が促しているケースがある。

## 5. 契約購入金額

図8 契約購入金額 (H29)



◇18歳~19歳では、「1~10万未満」の割合が40.1%、次いで「10万~50万未満」の割合が30.6%となっている。

◇20歳~22歳では、18歳~19歳と比べると、「10~50万円未満」と「50~100万円未満」の割合が増えており、契約購入金額が高額になる。

### 【参考5】契約購入金額の平均 (H29)

#### 18歳~19歳

男性	女性
284,170円	117,872円

#### 20歳~22歳

男性	女性
363,531円	270,195円



## 6. 若年者の消費生活相談における特徴のまとめ

### 1. 知識や社会経験の不足につけ込まれる

- ・契約内容をよく理解していないにも関わらず、指示されたとおりに契約書を記載するなど、相手の誘いに乗って契約をしてしまう。
- ・また、「無料体験」を受けた後の勧誘等で、断りにくい状況になり、しかたなく契約に応じるケースもある。

### 2. 「儲かる」などの話につられる

- ・「投資で儲かる話がある」、「簡単にお金を儲ける方法がある」など、「儲かる」という言葉で、簡単に高額な契約をしてしまう。
- ・また、この手の勧誘のきっかけは、大学の友人や先輩など、身近な人から声をかけられることが多く、安易に知人等を勧誘し、被害を拡大させてしまう可能性がある。

### 3. SNS やインターネットの利用がトラブルのきっかけとなることが多い

- ・SNS の広告をきっかけに興味を持ち、商品を購入する際、購入条件等をよく確認しないなど、インターネットを通じて、安易に商品の購入をしてしまう。
- ・SNS で知り合った人を信用して、契約してしまったり、中には契約書面が存在せず、事業者との連絡手段が SNS しかない場合もあるなど解決が困難な事例もある。

### 4. 借金やクレジット契約を勧められる

- ・事業者から高額な契約金額を提示され、「学生なので支払えない」と断ると、「分割払いができる」と勧められ、クレジット契約の仕組みをよく理解しないまま契約を結ばされることがある。
- ・また、「学生ローンで借りたらどうか」、「留学資金だと言えば借りられる」等と指南され、消費者金融や学生ローンを勧められることもある。

※参考（国民生活 NO.64 特集 若者の消費者トラブル対策を考える：国民生活センター）

（政府広報オンライン「20歳の皆さん、ご用心！成人になると増える、こんな消費者トラブル」）

## ポジティブな消費者教育のススメ

平成31年1月8日

平成30年度消費者教育推進フォーラムin神奈川

弁護士 島田 広

成年年齢引下げを前に、新たに成年となる18歳の若者達の被害防止に関心が集まっている。確かに被害防止は重要ではあるが、被害防止啓発型消費者教育の限界の認識が、消費者教育推進法の制定の1つの背景であったことを想起する必要がある。また、持続可能性が危ぶまれ、様々なイノベーションによる課題解決が求められる現代の消費社会にとって<sup>1</sup>、持続可能性に配慮しつつ商品選択と消費者行動を行える主体的で能動的な消費者の育成は、ますます喫緊の課題となっている。被害防止の観点からも、日々の生活の中で、事業者の宣伝や勧誘に流されず、自分と社会のために望ましいライフスタイルを追求する力を子どもたちの中に育むこそが、最も実践的な消費者教育の方向性であると考えられる。

### 被害防止啓発型消費者教育の限界

平成24年に制定・施行された消費者教育推進法制定の背景には、後のSDGsにつながる持続可能な消費に対する関心の高まりと共に、従来の学校教育の中でありがちであった、悪質商法の被害情報を提供するだけの被害防止啓発型消費者教育の限界についての認識があった。このような消費者教育を受けた20代の若者達のうち、消費者教育を受けた記憶があるのはわずか4分の1に止まっていた（平成20年版消費者教育白書）。

若者はもともと悪質商法等の消費者被害に関心が薄いことは、平成28年版消費者白書のデータでもはっきりしている。

**脳の発達の中でも、20代前半までの若者は熟慮的判断システムを司る前頭前皮質の発達が未熟で、単に消費者被害についての知識を与えただけでは、事業者のパターン化された勧誘方法にも容易に誘導されてしまいやすい。**

**行動経済学を用いた研究では、消費者教育の障害として学習者の自信過剰傾向があげられており、消費者としての意思決定力の高くない層の方ほどこうした傾向が強いと指摘されているが（金融広報中央委員会「行動経済学の金融教育への応用による消費者の学習促進と行動改善」13頁<sup>2</sup>）、若者はその典型ともいえ、悪質商法の手法を伝えて「気をつけましょう」と注意喚起するだけの被害防止啓発型消費者教育では、明らかに限界がある。解決策がはっきり分からないネガティブな情報は無視されやすいこともあり、消費者教育の方向性の転換が求められている。**

### 学びのモチベーションとプチ成功体験の循環こそが実践的消費者教育の鍵

被害防止に関する消費者教育を一過性の啓発型に終わらせないためには、学びのモチベーションの高揚と日常的自己訓練（プチ成功体験）の循環により、継続的に消費者の知識や交渉力

<sup>1</sup> 国連持続可能な開発目標（SDGs）でも、持続可能な消費に関する目標12が採用されている。

<sup>2</sup> <https://www.shiruporuto.jp/public/data/research/report5/pdf/ron131105.pdf>

が向上していくような実践的教育が必要である。

悪質商法に関心が低く自信過剰傾向の強い若者達に、「君も被害にあうかもしれない」というアプローチで学びのモチベーションを持たせようとしても、おそらく難しい。「身近なところから被害をなくしみんなが安心して学べる（又は暮らせる）場所にするために、君にもできることがある」というアプローチを用い、若者達にポジティブな気持ちで消費者問題を考えてもらう方が効果が高いだろう<sup>3,4</sup>。若者を「被害者予備軍」とみるのではなく、「被害防止の担い手」ととらえる必要がある。

もともと、コンシューマーズ・インターナショナルの「消費者の5つの責任」の中に「行動」「社会への関心」「連帯」<sup>5</sup>などが取り入れられているのは、消費者が協力し合って消費者被害をなくしていこうという発想があるのであるが、わが国の被害防止教育の中では、被害防止が社会的問題ではなく個人の自己防衛の問題ととらえられがちな点に特異性がある。

悪質商法の勧誘の基本的手法（返報性や一貫性、希少性の利用など）は、実は日常普通の買い物の中にあふれている。そうした基本的手法を理解し、身の回りにある勧誘手法をチェックする訓練を積むだけで、大きな被害防止効果が得られることが実験で分かっている<sup>6</sup>。日々の生活の中で広告や勧誘の手法に関心を持ち、問題があると考えられるものに接したときに、学校や周囲の仲間情報発信して警鐘を鳴らす、そんな若者を育む教育こそが、被害防止につながるのだらう。

また、被害防止のために「断る力」の育成が強調されているが、こうした力は、悪質商法の「イメージトレーニング」を何度も繰り返しても容易に育つものではなく、むしろ、スーパーに行き行って試供品の提供を受けつつあえて購入を断ってみる、興味のある商品の説明を店員からさんざん受けた後であえて別の商品を自分で選ぶといった商品選択の経験や、問題があると思った商品や勧誘方法について「一言カード」やネット上の「お問合せ窓口」で意見を述べてみるといった消費者行動の経験（プチ成功体験）を繰り返すことによって育まれるものである。

消費生活センター等の相談機関に「相談する力」の育成もしばしば強調されるが、「被害にあったら相談を」ではなく、「問題のある勧誘を見かけたら、周りの人が引っかからない学校や仲間に情報提供を」というアプローチの方が、日常生活の中で相談する力を育むことができ、また、いざ被害にあったときに相談しやすい環境の整備にもつながると思われる。

<sup>3</sup> 大学や専門学校の学生には、自分や友達が被害にあいうるという点で、こうしたアプローチが特に有効と考えられる。高校生に対しても、18歳で成年を迎えることを意識させつつ、こうしたアプローチを取ることは可能と思われる。

<sup>4</sup> 中学生にとって、悪質商法被害が自分の周囲で発生することにリアリティを感じさせることはやや難しく、家族の「買い物の失敗」「騙された体験」を調べるなどした上で、そうした誰にでもある失敗経験と、悪質商法の被害はつながっていることを理解させることが、学びへのモチベーションにつながると考えられる。その点でも、細かな悪質商法の手法を詳しく解説するよりも、悪質商法と日常の買い物に共通してみられる広告や勧誘の基本的手法の特徴（返報性や一貫性、希少性の利用など）の共通性を理解させ、日々の生活の中に消費者としての判断を誤るリスクがあることを理解させる方が効果的である。「消費者被害の背景とその対応について理解」（中学校学習指導要領家庭分野）するとは、まさにこのようなことをいうのではないだろうか。

<sup>5</sup> 「消費者の権利と責任」は、高等学校学習指導要領では公民分野や家庭分野で扱うこととされ、教科書にも記述がなされているが、単に知識の伝授に止まる傾向がある。知識よりもその精神を伝える必要がある。

<sup>6</sup> 福原敏恭「行動経済学を応用した消費者詐欺被害の予防に関する一考察」47頁

<https://www.shiruporuto.jp/public/document/container/report6/pdf/ron171213.pdf>

## 自らの消費生活を見つめる目を養うことの重要性と消費者市民教育の意義

ここまで、「自分が被害にあう」ことを想定しそれに備えさせる被害防止啓発型消費者教育の限界と、「社会の中に消費者被害が発生しやすい要素はないか」に目を向けさせ、問題解決の為の行動力を養う実践的消費者教育の重要性について述べた。

