

# 第 13 次 第 6 回 横浜市消費生活審議会 議事次第

日時：令和 4 年 8 月 19 日（金）10 時～

会場：市役所 31 階共用会議室 S03・N03

## 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（案）について
- (3) 横浜市消費者教育推進計画について
- (4) 部会報告

## 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（案）                          |
| 2-2    | 第 5 回審議会以降の意見書への反映事項                     |
| 資料 3-1 | 令和 4 年度消費者教育推進計画                         |
| 3-2    | 令和 4 年度横浜市消費者教育推進計画抜粋<br>（令和 3 年度実績等追加版） |
| 3-3    | 令和 4 年度横浜市消費者教育推進計画の策定状況                 |
| 資料 4   | 第 13 次横浜市消費生活審議会公募委員選考部会報告書              |

## 第13次横浜市消費生活審議会委員名簿

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についての意見

～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～

(案)

令和 4 (2022) 年 9 月

第 13 次横浜市消費生活審議会 報告

## 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 東日本大震災時の消費生活相談の特徴 .....	5
(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 風水害（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 .....	11
3 新型コロナウイルス感染症感染拡大時の消費生活相談の特徴 .....	14
(1) 全国の消費生活相談 .....	14
(2) 横浜市における消費生活相談 .....	18
4 緊急時における消費生活相談の概況 .....	19
<b>第2章 緊急時における消費者トラブルへの対応と消費者被害防止の現状と課題 20</b>	<b>20</b>
1 消費者教育・啓発 .....	20
(1) 現状 .....	20
(2) 課題 .....	20
2 情報提供・発信 .....	21
(1) 現状 .....	21
(2) 課題 .....	22
3 関係機関との連携 .....	22
(1) 現状 .....	22
(2) 課題 .....	23
4 相談体制の確保 .....	25
(1) 現状 .....	25
(2) 課題 .....	26
5 国及び神奈川県の変向 .....	26
(1) 国の変向 .....	26

(2) 神奈川県	27
----------	----

### 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・拡大防止の方向性

1 基本的な考え方	28
2 対応の方向性について	28

#### 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	28
(2) 災害対策とあわせた消費者教育の推進	29
(3) 消費者相談機関の認知度の向上	29

#### 対応の方向性2 「緊急時における消費者へ適切な情報提供」

(1) 正確でタイムリーな情報提供	29
(2) 活用しやすい情報の適切な提供	30
(3) 多様な消費者に届くさまざまな手段による情報提供	30

#### 対応の方向性3 「消費行政以外の機関等との連携強化」

(1) 災害対策関係機関への働きかけ	31
(2) 地域防災拠点での教育・啓発	31

#### 対応の方向性4 「緊急時に備えた相談体制の整備」

(1) センターでの相談業務困難時の備えの充実	32
(2) 相談業務DX化に対応した柔軟な相談受付体制の検討	32
(3) 身近な地域社会での相談・解決手法の検討	34

おわりに	35
------	----

#### 《付属資料》

1 第13次横浜市消費生活審議会委員名簿	37
2 審議経過	38

## 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などの紙製品）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や架空のマスク販売メールなどが横行するなど、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ように、消費者生活上の問題が生じた。

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に確認されている。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被害やトラブルの未然防止及び拡大防止、また問題に遭遇してしまった人への対応の取り組みは、本市においても喫緊の課題である。

第13次横浜市消費生活審議会では、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。

本書では、まず第1章において、過去に発生した災害時における消費生活相談の傾向について、災害種別ごとに、データ等で状況の確認を行った。次に、第2章では、第1章を踏まえ、緊急時における消費トラブルの防止に向け、本市消費者行政における現状及び課題についてまとめている。

最後に第3章で、これらの現状と課題を受け、被害の未然防止・拡大防止やトラブルへの対応のための消費者教育、情報提供、関係機関との連携、相談体制の整備などについて議論し、緊急時に備えた取組の対応の方向性を示し、審議会の意見とするものである。

## 第1章 緊急時における消費生活相談

緊急時といってもさまざまな事態が想定されるが、第13次審議会においては、主に、地震、風水害、感染症を取り上げて議論を行ってきた。

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「風水害」、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」それぞれの発生時における、全国及び横浜市における消費生活相談の傾向や関連データ等の把握を行った。

### 1 東日本大震災時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件の震災関連の消費生活相談が、全国の消費生活センター等に寄せられた。これらの相談は、震災発生直後1か月が11,238件と最も多く、以降緩やかに減少し12月には730件になっている。【参考1】

相談は、時期や地域によって様々である。時期的にみると震災発生直後には、全国的に入手困難となった「ガソリン」に関する相談が多かったが、1年間を通じて寄せられたのは、住まいの修繕、賃貸契約に係る「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水や食品をはじめとした、原子力発電所事故に関する相談も多く寄せられている。

地域別にみると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た。【参考2】

<sup>1</sup> 消費者庁「消費者問題及び消費者政策に関する報告（2009年～2011年）」  
[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_research/white\\_paper/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/)

【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）」

【図表1-2-4-2】

震災関連の相談は震災発生直後に多かったものの減少している



(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)を集計したもの。  
 3. 2011年3月11日を起点として、翌月(4月)10日まで受付分を「1か月目」とし、翌月(4月)11日から翌々月(5月)10日まで受付分を「2か月目」(以下同様)としている。



【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

被災4県			関東地域			その他地域		
順位	品目	件数	順位	品目	件数	順位	品目	件数
1	不動産賃借	797	1	ガソリン	668	1	ガソリン	484
2	工事・建築	641	2	工事・建築	644	2	工事・建築	227
3	ガソリン	550	3	不動産賃借	469	3	国内パックツアー	145
4	修理サービス	447	4	電気	443	4	四輪自動車	140
5	フリーローン・サラ金	271	5	ミネラルウォーター	372	5	相談その他全般	136
6	他の行政サービス	217	6	修理サービス	291	6	不動産賃借	126
7	火災保険	196	7	野菜	175	7	募金	126
8	相談その他全般	193	8	商品一般	151	8	デジタルコンテンツ	110
9	給湯システム	163	9	米	138	9	商品一般	108
10	四輪自動車	148	10	海外パックツアー	132	10	野菜	99

(2) 4～6 か月目

被災4県			関東地域			その他地域		
順位	品目	件数	順位	品目	件数	順位	品目	件数
1	工事・建築	333	1	工事・建築	133	1	ファンド型投資商品	112
2	不動産賃借	178	2	不動産賃借	96	2	米	86
3	修理サービス	138	3	米	91	3	乳製品	64
4	フリーローン・サラ金	121	4	緑茶	76	4	果実	51
5	他の行政サービス	74	5	ファンド型投資商品	67	5	野菜	38
6	住宅ローン	57	6	保健衛生品その他	58	6	緑茶	28
7	火災保険	45	7	修理サービス	58	7	園芸用品	28
8	米	35	8	野菜	46	8	工事・建築	27
9	相談その他全般	35	9	相談その他全般	24	9	四輪自動車	26
10	保健衛生品その他	31	10	乳製品	19	10	公社債	23
10	四輪自動車	31						

(3) 7～9 か月目

被災4県			関東地域			その他地域		
順位	品目	件数	順位	品目	件数	順位	品目	件数
1	工事・建築	363	1	ファンド型投資商品	413	1	ファンド型投資商品	471
2	不動産賃借	344	2	工事・建築	247	2	生鮮肉	253
3	修理サービス	185	3	不動産賃借	136	3	園芸用品	148
4	フリーローン・サラ金	144	4	保健衛生品その他	110	4	緑茶	87
5	商品一般	132	5	修理サービス	91	5	工事・建築	69
6	他の行政サービス	124	6	生鮮肉	90	6	野菜	61
7	保健衛生品その他	99	7	緑茶	82	7	果実	61
8	火災保険	82	8	野菜	78	8	乳製品	56
9	ファンド型投資商品	74	9	園芸用品	66	9	保健衛生品その他	48
10	四輪自動車	68	10	乳製品	51	10	不動産賃借	37
						10	フリーローン・サラ金	37

(4) 10～12 か月目

被災4県			関東地域			その他地域		
順位	品目	件数	順位	品目	件数	順位	品目	件数
1	工事・建築	226	1	工事・建築	87	1	米	38
2	不動産賃借	145	2	米	63	2	工事・建築	23
3	野菜	106	3	不動産賃借	59	3	ファンド型投資商品	23
4	フリーローン・サラ金	73	4	他の行政サービス	51	4	野菜	19
5	米	69	5	野菜	22	5	果実	15
6	修理サービス	67	6	保健衛生品その他	22	6	公社債	14
7	他の行政サービス	50	7	修理サービス	21	7	乳製品	13
8	他の水	46	8	新築分譲マンション	17	8	相談その他全般	13
9	住宅ローン	46	9	ミネラルウォーター	16	9	コンサート	11
10	果実	34	10	ファンド型投資商品	15	10	解魚	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。