平成24年に成立した消費者教育推進法は、「消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。」(第3条第1項)と定めるが、「実践的な能力」は、日々の生活の中でこそ培われるものであり、消費者が日々の生活の中で自らこうした能力を磨けるような教育手法の開発が、是非とも必要である。

その点で、もう一步視野を広げて、自分が日々手にする商品が誰の手でどうやって作られるのか、その過程に児童労働などの不当な搾取や環境破壊がないか、さらには自分が払うお金が地域経済にどう影響するのか、などに思いを馳せる力を育むことの重要性を指摘したい。

経済のグローバル化が進む中で、消費者が手にする安い商品の中には、しばしば様々な問題が隠されている。安い商品の値札の裏にある「隠されたコスト」は、野生動物のすみかである熱帯雨林であることもあれば、児童労働により過酷な労働を毎日強いられる子どもたちの未来、さらには衰退する地方都市の未来であることもある<sup>7</sup>。消費者の選択のありようは経済社会のありように大きな影響を与え、その意味において消費者は経済社会における「主権者」ともいえるにもかかわらず、「主権者」として身につけておくべき知識や理解、行動力についての教育がなされていないために、現在の消費社会は持続可能性の重大な危機に直面している。消費者教育推進法が「消費者市民社会」(第2条第1項)に関する教育(消費者市民教育)を消費者教育の一つの重要な柱に位置づけた背景には、こうした認識がある。

安さばかりに目を奪われず、「何でこんなに安くできるんだろう?」という疑問をもって考える力、「児童労働のないカカオを使ったチョコレート作りをしてほしい」というメッセージを事業者に伝えるコミュニケーションの力は、日々の生活の中で、消費者として考え行動する力であり、消費者被害のない社会を作るための実践的な能力とも、密接に関連している。消費者被害をなくすための実践的な能力を養う教育を消費者市民教育と統合的に実施することで、大きな相乗効果が期待できるのである。

## さいごに～「子どもたちの目が輝く」消費者教育をめざして

5年以上前になるが、とある中学校の消費者教育の教材研究の場に参加させていただいたとき、参加した家庭科の先生から、「被害防止の寸劇をやっているんだけど、あれじゃ、生徒の目が輝かないのよね。」と、しみじみと語られたことが、印象に残っている。子どもは自分の学んだことが役に立つことを理解したときに目を輝かせるし、現場の先生方は、超多忙な中でも子どもたちの目を輝かせたいと願って教育に取り組んでいるのだと思う。「子どもたちの目が輝く」消費者教育を目指したい。

<sup>7</sup> 経済の東京一極集中が加速する中で、お金と人が地方から吸い上げられ、国土の半分近くを占める人口3万人未満の自治体の中で、将来消滅の危機を迎えることが想定されるものも少なくない。2017年9月に京都大学と日立製作所が公表したAIを用いた未来予測では、2052年までの未来を予測する2万通りのシナリオのうち、有望なのは、一極集中がさらに進み格差が拡大するシナリオと、地方分散型社会で格差が縮小するシナリオの二つの傾向のものだった。その分かれ目は2025年～2027年で、そこを過ぎると後戻りできなくなるという。(日立製作所ニュースリリース <http://www.hitachi.co.jp/New/cnews/month/2017/09/0905.html>)。

## 参 考 情 報

## ＜参考1＞国の動向

民法の成年年齢引き下げを見据え、2018年2月20日付で、2018年度から2020年度の3年間を集中強化期間とする『若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム』が、若年者への消費者教育の推進に関する4省庁（消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁）関係局長連絡会議決定により定められた。

このプログラムでは、高等学校等における消費者教育の推進として、学習指導要領の徹底や消費者教育教材の開発、手法の高度化として、2020年度までに高校生向け消費者教育教材『社会への扉』を使つての授業を、すべての都道府県における全高校で実施することを目指している。

## ＜参考2＞県の動向

神奈川県においては、県下の全高校と中学に対し、消費者教育教材「jump up」（高校生向け）と「step up」（中学生向け）を30年7月頃に配布した。

## ＜参考3＞市立学校、市内大学等の数

	学校等 <sup>※1</sup>	学校数
1	小学校	339校
2	中学校	146校
3	高等学校	9校
4	義務教育学校（小中一貫）	2校
5	特別支援学校	12校
6	大学（パートナーシップ協議会 <sup>※2</sup> ）	28校 <sup>※3</sup>

※1 小・中学校ともに分校各1校を含む。高等学校9校は実学校数

※2 市内に立地する大学等と都市の有意義な連携を推進するために設置している協議会

※3 うち、2校は市隣接の大学

## ＜参考4＞市内の県立高校、私立高校・中学校の数

	学校等	学校数
1	県立高校	48校
2	私立高校	36校
3	私立中学校	29校

## <参考5>第 11 次審議会報告の方向性

・第 11 次審議会報告では「横浜市における市内事業者との連携・協力の在り方」をテーマに審議いただき、次の 4 つの対応の方向性が示されました。対応の方向性には一部、「消費者教育」に関連する内容も含まれるため参考に掲載します。具体的な施策については、対応可能なものから取り組みを進めています（進捗状況は別途ご報告します）。

対応の方向性	内容
<対応の方向性 1 > 事業者との情報共有の推進	<ul style="list-style-type: none"><li>・業界団体等と連携した情報共有の推進</li><li>・消費者対応における事業者の体制整備</li></ul>
<対応の方向性 2 > 従業員への消費者教育の推進	<ul style="list-style-type: none"><li>・インターネット環境を利用した学習教材の整備</li><li>・事業者における取組を評価する仕組みの検討</li></ul>
<対応の方向性 3 > 事業者と連携した一般人向けの消費者教育の推進	<ul style="list-style-type: none"><li>・スポーツチーム等との連携</li><li>・ACAP と連携した消費者教育の実施</li><li>・若者が興味、関心のある分野における事業者との連携</li><li>・事業者・学生・行政の協働による消費者教育の実施</li></ul>
<対応の方向性 4 > 事業者と連携した消費者被害防止の視点からの見守りの推進	<ul style="list-style-type: none"><li>・協働ネットワークにおける見守りの拡充</li><li>・商店街との連携強化</li></ul>

## 若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム

2018年2月20日

若年者への消費者教育の推進に関する

4省庁関係局長連絡会議決定

(改定：2018年7月12日)

**1. 趣旨**

民法の成年年齢引下げに向けた検討が進められていることを踏まえ、若年者の消費者被害の防止・救済のため、また、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のための効果的な消費者教育の方策として、実践的な消費者教育の実施が喫緊の課題となっている。成年年齢引下げを見据え、実践的な消費者教育の実施を推進するため、関係省庁が連携し、2018年度から2020年度の3年間を集中強化期間とする「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」を推進する。

**2. 実践的な消費者教育の取組の推進****(1) 高等学校等における消費者教育の推進****① 学習指導要領の徹底【文部科学省】**

- ・ 学習指導要領の趣旨の周知・徹底を図り、社会科や家庭科を中心に各教科等において充実した消費者教育を推進する（高等学校では、学習指導要領に基づき、公民科において、消費者に関する問題を指導するほか、家庭科において、消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任、消費生活と生涯を見通した経済の計画、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題や消費者の自立と支援などを指導する。）。

**② 消費者教育教材の開発、手法の高度化【消費者庁・金融庁・法務省・文部科学省】**

- ・ 実践的な能力を身に付ける消費者教育教材を活用した授業の実施を推進する。実施に当たっては、消費者庁で2016年度に作成した高校生向け消費者教育教材「社会への扉」を全国の学校に提供し、活用を促す（2017年度は、徳島県内の全高校で「社会への扉」を活用した授業を実施し、その効果を検証しており、2020年度に全国で同様の授業を実施することを目指して働きかけを行う）。（参考1）
- ・ 実践的な消費者教育の推進に当たっては、法務省で行っている法教育の取組と必要な連携を行う。
- ・ アクティブ・ラーニングの視点からの手法等（参加型授業、模擬体験）を用いた消費者教育により、実践的な知識の習得を推進する。

**③ 実務経験者の学校教育現場での活用【消費者庁・金融庁・文部科学省】**

- ・ 実務経験者（消費生活相談員、弁護士、司法書士、金融経済教育の実務者

等)の有する知識や経験を活用するため、学校での外部講師としての効果的な活用を推進する。

(活用の推進のため、独立行政法人国民生活センター等で研修を行うなどして、消費者教育コーディネーターを育成し、都道府県等への配置を促進する。)(参考2)

④ 教員の養成・研修【消費者庁・文部科学省】

- ・若年者の消費者教育分科会による、大学の教員養成課程、現職教員研修、教員免許更新講習等における消費者教育に関する取組についての取りまとめ(平成30年6月29日)を受けた消費者教育推進会議における審議(平成30年7月9日開催)を踏まえ、別紙のとおり、教員による消費者教育の指導力向上のための取組を推進する。

(2) 大学等における消費者教育の推進

- ① 大学、専門学校等と消費生活センターとの連携、消費者被害防止に関する情報提供、取組の普及啓発等を行う。【消費者庁・文部科学省】
- ② 大学、専門学校等と地元の消費生活センターとの連携を支援し、出前講座等を実施する。【消費者庁】
- ③ 大学における講義実施等を通じた正しい金融知識の普及【金融庁】

(3) その他

- ① 全ての都道府県、政令指定都市において、消費者教育の推進に関する法律に基づく消費者教育推進計画・消費者教育推進地域協議会の策定・設置を目指す。【消費者庁】(参考3)
- ② 大学等及び社会教育における消費者教育の指針を見直し、大学等及び教育委員会に対して周知を行う。【文部科学省】

**3. 関係省庁間の連携の推進**

実践的な消費者教育の実施を効果的に推進するため、関係省庁は本アクションプログラムに沿って緊密に連携して各種取組を進めていく。

**4. 各施策の実施時期とフォローアップ**

- (1) 上記の各施策については、いずれも各省庁が直ちにに取り組むこととする。
- (2) また、集中強化期間の間、各年度において、各施策の進捗状況のフォローアップを行い、本アクションプログラムの着実な実施を確保するとともに、必要な施策について検討する。その際、必要に応じて消費者教育推進会議の意見を聴く。

(以上)



## 教員による消費者教育の指導力向上のための 教職課程、免許状更新講習及び教員研修に関する取組

実践的な消費者教育の実施に向け、教員による消費者教育の指導力向上を図るため、教員の養成・研修について、関係省庁（消費者庁、文部科学省、金融庁、法務省）等が連携し、以下の取組を推進する<sup>1</sup>。

### 1. 教職課程における消費者教育の内容の充実

- ・ 公民科及び家庭科の教職課程において、消費者教育に関する内容についての実践的な能力を生徒に対して指導する力が身に付けられるよう、大学に対して促す。（文部科学省）
- ・ 公民科及び家庭科における消費者に関する問題又は消費生活に関する事項について、教職課程で共通的に修得すべき資質能力を示す参考指針の策定等の際に取扱いを検討する。（文部科学省）

### 2. 有機的に連携した継続的な体制の構築

- ・ 教職課程における教員養成から現職教員に対する研修等まで有機的に連携した一貫した体制を構築するため、大学と都道府県教育委員会等との間で協議する場として教員育成協議会の活用を、大学並びに都道府県及び指定都市に対して促す。（文部科学省）
- ・ 教員育成協議会に消費者教育について協議する分科会等を設け、地域の消費者行政担当部局を参画させることの検討を促す。（消費者庁、文部科学省）
- ・ 同協議会に参画する地域の消費者行政担当部局を支援するため、消費者教育の知見など必要な情報を提供する。（消費者庁、独立行政法人国民生活センター）

### 3. 現職教員に対する講習、研修における講座の開設数の増加及び内容の充実

#### （1）免許状更新講習に係る取組

##### ① 「必修領域」での消費者教育の取扱い

消費者教育を含む成年年齢の引下げに関する事項については、免許状更新講習の「必修領域」において取り扱うことができることを都道府県教育委員会等及び大学に周知する。（文部科学省）

<sup>1</sup> 本文書中、特に定義のない文言については、消費者教育推進会議「若年者の消費者教育分科会」取りまとめ（平成30年6月29日）中の用語の例による。

- ② 「選択領域」での講座開設数の増加等  
免許状更新講習の「選択領域」における消費者教育に係る講習の開設数を増加させ、また、講習内容についても、実践的な消費者教育を指導できる内容となるよう促す。(文部科学省)
  - ③ 新たな主体による講座開設  
全国の教員に講習の機会を提供できるよう独立行政法人国民生活センター等が講習開設者となることを検討し、実施に向けて取り組む。(消費者庁、独立行政法人国民生活センター)
- (2) 教員研修に係る取組
- ① 研修開設数の増加  
中堅教諭等資質向上研修等の教員研修において、消費者教育を扱う研修を積極的に実施するよう、都道府県教育委員会等に対し促す。(文部科学省)
  - ② 独立行政法人国民生活センターや地域の消費生活センターによる研修の実施と都道府県教育委員会等との連携強化  
都道府県教育委員会等の意向を汲みつつ、独立行政法人国民生活センターや地域の消費生活センターによる、教員向けの研修の実施に向け取り組む。(消費者庁、独立行政法人国民生活センター)  
都道府県教育委員会等が、上記研修を教育委員会の法定研修等としても積極的に位置付けるよう促す。(文部科学省)
  - ③ 教員研修用講義動画の配信  
独立行政法人教職員支援機構による、消費者教育に関する教員研修用講義動画の配信など、各地域における研修の充実に向けた、コンテンツの提供及び周知等に取り組む。(文部科学省、独立行政法人教職員支援機構)
  - ④ 学校管理職に対する研修の充実  
学校管理職における外部人材の活用や教科間連携の重要性に関する理解のため、研修が適切に行われるよう促す。(文部科学省)

#### 4. 外部人材等の活用及び育成

- (1) 外部人材の活用に向けた働き掛け、情報提供  
教職課程、免許状更新講習及び教員研修において、大学及び都道府県教育委員会等が、必要に応じて、外部人材を講師として活用するよう促す。(文部科学省)

- ・ 各種の団体と協議して、教育現場で活用できる外部人材について情報収集を行い、収集した情報をもとに人材バンクを構築する。(消費者庁)
- (2) 消費者教育コーディネーターの業務遂行のための環境整備
  - ・ 消費者教育コーディネーター<sup>2</sup>の質的保証のために、コーディネーターとして適した者の情報収集を行い、例えば認定制度を設けるなどして、認定されたコーディネーターを人材バンクに登録し情報発信する。(消費者庁)
  - ・ コーディネーターの設置に向け、都道府県及び指定都市に対して財源に係る支援を行う。(消費者庁)
  - ・ 独立行政法人国民生活センターにおいて開催するコーディネーター育成講座の内容を充実させ、開催地及び開催回数を増やすことを検討し、実施する。また、独立行政法人国民生活センターの講座の開設や相互の意見の交換の場を設けるなど、コーディネーター自身に対する研鑽の場の提供について検討し、実施する。(消費者庁)
  - ・ 大学及び教育委員会等に対し、外部人材との連携を行うコーディネーターの制度を周知し、活用を促進する。(文部科学省)

<sup>2</sup> 消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐため、間に立って調整をする役割を担う者  
(消費者教育の推進に関する基本的な方針(平成25年6月28日閣議決定、平成30年3月20日変更)参照)

参考1

「社会への扉」を活用した授業の実施

⇒実践的な能力を身に付ける



目標

すべての都道府県で全高校で実施

都道府県数

徳島県内の全高校で「社会への扉」を活用した授業を実施 (全56校/約6900人)

- ・徳島県での実証結果について情報共有(活用手法等)
- ・消費者教育教材「社会への扉」の提供
- ・「社会への扉」を活用した授業を実施する教員向けの研修の実施、講師派遣
- ・関係省庁(金融庁、法務省、文部科学省)との連携

集中強化期間

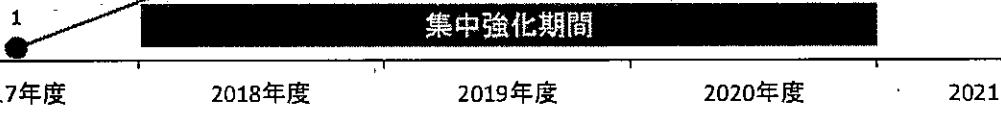
2017年度

2018年度

2019年度

2020年度

2021年度



参考2

消費者教育コーディネーターの育成・配置

⇒学校教育現場における外部講師の活用(実務経験者の有する知識や経験を有効活用)

※消費者教育コーディネーターとは、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐため、間に立って調整をする役割を担う者。

目標

すべての都道府県で配置

都道府県数

16都道府県で配置済み(2017年4月1日現在)