## (2) 横浜市における消費生活相談

横浜市における震災関連相談についても発生直後の3月（11日から31日）に275件と最も多く寄せられ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 パックツアー	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
ミネラルウォーター	10	ネット通販で飲料水を注文したが、納期が遅いのでやめたい。解約を申し出たら断られた
保健衛生品その他	7	通販で放射線測定器を購入したが、使い勝手が悪いので返品したいが業者と連絡が取れない
緑 茶	7	茶葉から国の暫定規制値を超える放射能が検出されたと報道されたが、手持ちのお茶は問題ないか
そ の 他	181	被災者向け老人ホームを探しているという業者から、老人ホームのパンフレットが届いたら高額で買い取ると連絡があった。不審だ
計	237	

#### 【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。

## 2 風水害（豪雨・台風等）の消費生活相談の特徴

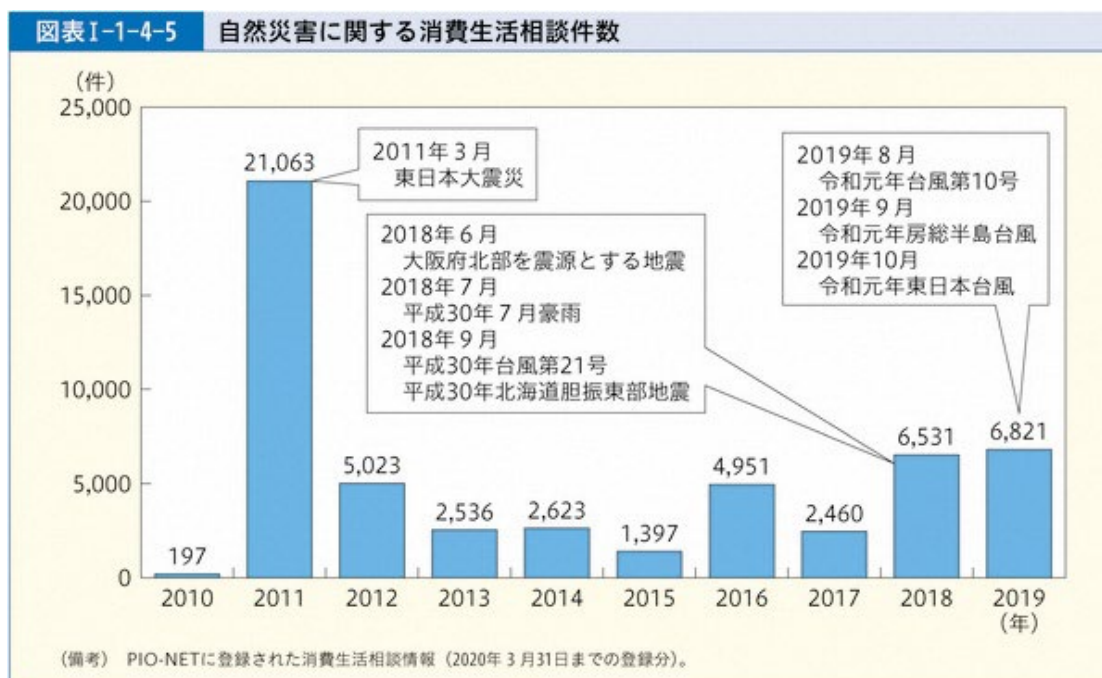
### (1) 全国の消費生活相談

近年では毎年のように全国各地で風水害が頻発し、甚大な被害が発生している。中でも、2018（平成30）年は、7月の豪雨や9月の台風21号など、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、8月の九州北部豪雨、9月の台風15号、10月の台風19号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】

相談件数は、台風上陸時をピークに以降減少傾向となり、内容としては、期間を通して台風により損壊・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、台風による被害に便乗した悪質商法に関する相談が見られた。【参考5】

【参考4】消費者庁：令和2年版...消費者白書<sup>2</sup>

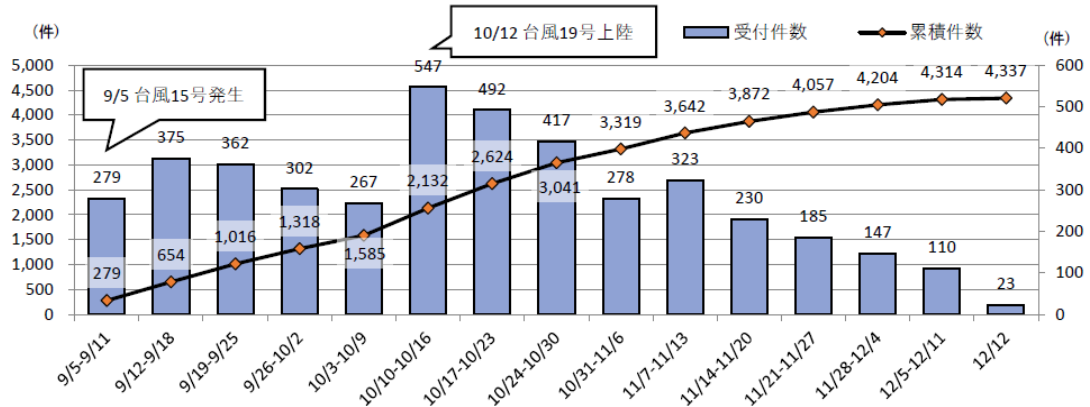


2 消費者庁「令和2年版消費者白書」

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_research/white\\_paper/2020/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/2020/)

【参考5】国民生活センター 報道発表資料（令和2年1月30日）<sup>3</sup> より抜粋  
「令和元年秋台風」で寄せられた消費生活相談情報 - 台風15号の発生から台風19号上陸  
2カ月後までの全国の相談の推移 -

7日ごとの相談件数（P I O・NET・令和元年9月～12月）



期間別に見る相談の傾向

9/5～9/9 (5日間)		9/10～10/5 (26日間)		10/6～10/12 (7日間)	
総件数	116	総件数	1,305	総件数	370
工事・建築・加工	26	工事・建築・加工	384	工事・建築・加工	84
電気	17	修理・補修	243	修理・補修	52
レンタル・リース・貸借	17	役務その他	91	宿泊施設	33
修理・補修	11	レンタル・リース・貸借	89	レンタル・リース・貸借	26
旅行代理業	7	損害保険	65	役務その他	24
放送・コンテンツ等	5	相隣関係	37	旅行代理業	21
空調・冷暖房・給湯設備	3	旅行代理業	29	冠婚葬祭	16
宿泊施設	3	相談その他	28	観覧・鑑賞	14
役務その他	3	放送・コンテンツ等	21	他の教養・娯楽	9
相隣関係	3	旅客運送サービス	20	損害保険	7
		インターネット通信サービス	20		

10/13～11/12 (31日間)		11/13～12/12 (30日間)	
総件数	1,793	総件数	753
工事・建築・加工	453	工事・建築・加工	253
修理・補修	238	修理・補修	101
レンタル・リース・貸借	199	レンタル・リース・貸借	79
役務その他	114	役務その他	55
損害保険	75	損害保険	52
旅行代理業	50	戸建住宅	19
旅客運送サービス	48	自動車	16
自動車	41	空調・冷暖房・給湯設備	10
戸建住宅	34	旅行代理業	10
観覧・鑑賞	33		

3 国民生活センター 報道発表資料（令和2年1月30日）

[https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20200130\\_1.html](https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20200130_1.html)