- ・消費者行政強化交付金を活用した育成・配置の促進
- ・国民生活センターによる研修を活用した育成

集中強化期間

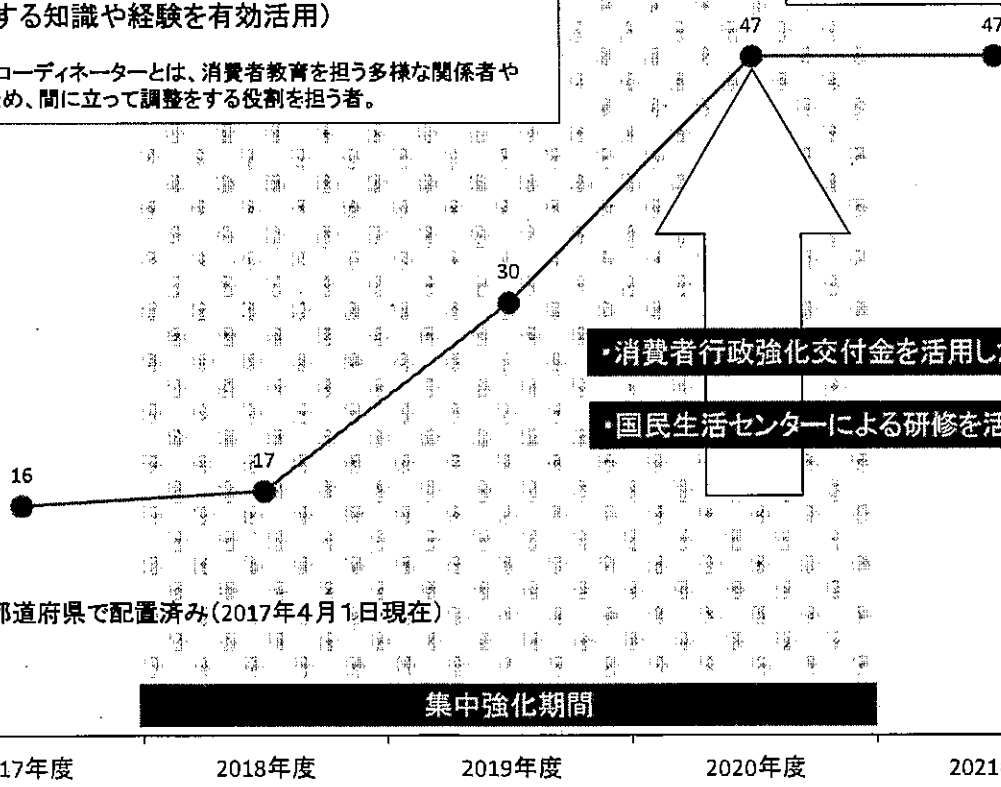
2017年度

2018年度

2019年度

2020年度

2021年度



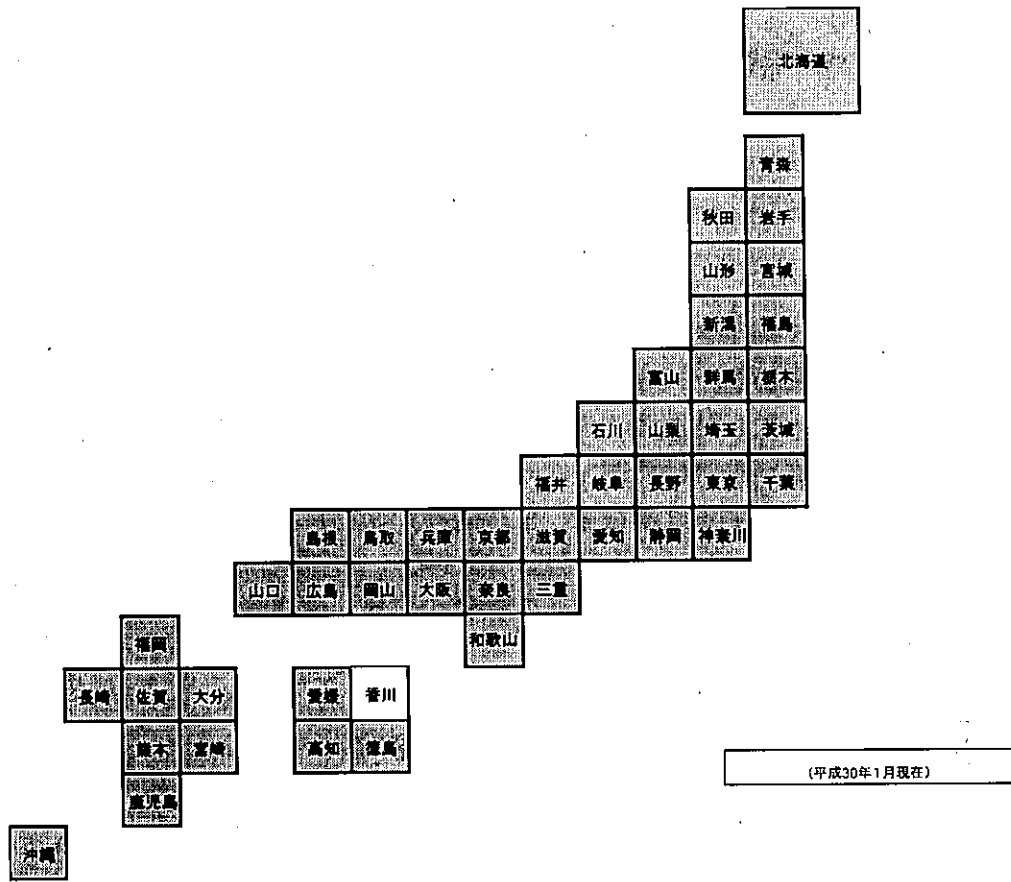
【注記】なお、平成30年3月末時点において、  
 ・香川県でも計画策定済み  
 ・和歌山県でも協議会設置済み と確認。

⇒協議会未設置県は大阪府のみ  
 (計画は47都道府県で策定済み)

参考3

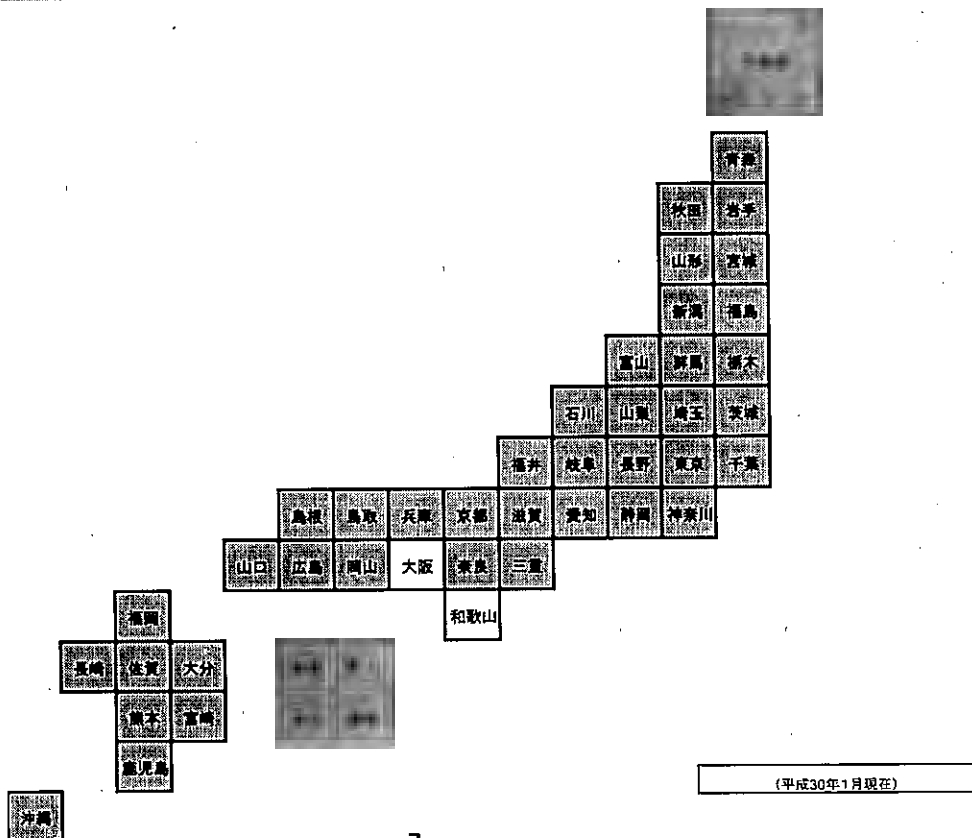
○消費者教育推進計画の策定状況

【現状】46都道府県で策定済み



○消費者教育推進地域協議会の設置状況

【現状】45都道府県で設置済み



(別添)

## 若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議について

平成30年2月20日

4省庁申し合わせ

### 1. 趣旨

民法の成年年齢引き下げに向けた検討が進められていることを踏まえ、若年者の消費者被害の防止・救済のため、また、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のための効果的な方策として、実践的な消費者教育の実施が喫緊の課題となっている。

この取組を推進するにあたり、関係省庁が緊密に連携して取組を推進するため、「若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議」を設置し、若年者における効果的な消費者教育の実施、関係者の取組推進のための方策等について検討する。

### 2. 会議構成員

消費者庁	消費者庁次長
文部科学省	生涯学習政策局長 初等中等教育局長
法務省	大臣官房司法法制部長
金融庁	総括審議官

### 3. 担当課長会議構成員

4省庁関係局長会議の下に、担当課長会議を置く。

消費者庁	消費者教育・地方協力課長
文部科学省	生涯学習政策局 男女共同参画学習課長 初等中等教育局 教育課程課長 教職員課長
法務省	大臣官房司法法制部 司法法制課長
金融庁	総務企画局 政策監理官

### 4. 庶務

消費者庁消費者教育・地方協力課において処理する。

## 「市立高校における消費者教育等の状況について」

横浜市立金沢高校 家庭科教諭 金子久美子

### 1、現在の高校生の様子

横浜市立金沢高校には、中学校での成績がおよそオール4以上の生徒が受検し入学してくる。学習に意欲的に取り組み生活態度も特に大きな問題もなく落ちついた学校生活を送っている。保護者もある程度常識があり教育熱心である。そんな生徒たちの購買状況であるが、昼食用の食べ物、お菓子、飲み物、雑誌等などは、通学経路にありいつでも空いているという利便性の高いコンビニエンスストアでの買い物がほとんどである。またコンビニエンスストアは、日常の買い物だけでなく、チケットの発券や支払いなどもでき、コンビニエンスストア＝(イコール)生活救済店のような感覚を持っているようである。小遣いに関しては、家庭によってかなりさまざまであるが毎月3000円～5000円をもらっている生徒が多い。この世代のお金の使い方の特徴なのか、購入商品やサービスが自分にとって価値があるか否かが重要で、趣味など自分にとって価値のあることにはお金を使うがそれ以外は使いたくないという、いわゆる「コスパが良い、悪い」と言った価値基準が強いように思われる。アルバイトをしている生徒は多くはないが、やはり、自分の小遣いの範囲を超えたお金の使い方や管理の仕方がうまくできず、どの生徒もお金使いが荒くなったと口にする。スマホの所持率も非常に高く、クラスの中で持っていない生徒が1人いるかないかぐらいの割合である。友達同士の連絡はもちろんのこと、HRでの話し合い原案など昔はプリントを使用していたものは、すべてラインを使って処理されている。ネットショッピングは、保護者も利用していることも影響しているだろうが、とにかく高校生にとっては安い・便利という点が利用を拡大している要因であろう。文化祭での衣装などは、縫製は雑だがこの時の使用に耐えられれば安価で利用価値大と、毎年多くの生徒がネットで購入している。メルカリでの売買の利用も多く、中古品に対しての違和感はほとんどないと言う。不要なものは捨てるのがゴミになるので逆にリサイクルでゴミにならず「環境を考えた良いこと」と考えているようだ。しかし、コンサートチケット被害や、粗悪品被害、配達日無視被害などネット被害の話も時々耳にし、安易な気持ちでの使用が被害を増大しているように感じる。

### 2、高校における消費者教育の取組状況や課題

市立高校10校あるが、定時制1校以外は、必修「家庭基礎」2単位(70時間)を行っている。時数の実状であるが、学校にもよるが行事・定期テストなどで授業がつぶれるため、どの高校も消費者教育分野にかかる時数は6～8時間ぐらいである。(金沢高校年間指導計画参照)家庭科の授業の内容で、ダントツ食物学習に生徒の関心は高く、調理実習を多くやりたいとの声は毎年聞く。かたや、消費者教育分野は作るという実習がないためなのか、残念ながら生徒の関心はあまり高くない。私たちも、生徒の興味関心を引き出そうと、ロールプレイングやDVD教材など、資料収集し展開方法の見直しに努めている。

内容に関して、下記のとおり他教科と比較してみた。

- ・ 2年生必履修 現代社会の教科書「高校現代社会 新訂版 (実教出版)」 4ページ分  
消費者運動、消費者の4つの権利、PL法、契約とは、多重債務・自己破産
- ・ 3年生選択 政治経済の教科書「現代政治経済 新訂版(清水書院) 4ページ分  
消費者運動、消費者の4つの権利、PL法

上記の科目ともに文章内の用語のみで具体的な内容(事例など)の記載はない。公民担当の教員からは、この分野はあまり時間を割いていないと言う。やはり、家庭科の授業での指導が重要であるとする。授業時間の確保と興味関心を引き出す教材の工夫などが成されるべきである。

### 3、新学習指導要領の内容を踏まえた今後の指導の在り方

#### 高等学校学習指導要領解説 家庭編 (抜粋)

・・・今回の改訂においては、小・中・高の系統性や、成年年齢の引き下げを踏まえ、学習内容C「持続可能な消費生活・環境」として新たに位置付けた。さらに、国際連合が定めた持続可能な開発目標(SDGs)など、持続可能な社会を構築に向けて、消費生活と環境を一層関連させて学習できるようにし、消費者教育の推進に関する法律(消費者教育推進法)の定義に基づく消費者市民社会の担い手として自覚をもって責任ある行動ができるようにすることを意図している。

#### C 持続可能な消費生活・環境

##### (1)生活における経済の計画

- ・ 収支バランスの重要性
- ・ リスク管理を踏まえた上での将来にわたって不測の事態に備えた経済計画

##### (2)消費行動と意思決定

- ・ 契約の重要性
- ・ 消費者保護
- ・ 多様な販売方法
- ・ 多重債務

##### (3)持続可能なライフスタイルと環境

- ・ 環境負荷の少ない衣食住の生活の工夫

今回の改訂では、生活における経済と社会のかかわりについて具体的な指導が求められている。家計の構造と収支のバランスについては給与明細を教材に用いたり、生涯を見通した経済計画の立案には、教育資金、住宅取得(ローン)、老後の備え、事故・病気、失業への対応、預貯金、民間保険、株式、債券、投資信託などの金融商品の特徴(メリット・デメリット)、資産形成など、より実践的な事例を通してシュミレーションさせ主体的に理解させるとしている。

また、契約等に関しては、消費者被害の未然防止を前提とし、売買契約以外にも多様な契約があることや近年の消費者被害の状況、具体的な救済方法についても理解させるよう示された。

家庭基礎2単位の中で、家族・家庭、衣食住、消費や環境など人の生活の営み全般にわたる見方・考え方を働かせて主体的に生きていく力を育成するという到達目標に近づけるには、時数的にかなりきびしいと言えるが、教材の更なる精選(生徒が興味を持って、わかりやすい教材)や専門家への授業補助、教員の研修への積極的参加など改善できることを検討し実践していく必要があるだろう。



平成31年度 年間指導計画および評価計画

教科	家庭科	科目	家庭基礎	履修形態	必修	単位数	2 単位	学年	2 学年
履修条件	家庭科の基礎科目なので、家庭基礎研究を選択するには履修・習得が条件になります。								
使用教材	教科書 「新家庭基礎」(実教出版)								
	副教材等 「生活学Navi」(実教出版)								

科目の目標	人の一生と家族・福祉、衣食住、消費生活などに関する基礎的・基本的な知識と技術を習得し、家庭生活の充実向上を図る能力と実践性を身につける。
-------	--

学習計画表

月	単元名	学習項目	学習のねらい	評価方法
1クラス2分割にして授業をおこなうため、学習の順番がグループにより異なります。				
4 7 月	食生活の管理と健康	栄養・食品・調理・食品衛生 実習1 親子どんぶり・味噌汁 実習2 中華献立 糖度実験 包丁実技試験	<ul style="list-style-type: none"> <li>現代の食生活とその問題点を理解し、食生活の改善を図る。</li> <li>5大栄養素の働きと食品について理解する。</li> <li>調理の手順、技術、衛生管理の方法をマスターする。</li> </ul>	プリント 実習の取り組み テスト
	衣生活の管理と健康	被服の機能と着装・被服材料・被服管理  浴衣の着付け実習  体育館履き袋製作 燃焼実験	<ul style="list-style-type: none"> <li>被服の機能と着装、被服材料、被服管理などに関する基本的な知識と技術を習得し生活に活かす。</li> <li>ミシンの基本的操作ができる。</li> <li>燃焼実験を通して被服材料の特性を理解し、生活に活かす。</li> <li>伝統的衣装である浴衣の着付けができる。</li> </ul>	作品 プリント 実習の取り組み テスト
9 3 月	食生活の管理と健康	栄養・食品・調理・食品衛生安全 実習3 グラタン・ゼリー 食事摂取基準	<ul style="list-style-type: none"> <li>調理の手順、技術、衛生管理の方法をマスターする。</li> <li>自分の食事摂取基準について栄養素ならびに食品として理解し、実生活に役立てられるようにする。</li> <li>栄養計算の方法を理解し、栄養表示が活用できるようにする。</li> </ul>	プリント 実習の取り組み
	家庭の経済と消費	契約と消費者問題 消費者信用 収入と支出	<ul style="list-style-type: none"> <li>家庭の経済生活、消費生活に関する基礎的な知識を習得し、現代の消費生活の課題について認識し、消費者として責任をもって行動できるようにする。</li> </ul>	プリント
	家族と家庭	自分らしい生き方と家族 人生設計	<ul style="list-style-type: none"> <li>自分の生活を見つめなおし、将来の生活設計を考える。</li> <li>共に生きる家族について考える。</li> </ul>	プリント
	乳幼児の発達と保育・福祉	新生児の特徴・母乳栄養 保育実習 乳幼児の心身の発達	<ul style="list-style-type: none"> <li>乳幼児の心身の発達と生活、親の役割と保育及び子どもの福祉について理解し、子どもを生み育てることの意義を考えるとともに、子どもの健康的な発達のために親や家族及び社会の果たす役割が重要であることを認識する。</li> </ul>	プリント 実習の取り組み
	高齢者の生活と福祉	高齢者の特徴 高齢者疑似体験実習	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢者の心身の特徴と生活及び高齢者福祉について理解し、高齢者の自立生活を支えるために家族や地域及び社会の果たす役割が重要であることを認識する。</li> </ul>	プリント 実習の取り組み
	住生活の管理と健康	健康な住まい 住居の選定と整備 実習「一人暮らしの住まい選び」	<ul style="list-style-type: none"> <li>住居の機能、住生活と健康・安全などに関する基礎的な知識と技術を習得し、自分の住居を選べるようにする。</li> </ul>	プリント 実習の取り組み

評価の観点 および方法	評価は、次の4つの観点から行います。				
	関心・意欲・態度	生活課題に深い関心を持ち、男女が協力しあって取り組もうとする意欲・態度を身に付けている。			
	思考・判断	各生活課題について、取り組むべき自分の役割は何かを判断し、安全・環境に配慮しながら、的確に行動することができる。	評価の観点	思考 ・ 判断	知識 ・ 理解
	技能・表現	生活に関する基本的な知識、技術を習得し、主体的に生活を営むことができる。実験・実習を通してより深く理解し、自らの考えを的確に表現できる。			
	知識・理解	人の一生と家族・家庭、衣食住、消費生活等に関する基本的な知識を身に付けている。			
	評価の具体的な対象				
	学習態度	積極な態度・協力・出欠席・忘れ物	○	○	○
	各課題ごとのプリント	関心、意欲	◎	○	○
	作品・実技	作品の製作と提出・実技試験	○	◎	○
	定期テスト	関心・意欲、単元内容の確認	○	○	◎
	*上記の内容を総合的に判断して評定を決定します。 ◎…特に重視する ○…重視する				