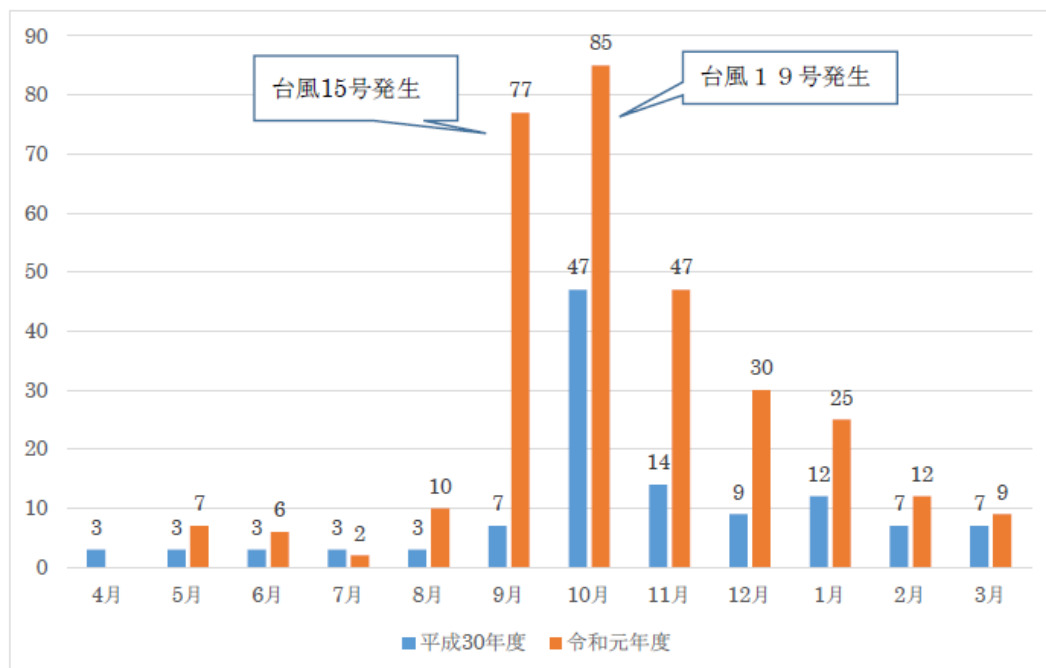
## (2) 横浜市における消費生活相談

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310件と例年の2倍以上と増加した。

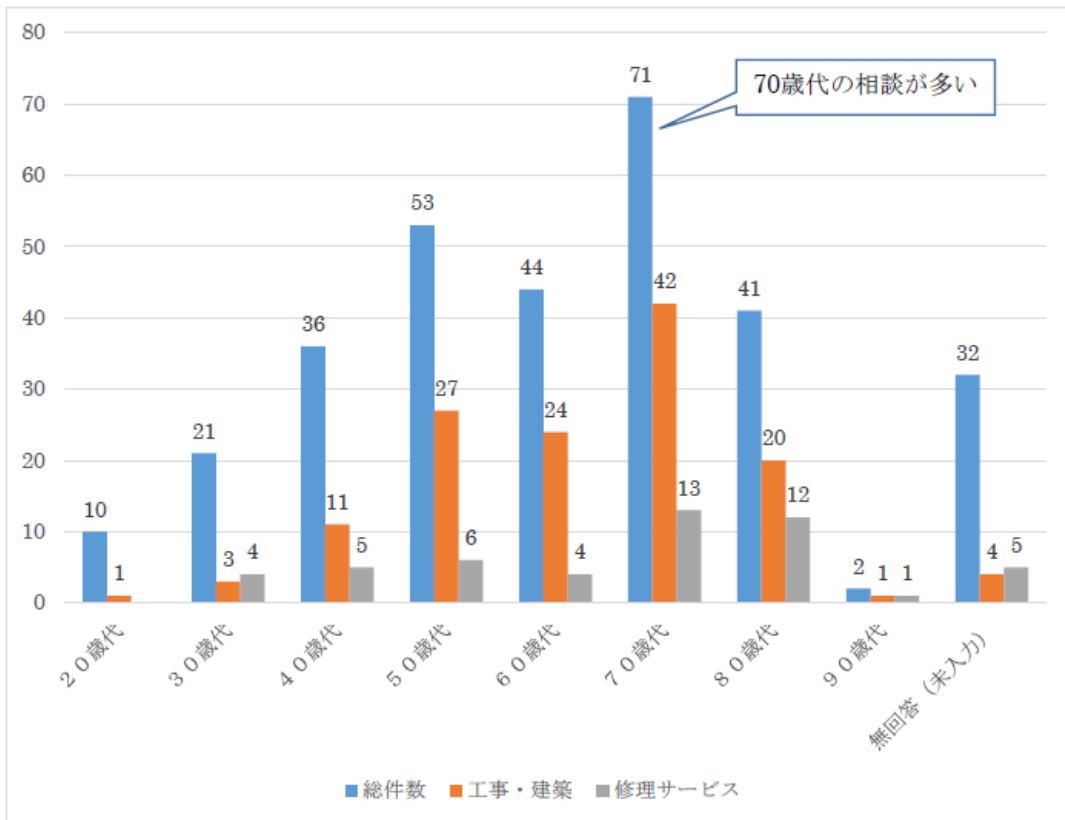
相談内容としては、住宅の修理に関する「工事・建築」の相談が最も多く、年代別では70歳代、販売形態では訪問販売で契約金額が100万円以上の高額な相談が多く寄せられている。【参考6】

【参考6】横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談

### 1. 月別相談件数（令和元年度・平成30年度）



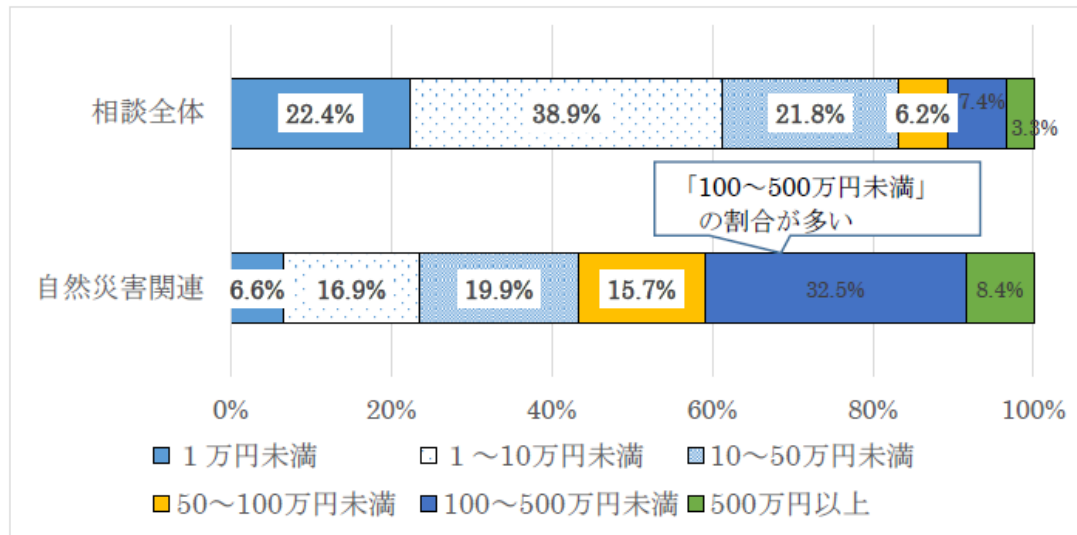
## 2. 年代別相談件数（令和元年度）



## 3. 商品別分類 上位 10 品目（令和元年度）

順位	商品別分類	件数	相談内容の例
1	工事・建築	133	屋根工事、外壁塗装工事
2	修理サービス	50	雨樋の修理
3	不動産貸借	31	台風被害の修繕
4	役務その他サービス	15	保険の申請代行
5	相隣関係	11	台風被害の補償
6	火災保険	9	保険金の請求
7	相談その他	6	
8	結婚式	5	計画運休によるキャンセル
9	中古分譲マンション	4	中古マンションの雨漏り
9	航空サービス	4	欠航となったチケット代の返金

### 5. 契約購入金額（令和元年度）



#### 【相談事例】◇火災保険を使った家の修理の勧誘（相談者：50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感染拡大時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>4</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、関連する相談が2月以降増加し、緊急事態宣言が発出された4月には、21,611件とピークに達した。【参考7】

内容をみると、需要が急増し、インターネット上で高額転売が続いたマスク等の「保健衛生品その他」に関するものが全体の約3割を占めた。関連して消毒製品や体温計等の「他の医療用具」に関しても多数寄せられた。これらの、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。また、トイレットペーパーは、供給量が十分であったにもかかわらず、買占めによる品薄が発生し、相談も3月がピークになった。【参考8、参考9、参考10】

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】

このほか「旅行代理業」や「航空サービス」に関する相談が3月、「結婚式」、「スポーツ健康教室」に関する相談が4月をピークに等のキャンセルや返金に伴う相談が多く寄せられた。【参考11、参考12】