**自分の『自立度』をチェックして、自立度アップを目指そう！**

あなたは、どのくらい自立していると思いますか。次のチェックに挑戦しよう。

1. 次の(1)~(20)の項目について、いつも・だいたい・たまに・しないの4段階にあてはめ、○をつけよう。

- (1) 朝、起こされないでおきる
- (2) 自分のベッドや布団のしまつをする
- (3) 自分の部屋の掃除をする
- (4) 自分の洗濯は自分でする
- (5) 衣類のコーディネートやハンカチ等の用意は自分でする
- (6) 衣類は自分でアイロンをかけたリ、繕ったりする
- (7) 靴や服など、脱いだものを片付ける
- (8) 一人のとき、食事は自分で作り片づけもする
- (9) 自分の着るものは自分で買いにい
- (10) 家族の食事を作る
- (11) 家族の食事の片づけをする
- (12) ゴミを分別して捨てている
- (13) 自分の部屋以外の掃除もする
- (14) 家族の食料や日用品の買い物をする
- (15) 家族に「おはよう」「ありがとう」等のあいさつをする
- (16) 親にいろいろと言われてもカッとならない
- (17) 自分の小遣いを何に使ったかわかっている
- (18) 小遣いが不足しても、親や祖父母にねだったりしない
- (19) 嫌だと思ってもやらなくてはいけないことはする
- (20) みんなと同じでなくても自分の考えを通せる

いつも	だいたい	たまに	しない

2. 上の○をたてに集計しよう。次に「いつも」は3点、「だいたい」は2点、「たまに」は1点、「しない」は0点と数え、合計点をだそう。

いつも	だいたい	たまに	しない
×3	×2	×1	×0

3. あなたは、高校生ならば何点くらいあれば自立していると思いますか。自分の点数は満足のいくものでしたか。上の項目以外にも高校生として日常生活のうえで『できてしがるべき』と思われることを挙げてみましょう。このチェックリストの満点、また『できてしがるべき』と考えた事柄が一つでも多くできるよう、ときどき自分自身を振り返ってみよう。

合計( )点

【横浜市経済局事業】 ※実績値は平成 29 年度実施分

	事業名	概要	テーマ、その他詳細等
1	専門家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・義務教育学校及び高等学校へ派遣し、出前講座を実施 (案内チラシは高校にも配布) ●小学校：38 回 ●中学校：5 回 ●特別支援学校：2 回	【テーマ】 ・物や金銭の使い方 ・インターネットや携帯電話の使い方やきまり ・契約や消費者保護、悪質商法被害防止
2	親子金銭教育	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・中学校へ派遣し、PTA 活動などでの親子金銭教育出前講座を実施 (案内チラシは高校にも配布) ●小学校 PTA：1 回 ●中学校 PTA：1 回	【テーマ】 ・おこづかい (適した年齢、金額、使い方)、金銭感覚 (各家庭での違い)、お金の使い方 ・中学生と保護者の為のデジタル社会における金銭講座
3	教員研修	市立小・中・義務教育学校及び高等学校の教科別研究会等に専門家講師を派遣 (案内チラシは高校にも配布) ●小学校家庭科教員：1 回	【テーマ】 ・物や金銭の計画的な使い方に関心をもち適切に買い物ができるようにする。 ・目的に合った物の選び方や買い方
4	消費者啓発に関する大学との連携事業 【参考 1】	横浜国立大学の学生のアイデアを元に作成 ●おこづかい帳作成：3,000 部	市立小中学校での出前講座の中で学んだことを定着させるよう、参加者に配布

【参考 1】「おこづかい帳」には、消費者トラブル事例を紹介する漫画(12 事例)を掲載



	事業名	概要	テーマ、その他詳細等
5	啓発教材の配布	パンフレット等を市立小・中学校及び高等学校に配布 ●小学校：339校 ●中学校：146校 ●義務教育学校：2校 ●特別支援学校：2校	・「おこづかいと買い物」「インターネットのトラブル」等に関するもの（小学生向け） ・インターネット・携帯電話によるトラブルの問題点や解決方法に関するもの（小中学生向け）等
6	消費者教育教材の作成・配付 【参考2】 【参考3】	教育委員会と連携して、教育現場で活用しやすい教材の開発を行う。 ●消費者教育用教材「消費者市民社会の一員として持続可能な社会を目指した『意思決定能力の育成』第3弾（市立中学校148校へ配付） ●新学習指導要領に基づく消費者教育の実現に向けて、「横浜の消費者教育授業づくりガイド」を作成（H30に市立小中学校487校へ配付）	教科別研究会などの場で教材を開発  『意思決定能力の育成』第3弾「食品ロス」から学ぶエシカル消費
7	消費者教育ライブラリー	市内小・中・義務教育学校、高等学校及び特別支援学校に消費者教育に関するビデオやDVD等を貸し出す。 ●ビデオ・DVD：45本	—

【参考2】 消費者教育用教材『意思決定能力の育成』第3弾



【参考3】 リーフレット

「横浜の消費者教育授業づくりガイド」



【平成30年度実施の**新規事業**】

	事業名	概要	テーマ、その他詳細等
8	若年者向けの交通広告 【参考4】	●平成30年10月17日～11月20日までの間、東急東横線の各車両に注意喚起の広告を掲出	成年年齢の引き下げで心配される事例を紹介する広告を掲出することで、通学中の若年者への注意喚起を行うとともに、消費生活総合センターの周知を実施
9	事業者と連携した出前講座	授業や行事等に「お茶の匠」である市内お茶販売事業者の講師を派遣し、出前講座を実施 (案内チラシは高校にも配布) ●小学校：4回 ●中学校：1回 ●義務教育学校：1回	急須で淹れるお茶のおいしさやお茶の伝統・文化などを知ることによって「エシカル消費」について学ぶ。 【テーマ】 ・お茶の淹れ方や伝統について
10	計量出前講座	「はかり」や「正しい計量の大切さ」などについて学ぶ出前講座を実施（市立小学校等対象） ●小学校：1回（算数）	いろいろなはかりで重さをはかり、重さの単位について知り、計器を適切に選んで測定することにつなげる。 【テーマ】 いろいろな計量器について
11	大学生向けリーフレットの作成	大学生等の若者に多い消費者トラブルをまとめたリーフレットを作成 ●15,000部 ※市内大学の行事等での学生への配布に向け調整中	【掲載テーマ】 ・マルチ商法 ・架空請求 ・無料商法 ・アポイントメントセールス

【参考4】 成年年齢の引下げを見据えて交通広告による啓発



【横浜市消費生活総合センター事業】 ※実績値は平成 29 年度実施分

	事業名	概要	テーマ、その他詳細等
1	出前講座	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 5 回：2,550 人</li> <li>・ 4 月 4 日                             <ul style="list-style-type: none"> <li>1 回：明治学院大学 (1 回目)</li> <li>2 回：明治学院大学 (2 回目)</li> <li>3 回：横浜美術大学</li> </ul> </li> <li>・ 4 月 5 日                             <ul style="list-style-type: none"> <li>4 回：横浜市立大学</li> <li>5 回：横浜桐蔭大学</li> </ul> </li> </ul>	大学が開催する新入生オリエンテーションへ講師を派遣 (希望制)
2	各種広報媒体 広告掲載 【参考 5】	<ul style="list-style-type: none"> <li>●平成 29 年 12 月発行の高校生新聞「H!P」第 34 号に記事掲載 (220,000 部発行)</li> <li>●タダコピに啓発広告を掲載 (市内大学 10 キャンパス、3 万枚、12 月～1 月)</li> <li>●横浜市大 (学生課) と協働で、学生の参加により大学が発行する情報誌に啓発広告記事を掲載 (11 月発行)</li> </ul>	<p>【テーマ (H!P、タダコピ)】 サイドビジネス商法</p> <p>※タダコピ コピー用紙の裏面に広告を掲載することで、学生が無料でコピーすることができる。</p>
3	啓発用ポスター、リーフレットの配布【参考 6】	●ポスター (200 枚)、リーフレット (16,000 枚) を市内高等学校 95 校、大学 25 校に配布	関東甲信越ブロック (10 都県、6 政令市、国セン) による悪質商法被害防止キャンペーンの一環として作成

【参考5】タダコピ



【参考6】関東甲信越ブロックポスター



	事業名	概要	テーマ、その他詳細等
4	契約のきりふだ (若者編)	●14,000部作成し、出前講座等で配布	—
5	消費生活情報よこはまくらしナビ ①「月次相談レポート」 ②「増刊号」	●①小学校9校、中学校23校、高等学校86校、大学21校、その他専門学校等1校(1校につき1部づつ年間12部配布) ●②同上(1校につき1部づつ年間4部配布)	①月次相談レポート 相談事例をまとめたもの ②増刊号 暮らしに役立つ身近な消費生活情報を幅広く掲載
6	小中学校向け消費者トラブル事例情報提供	●教育委員会と連携・協力して、センターからの情報提供事業として青少年の相談事例をまとめ、市立小中学校に対して電子掲示板で配信(4回)	教育委員会事務局担当課から全小中学校にメール等で送付
7	サイドビジネス・マルチ商法の注意喚起【参考7】	●動画コンテンツ(30秒)を作成しHPにて公開	—

【参考7】センターが作成した動画コンテンツ



【平成30年度実施の**新規事業**】

	事業名	概要	テーマ、その他詳細等
8	高校教員向け 消費者教育講座	若者に多い相談事例の紹介や消費者教育について学んでいただく機会とした。 ●1回目：教育課程協議会 平成30年8月20日 市立高校 全教科教員 約150名 ●2回目：家庭科研究会 平成30年12月6日 市立高校 家庭科教員 16名	【テーマ】 若者の消費者被害と予防策 ～高校生が新成人となる日を前に～

## 第 11 次審議会報告に基づく事業の進捗状況

方向性 1：事業者との情報共有の推進

○業界団体等と連携した情報共有の推進

**取組1 「かしこい消費者コラム」による市内事業者への情報発信**

- ・事業者団体等と連携した情報共有の推進を図る手法の一つとして、一般社団法人横浜市工業会連合会にご協力いただき、同会が会員向けに配信するメールマガジン「市工連ニュース」内で、最新の被害事例や消費者保護に関する法律等を簡単にまとめた「かしこい消費者コラム」を紹介いただいています（市工連ニュースの掲載内容は、P - 2 - を参照。コラム記事は、P - 3 - を参照）。
- ・コラムの掲載にあたっては、事前に広報紙「市工連かわらばん」で予告記事を掲載いただくなど、周知にご協力いただきました（次ページを参照）。

方向性 4：事業者と連携した消費者被害防止の視点からの見守りの推進

○協働ネットワークにおける見守りの拡充

**取組2 東京ガス(株)の協力による「お助けカード」の配布**

- ・高齢者の消費者被害防止のために作成した「お助けカード」の配布については、平成 29 年度から市内事業者にも配布にご協力いただいております。第 11 次審議会報告では、配布協力事業者の拡充についてご意見をいただきました。これを受け、新たに東京ガス(株)横浜支店にご協力いただけることとなり、従業員をはじめ OB の皆様から、「お助けカード」を地域の方に配布いただいております（市 HP の掲載内容は、P - 4 - を参照）。





# 市工連かわらばん

第174号  
(2019年1月)

一般社団法人 横浜市工業会連合会

横浜市中区山下町2 産業貿易センタービル2階  
〒231-0023  
TEL 045 (671) 7051 FAX 045 (671) 7321

市工連ホームページ <http://www.y-shikouren.or.jp>

●「受発注相談コーナー」(相談無料) は、ホームページで。

## あけましておめでとうございます 本年もどうぞよろしくお願いたします

－本号の記事－

- ① 第35回すぐれたアイデア提案者表彰 被表彰者が決定しました
- ② 第40回工業技術見本市「テクニカルショウヨコハマ2019」開催間近!  
2019年2月6日(水)～8日(金)  
併催行事 「IoTの標準化とセキュリティ」他  
同時開催行事 「受・発注商談会 in 横浜 2019」 2019年2月6日(水)  
「ものづくり企業紹介フェア」 2019年2月7日(木)
- ③ 【予告】あなたの暮らしを守る「かしこい消費者コラム こんなはずでは…」  
の掲載が始まります! (横浜市経済局消費経済課)
- ④ 市工連「2019年度新入社員合同研修会」参加企業募集  
2019年4月15日(月)～16日(火)

### ① .....●

## 第35回すぐれたアイデア提案者表彰 被表彰者が決定しました

本年度の横浜市工業会連合会「すぐれたアイデア提案者表彰」の被表彰者の皆さんが決定しました。いずれの提案も生産の効率化、経費の節減につながるなど意欲的ですぐれた内容であり、皆さんの今後の活躍が期待されます。表彰は1月10日開催の「市工連 新年賀詞交歓会」の中で行ないます。また、2月の「テクニカルショウヨコハマ2019」では、皆さんをパネルで紹介します。

(企業名：受付順・敬称略)

NO.	企業名	提案者氏名	アイデアの名称
1	株式会社吉岡精工	五十嵐 将哉	アルミ製ダイヤ電着基台の製造工程における不良率の削減
2	海洋電子工業株式会社	長谷川 健	レーダ整備作業の品質確保及び効率化
3	海洋電子工業株式会社	堀江 裕也	装置構成品模擬ソフトウェアの移植
4	株式会社グーン	佐々木 辰彦	容易に増設可能な自動消火設備の考案
5	竹澤工業株式会社	小澤 真也	新規受注製品における初号機の製作工数分析による工数低減

## 第40回工業技術見本市「テクニカルショウヨコハマ2019」 開催間近！

テクニカルショウヨコハマは、神奈川県下最大級の工業技術・製品に関する総合見本市として、県内産業の発展と経済の活性化に貢献してきました。

今回、節目となる第40回を迎える「テクニカルショウヨコハマ2019」では、記念の講演・セミナーなどの多彩な併催行事を開催するほか、昨年度ご好評いただいた「ロボット」、「IoT」の特設ゾーンや「加工技術」、「機械・装置・製品」、「研究開発」、「ビジネス支援」の各ゾーンで構成し、技術革新、商品開発に積極的に取り組んでいる企業の皆さまの、独創性・先進性に富んだ最新の技術・製品や研究成果などを発信します。新技術・新製品発信の場、新規顧客獲得や具体的な商談の場、活発な技術交流や情報収集・交換の場として、全国的に注目度の高い見本市です。ぜひとも「テクニカルショウヨコハマ2019」にご来場ください。

1	会 期	2019年2月6日(水)～8日(金)3日間 午前10時～午後5時
2	会 場	パシフィコ横浜 展示ホールA・B・C(横浜市西区みなとみらい1-1-1)
3	開催規模	会場面積 13,300㎡ 出展者社数 800社・団体/出展小間数 621小間(前回実績)
4	主 催	公益財団法人神奈川産業振興センター、一般社団法人横浜市工業会連合会、 神奈川県、横浜市
5	入 場 料	無料(登録制)
6	詳 細	事前登録につきましてはホームページ <a href="http://www.tech-yokohama.jp/">http://www.tech-yokohama.jp/</a> をご覧ください

### 併 催 行 事 の ご 案 内 【 聴 講 無 料 】

#### 1 (仮称)「LINKAI横浜金沢」が目指す未来 【事前登録不要】

～つなぎあい、えがくみらい～

【日 時】 2019年2月6日(水) 13:00～14:00

【会 場】 特設セミナー会場

【定 員】 150名

【詳 細】 「LINKAI横浜金沢」と市内工業集積エリアの現在(いま)をご紹介します。共通の課題とそれぞれの課題を共有しながら「LINKAI横浜金沢」の未来について考えます。

【主 催】 (一社)横浜金沢産業連絡協議会、横浜市金沢団地(協組)、横浜市経済局、金沢区等



#### 2 IoTの標準化とセキュリティ 【事前登録不要】

【日 時】 2019年2月8日(金) 11:00～12:00

【会 場】 特設セミナー会場

【定 員】 150名

【詳 細】 活用によって様々な利便性向上が期待されるIoTだが、一方で「つながるリスク」も依然として存在している。フィジカルとバーチャルをつなぐ上で押さえておくべきリスクとその対策を有識者を交えて考えます。

【主 催】 横浜市経済局



## ☆ 併催行事の申し込み方法

他にも様々なセミナーがあります。聴講は無料ですが、一部セミナーを除き先着順・事前申込制となっています。参加ご希望の方は、テクニカルショウヨコハマ公式HPよりお申し込みください。

定員になり次第締切させていただきます。また、当日は受講票をお持ちの上直接会場へお越しください。

セミナーの内容については、都合により変更となることがありますので、公式HPより最新の情報をご確認ください。

テクニカルショウヨコハマ公式HP：<http://www.tech-yokohama.jp>

※WEB環境のない方は事務局（公財）神奈川産業振興センター（045-633-5170）までお問い合わせください。

## 同時開催行事のご案内

### ★受・発注商談会 in 横浜2019

【日 時】 2019年2月6日(水) 10:00～17:00

【会 場】 アネックスホール（展示場2階）

【内 容】 受・発注取引促進の一環として発注企業と受注企業の方々が一堂に会し、個別商談により新規取引先の開拓及び情報収集をしていただく商談会を開催します。

【主 催】 (公財) 神奈川産業振興センター、(一社) 横浜市工業会連合会、(公財) 川崎市産業振興財団、横浜信用金庫、横浜市、川崎市、神奈川県

### ★ものづくり企業紹介フェア（高校生への講演会及びテクニカルショウヨコハマ見学会）

【日 時】 2019年2月7日(木) 9:00～

【会 場】 アネックスホール（展示場2階）

【内 容】 ものづくりや製造業に対して理解を深めるため、神奈川県内の高校生を対象に、中小企業経営者の講演とテクニカルショウヨコハマ見学会を開催します。

【主 催】 (一社) 横浜市工業会連合会

## ③ ..... ● 【予告】 あなたの暮らしを守る「かしこい消費者コラム こんなはずでは…」 の掲載が始まります！

(横浜市経済局消費経済課)

私たちがお店やインターネットでモノを買ったり、新聞をとったり、スポーツジムに通ったりなど、日頃あまり意識することはないかもしれませんが、「消費者」として、暮らしの中で様々な「契約」を結んでいます。時として、この「契約」が「聞いていた話と違う！こんなはずではなかったのに…」と、悔しい思いをしたり、損をしたりとトラブルに繋がることがあります。また、架空請求や悪質商法によるトラブルに遭い、思わぬ多額な金銭的被害に発展してしまうこともあります。