---

<sup>4</sup> 消費者庁「令和3年版消費者白書」

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



【参考7】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

図表 I-1-4-1 新型コロナウイルス関連の消費生活相談件数の推移（月別）



【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

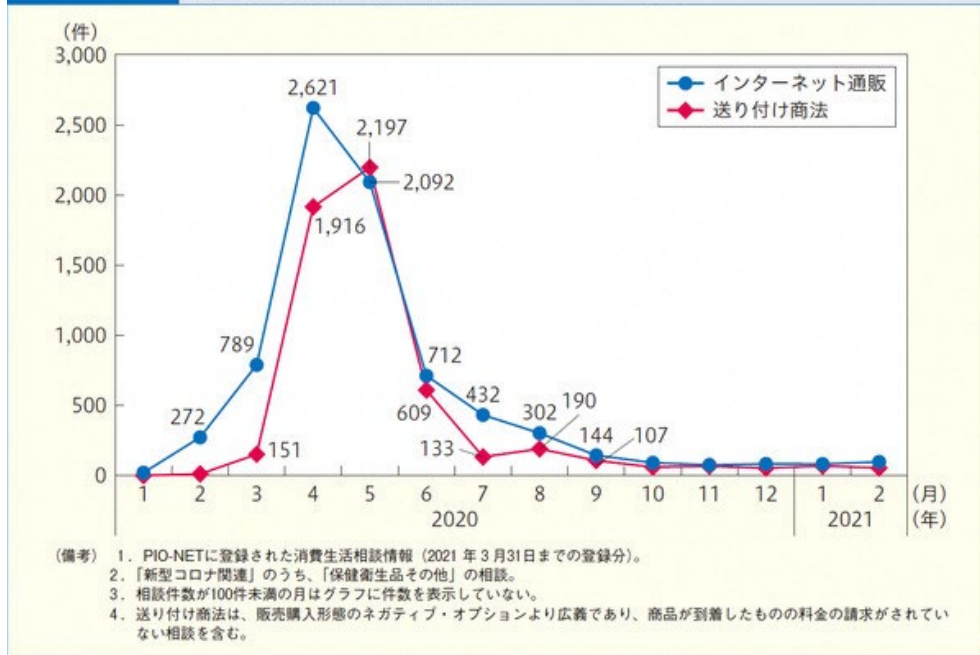
図表 I-2-5-3 「保健衛生品その他」の消費生活相談件数の推移（新型コロナウイルス関連）



【参考9】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

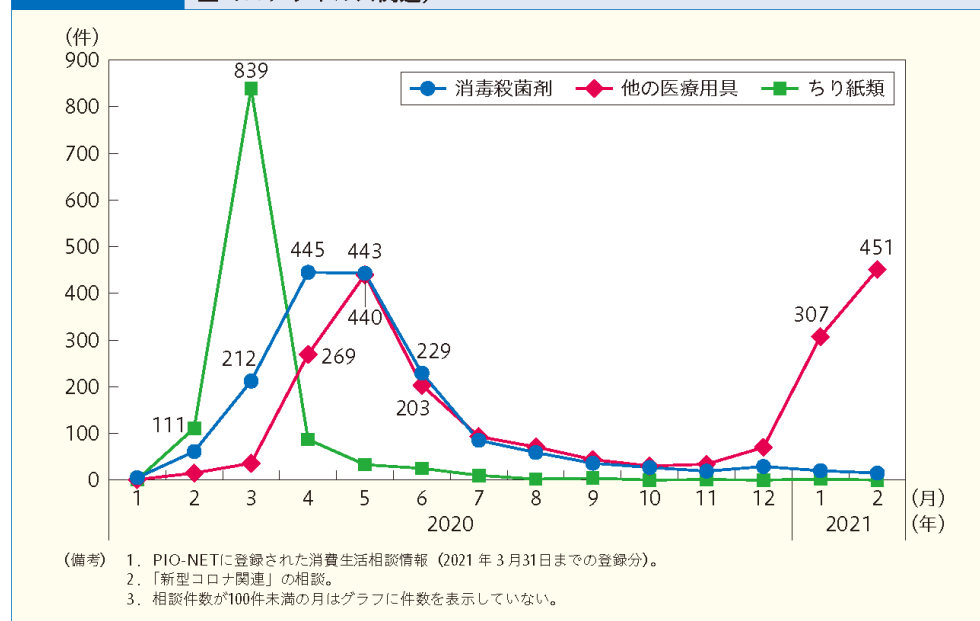
図表 I-2-5-4 「保健衛生品その他」の「インターネット通販」、「送り付け商法」に関する消費生活相談件数の推移（新型コロナウイルス関連）



【参考10】消費者庁：令和3年版 消費者白書

「消毒殺菌剤」「他の医療用具」「ちり紙類」の消費生活相談件数の推移

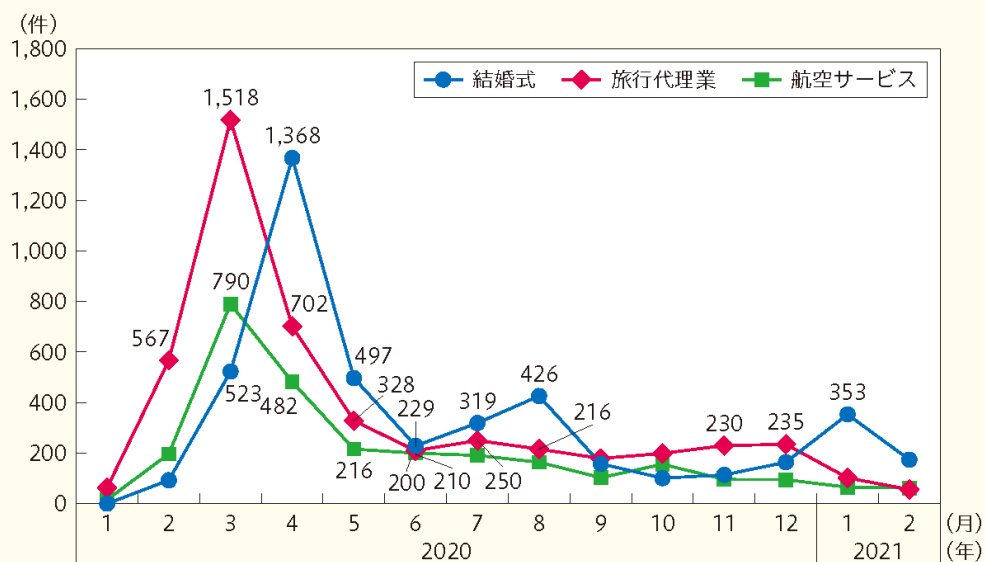
図表 I-2-5-5 「消毒殺菌剤」、「他の医療用具」、「ちり紙類」の消費生活相談件数の推移（新型コロナウイルス関連）



【参考 11】消費者庁：令和 3 年版 消費者白書

「結婚式」、「旅行代理業」、「航空サービス」の消費生活相談件数の推移

図表 I-2-5-7 「結婚式」、「旅行代理業」、「航空サービス」の消費生活相談件数の推移（新型コロナウイルス関連）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2021年3月31日までの登録分）。  
2. 「新型コロナ関連」の相談。  
3. 相談件数が200件未満の月はグラフに件数を表示していない。

【参考 12】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商品・役務当別上位相談件数（2020年）

図表 I-2-5-2 新型コロナウイルス関連の商品・役務等別上位相談件数（2020年）

順位	商品・役務等	件数	割合	順位	商品・役務等	件数	割合
1	保健衛生品その他	22,559	27.2%	11	ちり紙類	1,113	1.3%
2	結婚式	3,992	4.8%	12	ホテル・旅館	1,051	1.3%
3	スポーツ・健康教室	3,857	4.6%	13	コンサート	1,045	1.3%
4	他の行政サービス	3,731	4.5%	14	海外募集型企画旅行	1,035	1.2%
5	航空サービス	2,706	3.3%	15	スポーツ施設利用	1,002	1.2%
6	商品一般	2,197	2.6%	16	外食	962	1.2%
7	消毒殺菌剤	1,650	2.0%	17	フリーローン・サラ金	951	1.1%
8	役務その他サービス	1,616	1.9%	18	海外手配旅行	927	1.1%
9	賃貸アパート	1,433	1.7%	19	相談その他（全般）	909	1.1%
10	他の医療用具	1,306	1.6%	20	国内募集型企画旅行	805	1.0%

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2021年3月31日までの登録分）。  
2. 「新型コロナ関連」の相談。  
3. 品目は商品キーワード（下位）。

## (2) 横浜市における消費生活相談

横浜市における令和2年度の新型コロナウイルス感染症に関連する相談は1,705件となっており、全国の状況と同様に2020（令和2）年4月をピークに、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多かったが、「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）等に関するものも寄せられた。

そのほか、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、また、定期購入や商品が届かないなどのトラブルのほか、デジタルコンテンツ等の相談も寄せられた。【参考13】

### 【参考13】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。

#### 4 緊急時における消費生活相談の概況

これまで見てきたとおり、緊急時における消費生活相談にはいくつか特徴がみられる。災害等の種類によって被害の内容は異なるが、発生直後には被害に直接関係する相談が一時的に大きく件数を伸ばし、以降徐々に減少に転じることや、時間の経過とともに派生した問題に関する相談が増加するなど内容にも変化が生じることなどが挙げられる。

このように相談状況の特徴を把握すると、事態発生を想定し、ある程度事前の注意喚起が可能であり、平時からの消費者教育が重要であることがわかる。例えば大型台風の来襲に備え秋口に、住宅修理に関するトラブル事例を広報する、自然災害に備え、保険契約の定期的な確認を促すなどである。

また、発生直後には迅速に広報、情報発信することや、事態の進捗を捉えて、段階ごとにタイムリーな情報を提供、発信していくこと重要であることがわかる。過去の全国的な傾向及び横浜市における状況をから学び、将来に向けた課題を整理し、必要な対応を備えておくことが必要である。

##### 【参考】横浜市消費生活総合センター

消費者の利益の擁護及び増進を図り、市民の安全で快適な暮らしを実現するための拠点施設として設置された施設として主に以下を実施。

- ・消費生活相談

消費生活相談員がトラブルの解決に向けて助言やあっせんを実施

- ・消費生活に関する情報の収集及び提供

ホームページ、メールマガジン、SNS、紙面など様々な媒体を活用し、最新の相談事例など消費生活情報を発信

- ・消費者教育・啓発

講演会の開催、各種団体への講師の派遣、リーフレット等啓発資料や物品の作成、配布

所在地

横浜市港南区上大岡西1丁目6-1 ゆめおおおかオフィスタワー4・5階

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

第1章でも言及しているが、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。この他、「ワクチンを優先的に接種できる」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。

過去を振り返ると、緊急時には、不確かな情報の拡散と混乱の発生や、不安な消費者心理に乗じた悪徳商法の横行が確認されている。こうした状況に鑑み、平常時からの教育・啓発や、迅速な情報発信・注意喚起、相談を受けるために必要な体制の整備などが求められる。

ここでは、緊急時に起こりうる消費生活関連トラブルの回避や被害拡大防止等に向けた現状及び課題について整理した。

### 1 消費者教育・啓発

#### (1) 現状

横浜市では、これまで緊急時における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うなどの取り組みが行われている。

緊急時に備えた教育・啓発については、消費者庁の消費者教育推進会議において審議が行われており、平時からの備えとして「正しい情報を見極め、適切に行動する能力の育成（情報リテラシー教育）」、「生活必需品の管理などの知識・能力の向上、物資の備蓄や緊急時のマニュアルの確認等の促進」、「不確かな情報を受け取った際、相談窓口への連絡を行うといった行動に移すことの重要性の啓発」が消費者教育として必要な項目として提示されている。

#### (2) 課題

これまで、横浜市においても、様々な教育・啓発が行われているところではあるが、緊急時に発生する消費者トラブルのみ特化して行う機会は少なかった。センターのホームページで、緊急時によくある事例としてトラブルの情報の掲載をしているものの、横浜市として情報を集約し緊急時に備えた内容として整理されている訳ではない。

また、前述の消費者庁の消費者教育推進会議において提示されている必要

項目についても、横浜市のこれまでの取り組みにはなかった視点であり、緊急時に備えた消費者教育として推進していく必要がある。

## 2 情報提供・発信

### (1) 現状

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、消費者庁や国民生活センターが発信している情報を、センターのホームページ、ツイッター、メールマガジン、紙媒体等を活用して発信している。特に、事態発生時は情報の鮮度を意識し、情報伝達の即時性が高いものを中心に媒体を選択している。

また、横浜市は行政分野が多岐に渡っており、日ごろから市民に多くの情報発信等がなされている。情報発信の手段は、旧来からの広報誌等の紙媒体や、現代の主流であるインターネット、様々な種類のSNS、テレビやラジオ、デジタルサイネージや種々の広告媒体、さらには自治会町内会を通じた情報網として回覧板や掲示板など、その形態は様々である。

#### 【参考】横浜市消費生活センターの情報発信 ツイッターの例

横浜市消費生活総合センター · 2022/07/13 ...

心当たりのない荷物が玄関先に  
通販サイトの荷物が玄関先におかれ送り主や  
商品名も判らない時は  
まず家族や知人の贈り物かを確認  
送り付け商法で一方的に商品を送りつけられ  
た時は支払う義務はなく商品は直ちに処分で  
きる  
届いた日付や送付先は控える  
困ったらセンターに相談  
[yokohama-consumer.or.jp/publish/  
mailma...](http://yokohama-consumer.or.jp/publish/mailma...)



🗨️ 26 🍷 45 📌

横浜市消費生活総合センタ... · 2022/07/27 ...

【よこはま暮らしナビ月次相談レポート8月号】  
電気代が安くなる？電力契約の勧誘に注意  
新規参入事業者の訪問販売が活性化  
検針票を見せたことでいつの間にか契約先の  
電力会社に変更されていた  
訪問販売での契約はクーリング・オフがで  
きる  
困ったらセンターに相談  
[yokohama-consumer.or.jp/publish/lifena...](http://yokohama-consumer.or.jp/publish/lifena...)



🗨️ 13 🍷 14 📌

## (2) 課題

本章の冒頭でも触れているが、緊急時における消費者トラブルや情報の混乱は、緊急事態発生直後から次々と待ったなしに発生するものである。したがって行政は、まず、消費生活に混乱が生じないように、正しい情報をタイムリーに発信することが重要である。

このためには、その手段や手順について、平時からあらかじめ整理し、準備をしておくことが重要である。前項の教育・啓発に関して、災害時に特化した情報の集約が十分ではないとしたが、情報発信においても同様である。緊急時によくある事例や相談窓口の案内などの情報を集約してホームページなどにまとめておき、事態発生時には、効果的な方法で迅速に発信する必要がある。

また、横浜市が保有している、様々な広報媒体には、情報発信手段として有用なものが多くあるが、消費生活の情報発信としては活用されていないものもある。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。

さらに、現状では、インターネットを通じた情報発信が中心であるが、大規模災害時にはインターネットが遮断されて、通信ができなくなる恐れもある。こうした事態に備えて情報提供手段や媒体を数多く想定しておくことも重要である。加えて、緊急時には行政からの情報発信に一定の限界が生じる可能性も考えられなくはないことから、民間事業者等の力を借りた情報発信についても検討の余地がある。

なお、情報媒体の選択にあたっては、情報を受ける側の多様性に注意したい。インターネットなどデジタル環境に不慣れな高齢者のほか、障害者、日本語が得意でない方など、一般的な情報発信では情報の届かない可能性のある消費者へも配慮し、それぞれに対して適切な情報伝達手段を検討する必要がある。

## 3 関係機関との連携

### (1) 現状

消費者トラブルの防止や解決に向けては、消費者行政の領域以外の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。

例えば、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、区役所を通じた取組として、自治会町内会をはじめとした地域組織の協力により、相談事例を記載し、被害やトラブル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。

また、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も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。

**【参考】地域ケアプラザ ～地域の身近な交流・相談の場～**

地域ケアプラザは、高齢者、子ども、障害のある人など誰もが地域で安心して暮らせるよう、身近な福祉・保健の拠点としてさまざまな取組を行っている、横浜市独自の施設です。令和4年9月現在、市内に143か所あります。

福祉・保健に関する行事・催しの開催、相談や支援、高齢者向けデイサービスの提供（施設によって異なる）などを行っています。

**【参考】消費生活推進員**

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。

**(2) 課題**

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、市役所全体の司令塔として取りまとめ役を担う災害対策部署等との連携が重要である。

その理由として、災害対策部署等においては、災害発生時における優れた情報伝達系統や情報発信手段を確立しており、その仕組みの中に位置付けられることで、消費者被害関連情報についてもより迅速・的確な伝達が期待できる。

今後は、発災時に災害対策部署等の所管する情報提供ツールを通じた消費者被害の未然防止情報の発信など、一層の連携を検討していく必要がある。

**【参考】横浜市の防災・災害関係の情報提供手段例<sup>5</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。携帯電話等で活用、防災情報をいち早く入手することが可能。

○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。

○横浜市避難ナビ

一人ひとりの避難行動を平時である「いま」から災害時である「いざ」まで一体的にサポートするアプリ

5 横浜市の防災・災害情報

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

## 4 相談体制の確保

### (1) 現状

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、ホームページへの相談事例の掲載、チャットボットやIVR（電話自動音声応答システム）により、トラブルについて消費者が自己解決できる助けになるよう、対処法等の情報提供を行っている。