このようなトラブルに巻き込まれる人を少しでも減らすために、2019年から当メールマガジン「市工連ニュース」に「かしこい消費者コラム」を掲載し、最新の消費者トラブルの被害事例などについて情報をお届けします（不定期掲載）。是非、ご覧ください。

悪質商法には流行りの手口があるの。トラブルに巻き込まれないためには、最新の被害の例や消費者を守る「つかえる法律」などについて知っておくことがとても大切。

「かしこい消費者コラム」を読んで「かしこい消費者」になってね！



©YUKI ISHII

消費生活推進員  
オリジナルキャラクター  
「かしこちゃん」

## 2019年 第33回 横浜市工業会連合会「新入社員合同研修」

市工連では新入社員の皆さんの仕事に対する心構えを学び、連帯感やチャレンジ精神を養うために「新入社員合同研修」を実施します。

研修では、講義形式の研修（マナー研修、電話応対、異世代コミュニケーション、グループ討議等）や帆船日本丸でなければならない体験研修（カッター訓練等）を行います。この研修を通して企業人としての自覚と責任感を引き出し組織の新しい力を育てます。



※2019年は日本丸が改修工事のため宿泊と甲板磨き・マスト登りの訓練は行いません。

日本丸での研修は、カッター訓練と、結索訓練のみになります。

- 1 開催日 2019年4月15日（月）～16日（火）の2日
- 2 会場 4月15日：「帆船日本丸」訓練センター及び周辺海域  
4月16日：産業貿易センタービルB102会議室
- 3 定員 50名（両日とも受講できる方、先着順）
- 4 受講料 地域工業会会員企業：12,000円／1名（消費税込）  
※工業会会員企業以外の方は、お問い合わせください。
- 5 申込期限 2019年2月28日（木）
- 6 お問い合わせ （一社）横浜市工業会連合会 斎藤  
電話：045-671-7051 FAX：045-671-7321 e-mail：soumu4@y-shikouren.or.jp  
※参加申込書は、市工連ホームページからもダウンロードできます。

### 2019年 「新入社員合同研修」参加申込書

申込先 FAX 045-671-7321

貴社名			
代表者名			
ご住所	〒		
電話番号		FAX番号	
ご担当者 部署		ご担当者 お名前	
ご担当者 E-mail			
ふりがな 参加者氏名	年齢	性別	最終卒業学校（○印を付けてください）
	歳	男・女	大学・専門学校・高校・その他
	歳	男・女	大学・専門学校・高校・その他
	歳	男・女	大学・専門学校・高校・その他

市工連ニュース(2019年2月1日発行)第417号

～ 1700社の仲間 ビジネスネットワークが広がります ～

一般社団法人 横浜市工業会連合会

<http://www.y-shikouren.or.jp>

このメールは、地域工業会・事業会 会員企業の皆様、また、ご登録いただいた皆様方にお送りしています。配信停止、変更は、当メールにてご返信ください。

――本日のトピックス――

1【募集】 第33回「新入社員合同研修」参加者募集!

2【告知】 第40回工業技術見本市  
「テクニカルショウヨコハマ2019」開催のお知らせ

3【地域から】 各地域工業会の賀詞交歓会が開催されました

4【かしこい消費者コラム】 あなたの暮らしを守る!  
「かしこい消費者コラム こんなはずでは…」第1号

5 横浜市からのご案内

6 その他機関からのセミナー等ご案内

Topic4

【かしこい消費者コラム】 あなたの暮らしを守る!  
「かしこい消費者コラム こんなはずでは…」第1号

悪質商法には流行りの手口があります。

トラブルに巻き込まれないためには、最新の被害の例や消費者を守る「つかえる法律」などについて知っておくことがとても大切です。

第1号【副業ブーム!賢く稼ぎたい!でもご用心!トラブル相次ぐその手口!】

「1日数分の作業で月に数百万円稼ぐ」、「〇万円が〇億円になる投資法」といった「お金儲けのノウハウを教えます」とよく見かけますが…。手口や特徴、「かしこポイント」はどんなところでしょうか。

続きはこちら→ <http://www.city.yokohama.lg.jp/keizai/shoeyo/kurasi/kasikokoramu.html>

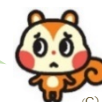
# 副業ブーム！賢く稼ぎたい！でもご用心！ トラブル相次ぐその手口！

2019年2月1日（1号）横浜市経済局消費経済課

「1日数分の作業で月に数百万円を稼ぐ」、「〇万円が〇億円になる投資法」といった「お金儲けのノウハウを教えます」とよく見かけますが…。

こんな相談がありました！

こんなはずでは…



(C) YUKI ISHII

- 「知識不要、勉強不要。勝率75%で儲かる。」と宣伝していた投資の情報商材を98,000円で購入したが、予想とは全く違い、役に立つ内容ではなかった。説明にあったようなサポートも受けられず、これでは儲けが出るとも思えない。
- 「月額15万円は問題なく稼げる。」と言われたので、転売ビジネスのノウハウをダウンロードできる情報商材を30万円で購入した。しかし、ダウンロードしたテキストには当たり前なことしか書かれておらず、1,000円しか儲からなかった。

情報商材とは…副業、投資やギャンブル等で高額収入を得るためのノウハウ等と称して販売される情報で、PDF形式や動画、メルマガ、アプリ等で配信したり、冊子やDVD等に加工したものがある。

手口や特徴



未経験でも初月から利益〇万円以上

誰でも簡単に稼げる

絶対損はさせない。1円も収入がなかった場合、全額返金保証

- 大金を手に入れられることや簡単な作業であることを強調する広告や宣伝文句！
- 初めから高額契約を勧誘するのではなく、無料や少額の情報商材を販売した後、「高額なほど簡単に稼げてすぐに元が取れる」等と次々に契約を迫る強引な勧誘も！

ここに気をつけて！「かしこポイント」



- 「100%元が取れる」、「返金保証がある」、「儲かるまでサポートする」等の説明は、守られない事例も多いため、安易に信用しないように注意しましょう。

横浜市消費生活総合センター

相談専用電話

045-845-6666

受付時間

【平日】9:00～18:00 【土・日】9:00～16:45

※祝日・休日、年末年始(12/29～1/3)を除く

## 市民の皆様へ

## 横浜市における高齢者の消費者被害防止

## 「お助けカード」の配布について

高齢化の進展で増加が心配される高齢者の消費者被害防止のため、横浜市消費生活総合センター（以下、「センター」という。）の連絡先を記載した「お助けカード（クーリング・オフ版）」を平成28年度に作成しました。このカードは、地域活動の担い手である横浜市消費生活推進員、横浜市老人クラブ連合会友愛活動員、自治会・町内会、民生委員・児童委員等から高齢者に配布いただくことで、消費者被害で困っている高齢者とセンターをつなぎ、気軽に相談できるよう、地域での見守り活動に活用いただいています。

平成29年度からは新たな見守りの担い手として、通信事業者（NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク）や神奈川県生活協同組合連合会、損害保険ジャパン日本興亜(株)、日本郵便(株)南関東支社などの市内事業者にも「お助けカード（クーリング・オフ版、スマホ版）」を配布いただき、見守り活動にご協力いただいています。また、平成30年度からは東京ガス株式会社 横浜支店様のご協力により、従業員および、OB（＝星光会）の皆さまから、市内在住の地域の方へ配布いただいています。

## 「お助けカード（クーリング・オフ版）」

【カード表面】



【カード裏面】



## 「お助けカード（スマホ版）」

【カード表面】



【カード裏面】



# お助けカードの配布による効果

## 1. 消費生活総合センターの認知度が(H27→H29)高齢者、若者のみ上昇

(e アンケートの結果)

○高齢者<60歳代：78% → 81%、70歳代以上：84% → 90%>

○若者<20歳代：52% → 60%>

⇒地域の方による配布に加え、市内事業者の方にご協力いただくことで、行政からコンタクトをとることが困難な、外出機会の少ない高齢者、すなわち被害発生の危険性が高いターゲットへのアプローチが可能となりました。

## 2. 60歳代の「デジタルコンテンツ」に関する相談が第1位から第2位へ

【平成28年度 商品・役務別相談件数】

順位	未成年者	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上
1	デジタルコンテンツ 280	デジタルコンテンツ 415	デジタルコンテンツ 512	デジタルコンテンツ 962	デジタルコンテンツ 837	デジタルコンテンツ 862	デジタルコンテンツ 526	工事・建築 167
2	健康食品 21	不動産貸借 175	不動産貸借 280	不動産貸借 217	不動産貸借 144	工事・建築 172	工事・建築 172	デジタルコンテンツ 123
3	テレビ放送サービス 13	エステサービス 93	インターネット接続回線 93	インターネット接続回線 141	商品一般 125	商品一般 127	商品一般 143	健康食品 102

【平成29年度 商品・役務別相談件数】

順位	未成年者	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上
1	デジタルコンテンツ 142	デジタルコンテンツ 268	デジタルコンテンツ 309	デジタルコンテンツ 570	デジタルコンテンツ 644	商品一般 685	デジタルコンテンツ 450	工事・建築 161
2	健康食品 39	不動産貸借 155	不動産貸借 242	不動産貸借 210	商品一般 422	デジタルコンテンツ 627	商品一般 406	商品一般 144
3	ビジネス教室 11	エステサービス 146	商品一般 83	商品一般 162	工事・建築 139	工事・建築 160	工事・建築 177	デジタルコンテンツ 90