横浜市のセンター以外の相談機関については、神奈川県中央消費生活相談センターが同様に、電話・メール相談等を受け付けている。また、国民生活センターが運営する、全国共通の消費者ホットライン（188）<sup>6</sup>に架電すると、身近な消費生活相談窓口につながるようになっている。また、国民生活センター「平日バックアップ相談」などを利用することもできる。

#### 【参考】横浜市消費生活総合センター相談体制（パンフレットより）

消費生活 相談	<h2>電話相談 ☎845-6666</h2> <p>商品・サービスの契約トラブルなど、消費生活に関する相談を受け付けています。困ったとき、まずは、お電話ください!</p> <p>平日： 午前9時～午後6時 土・日曜日： 午前9時～午後4時45分 (祝日・休日、年末年始 12/29～1/3を除く)</p>		 <p><b>面接相談 予約制、平日のみ</b> 消費生活総合センターまたはお近くの区役所で行います。<b>事前に予約が必要</b>です。</p>
	<p><b>Fax相談 Fax 845-7720</b> 必ず連絡可能な電話番号、またはFax番号を明記してください。</p> <p><b>電子メール相談 <a href="https://www.yokohama-consumer.or.jp">https://www.yokohama-consumer.or.jp</a></b> 消費生活相談「相談窓口のご案内はこちら」をクリック、「メール相談へ進む」をクリックしてご利用ください。ご相談の際は「メール相談をご利用される方へ」を必ずご確認ください。</p>		
消費者 教育・啓発	<p><b>消費生活教室 ☎845-5640</b> 消費生活に関するテーマで、各区と共催で開催しています。</p>	<p><b>出前講座 ☎845-5640</b> 悪質商法などのテーマで講師を無料で派遣しています(企業・事業者団体は有料です)。お気軽にお問い合わせください。</p>	<p><b>商品テスト・実習室 センター5階</b> 商品簡易テスト実習を行っています。</p>
消費生活 情報の 発信・提供	<p><b>情報紙の発行</b> 消費生活情報 <b>よこはまくらしナビ</b> 月次相談レポート 毎月発行 タイムリーな相談事例等を掲載</p> <p><b>増刊号(季刊) 4・7・10・1月発行</b> 消費生活関連情報、地域情報、啓発情報などを掲載。 両紙とも、区役所や図書館などで入手できます。</p>	<p><b>インターネットによる情報の発信</b> 相談事例、消費生活教室等の情報、よこはまくらしナビ、センター案内動画、展示・情報資料室の蔵書検索など暮らしに役立つ情報が満載です。</p> <p><b>センター公式ホームページ</b> <a href="https://www.yokohama-consumer.or.jp">横浜市消費生活総合センター 検索</a> <a href="https://www.yokohama-consumer.or.jp">https://www.yokohama-consumer.or.jp</a></p>	<p><b>消費生活情報メールマガジン</b> <b>「よこはまのタスケ・メール」</b> 最新の相談事例やイベントのお知らせなど、消費生活情報を毎週お届けいたします!</p> <p>登録は簡単!</p> <p>① <a href="mailto:yokohama@cm03.asp.cuenote.jp">yokohama@cm03.asp.cuenote.jp</a> へ空メールを送信</p> <p>② 送られてきたリンク先にアクセス</p> <p>③ 「登録」ボタンを押して完了!</p> <p>消費生活情報メールマガジン登録QRコード</p> <p><b>消費者関連情報発信中!</b> <a href="https://twitter.com/yokohamasyouhi">@yokohamasyouhi</a></p> <p>ツイッター フォローする</p>
	<p><b>情報の展示・閲覧</b> <b>展示・情報資料室</b> センター4階 ☎845-6604</p> <p>消費生活に関する図書、雑誌、リーフレットなどの閲覧のほか、図書、ビデオ、DVD、展示用パネルの貸出を行っています(貸出は市内在住、在勤、在学の方が対象です)。</p> <p>■ 開館時間 平日:午前9時～午後7時 土曜日:午前9時～午後5時 ■ 休館日 日曜日、祝日・休日、年末年始(12/29～1/3)</p>		

6 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/)

**【参考】消費者ホットライン（188）**

消費者ホットラインは、消費生活センター等の消費生活相談窓口の存在や連絡先を御存知でない消費者の方に、お近くの消費生活相談窓口を御案内することにより、消費生活相談の最初の一步をお手伝いするものです。



**(2) 課題**

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、消費生活相談員の出勤不能等、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。一時的に相談件数が爆発的に増える場合も考えられ、現在のセンターの施設以外での相談体制の確保や、相談員への電話や来所による相談解決のみに依存しない方法の確立が求められる。また、被災していない地域のセンターや国民生活センターによるバックアップの可能性を国とも連携して検討する必要がある。

**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>7</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>8</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) 神奈川県の変向

「かながわ消費者施策推進指針(2020年～2024年)」<sup>9</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。

---

7 「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/)

8 「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)

9 「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>

## 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、相談を行うことが困難になる状況も考えられる。

「その時」に慌てないように行政は平時から緊急時に備えた体制を整えるとともに、市民には平時からにどのようにすれば良いか考え、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

こと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感染拡大初期において、トイレッ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・デマや煽動が広がることがある。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混乱が生じ、トラブルが発生することがある。緊急時に限ったことではないが、情報化が進んだ現代においては「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、トラブルに遭った場合はもちろん、誤った情報や、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、その情報をすぐに拡散させるのではなく、行政や事業者の相談窓口等に相談するといった行動が、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消費者マインドの育成も重要である。

さらに、緊急時には不測の事態が生じ、冷静で、適切に判断する知識も持ち合わせていると自認している人であっても、正しい判断をできなくなる恐れ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

緊急時は、多くの場合、地震や台風などの災害発生時であるため、災害への備えと合わせて消費者教育を行うことが効果的である。

緊急時に備えた防災訓練や会議の場で、避難用品や備蓄物資と合わせて、緊急時の生活必需品の確保や金銭管理方法等の消費生活上の注意事項について確認できれば、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、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

令和2年度実施のヨコハマeアンケートによると、センターを「知らない」「名前は聞いたことがあるが場所や役割は知らない」と答えた人が65%以上に上った。消費生活における各種トラブルに直面した際の、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、「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」などを平時から周知する取り組みも必要である。

## **対応の方向性2 「緊急時における消費者へ適切な情報提供」**

### (1) 正確で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はもとより、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などの、正しい情報をタイムリーに提供することが、「対応の方向性（1）」にも記載した適切な消費者行動を促し、消費者トラブルの発生や、買いだめによる品不足等を防ぐことにもつながる。

そのためには、予測される事態に備え、いつ、どのような情報をどのような手段で発信するかをあらかじめ整理しておくことが望ましい。

## **(2) 活用しやすい情報の適切な提供**

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をまとめたホームページ等を作成しておくなど、緊急時に慌てずに必要な情報を、効果的な媒体を使って発信し、市民へ提供することが必要である。

また、災害に便乗した悪質商法についての注意喚起等を、そのまま印刷して掲示が出来るように工夫したページを作成するといったことも、活用しやすい情報提供の方法の一つである。緊急時にいつでも活用できるように、効果的な情報提供ツールを平時から準備しておくことが有効である。

## **(3) 多様な消費者に届くさまざまな手段による情報提供**

多様な消費者に必要な情報が届くように、平時には、市ホームページをはじめとして保有するさまざまな広報媒体や講座・イベント等の機会を通じて情報提供を行っているが、緊急時には状況の変化に対応して、必要な人に必要な情報が確実に届くよう工夫する必要がある。例えば、ポスターなどの紙媒体、公用車を使った音声情報など、インターネットを利用しない情報提供の併用が考えられる。併せて、一人暮らしの高齢者等(のいわゆる災害弱者)中には、情報を入手することが難しい方も多く、区役所や地域ケアプラザ等の福祉関係機関とも協力しながら、地域社会で行われている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、情報発信側が意図した通りに、受け手に伝わるとは限らない。特に緊急時は、迅速さとともに正確性が重要であるため、わかりやすさのほか、受け手の状況に対する配慮が必要である。時として相手がどのように受け取ったか確認することも考えられる。

## **(4) 民間事業者等と連携した情報提供**

民間の情報提供媒体は、迅速性や波及力に優れるなど、行政とは異なる特性を有している。

行政の所有する広報手段に限らず、平時から、民間企業等に協力関係構築を働きかけておくことも考えられる。金融機関、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に協力を働きかけて、緊急時に、これら事業者を通じて情報提供することは有効である。



### **対応の方向性3 「消費行政以外の機関等との連携強化」**

#### **(1) 災害対策関係機関への働きかけ**

緊急時には、災害そのものへの対応が最優先事項となるため、消費者トラブルに関しては、優先度が低いとされ、発生後に発信を依頼しても他の情報に埋もれてしまう恐れがある。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教育・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、緊急時には防災関連情報の発信と併せて、消費生活トラブル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したが、緊急時の司令塔である市災害対策本部の情報提供と連携して注意喚起を行うことで、消費者被害やトラブルの未然防止につながるものと期待する。

#### **(2) 地域防災拠点での教育・啓発**

災害時に被災者の避難場所として一時的な生活の場や、情報や物資供給の拠点となる地域防災拠点等での教育・啓発や情報発信も有効と考えられる。

上記(1)に関連して、地域防災拠点で行われる防災訓練において、緊急時に発生しやすい消費生活トラブル事例についての情報提供を行うことで、防災意識と併せて意識を高めてもらう事が効果的である。

例えば、緊急時に発生しやすい消費者トラブル事例等を掲載したチラシを地域防災拠点の備蓄品としておき、地域防災拠点の開設時に、他の災害情報と併せて掲示してもらうこと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方は、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もおり、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**

災害が発生したとき、地域防拠点や自宅等での避難生活が困難な方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) センターでの相談業務困難時の備えの充実

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について、国を中心に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) 相談業務DX化に対応した柔軟な相談受付体制の検討

センターでは、平時から、消費者トラブルの自己解決を支援するためチャットボット、IVR（電話自動応答システム）、SNS、FAQ ホームページ等のツールを活用し、電話相談によらない解決手段の強化を推進している。

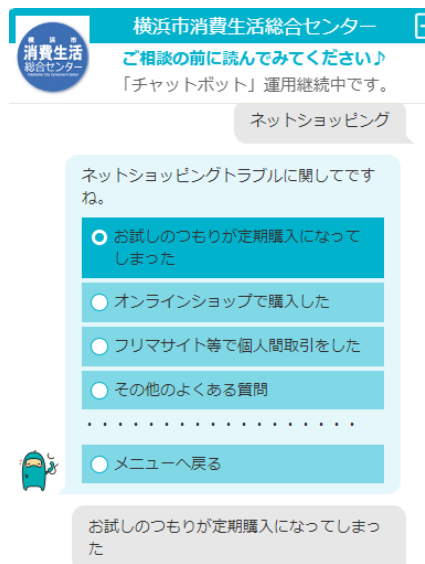
こうした取り組みをさらに進めるとともに、相談員が施設に出勤できない場合に、自宅や他の施設でも相談業務が行えるよう、相談業務のリモートワーク化の体制整備や、感染症拡大時に対応するために、非対面型の来所相談対応の検討といった、相談体制のデジタル化について、国の動きに合わせて進めていく必要がある。

<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)

## 【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) 身近な地域社会での相談・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)

事態発生直後には、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、より身近な地域社会の中で一次的な相談ができる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、緊急時に発生しやすい消費生活トラブル事例等の知識を深めてもらい、必要に応じて行政等につないで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。最近では、リモートワークやリモート授業が一般化しており、若年・壮年世代も地域活動に参加しやすい環境になっている。例えば、高齢者から若い世代に過去の災害体験を伝えたり、若い世代が高齢者にスマートフォンなどの操作方法を教えたりするような多世代間の連携・交流が生まれることを期待したい。長年、地域社会において緊急時の課題と考えられていたことがデジタルスキルで解決することも考えられるので、地域活動の中で、世代間の交流や情報交換がなされる状態になるような雰囲気醸成も必要と考えられる。

加えて、2(4)でも触れたが、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、銀行が振り込め詐欺の防波堤になっているように、民間事業者の力を生かす連携も検討する必要がある。地域の身近な事業者が悪質商法に関する相談を受けていただく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。

平常時において正常に働いている機能が、同様に機能する保証はない。いざというときには、様々な機関や住民同士が支えあい、頼れるところに頼り、身近な生活圏での問題解決ができる状態ができることが望ましい。このためには、日ごろから多方面に向けて教育・啓発、情報発信を行うことが必要である。

## おわりに

本意見書では、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の未然防止・拡大防止について、相談データ等で状況確認を行い、現状と課題を整理し、対応の方向性を示した。

地震、風水害、感染症拡大の3つの事態別に消費生活相談事例を見ると、災害等の種類により内容に違いはあるものの、時間の経過と相談件数・内容には一定の傾向があり、中には事前に対策がとれるものもあることが確認できた。

こうした点から、横浜市の緊急時の消費生活トラブルや被害防止への取組状況を見ると、消費者教育・啓発、情報提供・発信とも、経常事業の中で行われており、特に緊急時に備えて特化した取組は少なかった。そこで、課題として取組の強化や災害対策機関との連携を上げ、また、相談体制については、全国レベルでの相互協力の必要性にも言及した。

これらを踏まえ、当審議会では、緊急時における消費者の安全・安心を確保する上で、横浜市として実施することが必要な取組について、「平時における消費者教育の推進」、「緊急時における適切な情報提供手法の確立」「消費者行政以外の機関等との連携」「緊急時に備えた相談体制の整備」の4つに分けて対応の方向性について議論し意見を取りまとめた。

横浜市には、緊急時にどのような被害・トラブルが発生し、どのような問題が生じたのかを、過去の事例を分析、確認した上で、将来同様の事態に見舞われた際には、現状の対応として何が不足しているか課題をしっかりと認識し、前述の4つの対応の方向性をより具体化した対応策を検討実施すること、また、その状況を適宜報告することを求めるものである。

なお、今回は緊急時に多く寄せられる消費生活相談を切り口に議論をしてきたが、悪質な事業者による高齢者への訪問勧誘といった、平常時から深刻な被害が発生している問題が、緊急時には見えにくくなる恐れがある。これらが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も必要であることにも触れ、本書の結びとする。

## 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 ちづこ 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	R4.6.17 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 多賀谷 と 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	ほそかわ 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	R4.6.16 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19日	<b>【第6回消費生活審議会】</b> (1) (2) 
9月〇日	<b>【第7回消費生活審議会】</b> (1) (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

①第1章の修正

→文章を精査し、裏付けとなるデータを追加。

②第2章の修正

→素案から文章を追加

→消費行政の現状認識について、各項目を1現状と2課題に分けて記述

③「トラブル」「被害」の言葉の使い分け（大森委員）

→「トラブル」：消費生活全般における困りごととして、広い意味で使用

→「被害」：詐欺など加害者に悪意や過失があって、被害者が不利益を被るイメージで使用

④意見する場合に使用する表現の使い分け（花田委員）

→概ね(1)重要である(2)必要である(3)有効である(4)望ましい・期待できるに統一

→(1)・(2)：課題を受け、取組を推進する必要性の高い内容

(3)・(4)：理想的な状態や取組等であり、実現に一定の工夫が伴う内容

※文意によって使用する場合もあり、全体的なイメージとして

⑤「緊急時」の定義（栗田委員）

→第1章で、「地震」「風水害」「感染症」を本書における「緊急時」としたことについて言及

⑥第3章表題に未然防止のほか、拡大防止も併記してはどうか（天野委員）

→第3章の表題へ反映

⑦他機関連携のほか、多世代間連携の視点も加えてみてはどうか（河合委員）

→第3章 方向性の4(3)へ反映

⑧区役所や福祉施設だけが地域の相談機関ではなく、自治会町内会など身近な人にも相談をできるような状況が望ましい。（多賀谷委員）

→第3章 方向性の4(3)へ反映

⑨「はじめに」「おわりに」の記載が抽象的、不明瞭である。本意見書で行政に求めることを明確に記述すべきである。また、意見書が単に意見に止まることのないよう、実現に向けた進捗の確認が必要である。（田中会長、栗田委員、細川委員）

→「おわりに」において意見書で行政への要求を明確に記述。また、適宜状況報告を行うことを明記。

# 令和4年度横浜市消費者教育推進計画

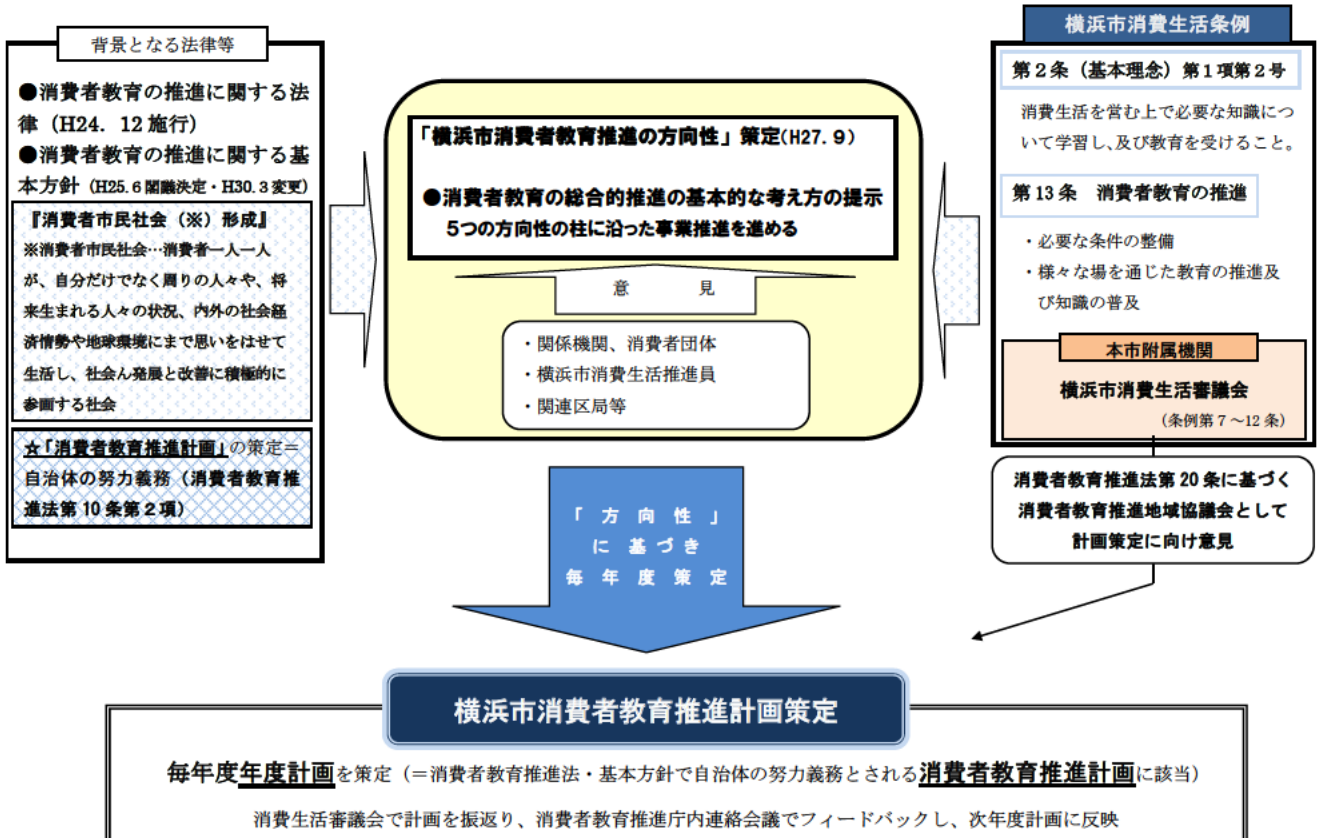
横浜市経済局

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

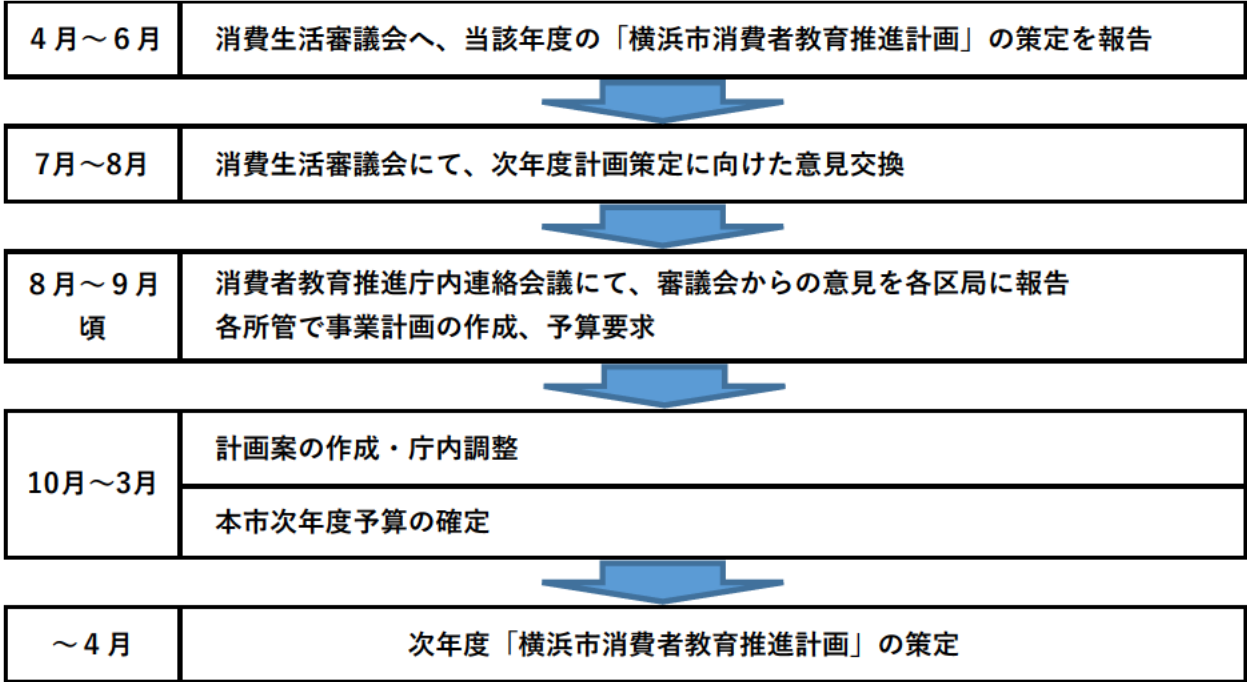


# 計画の推進

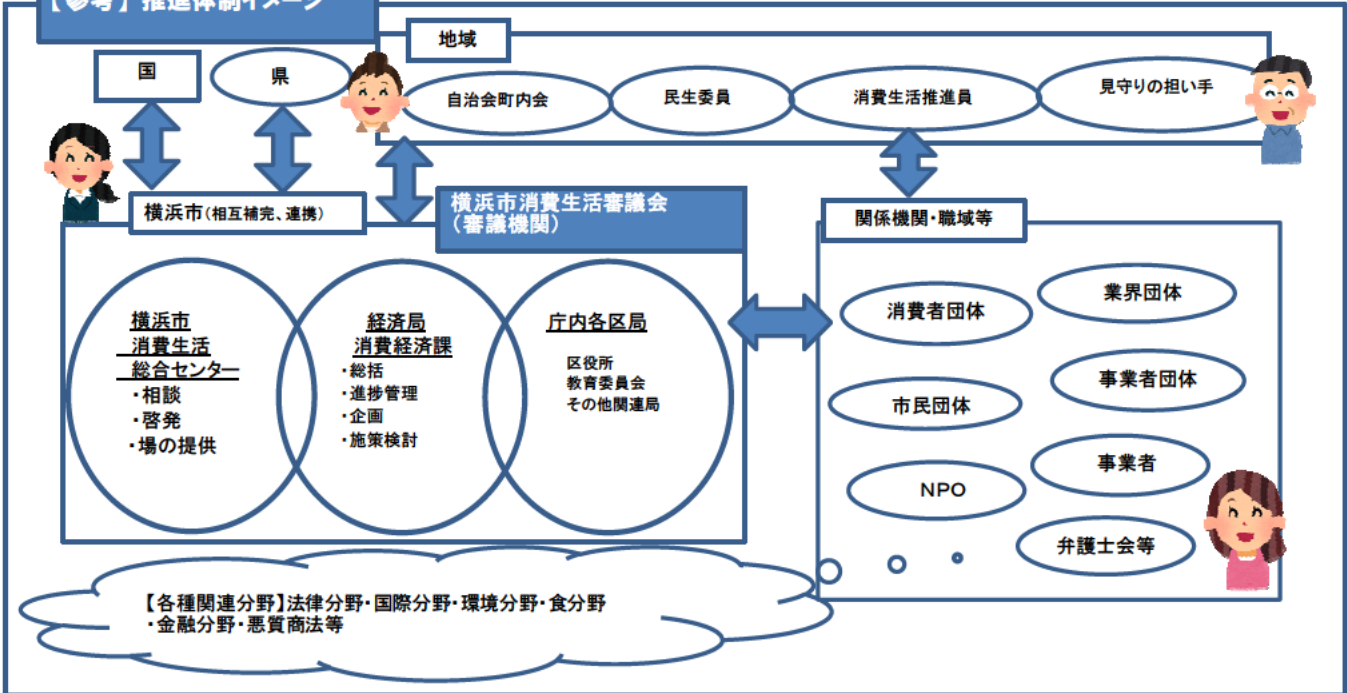
庁内関係局が予算化した消費者教育関連事業について、消費者教育推進の視点及び「方向性」を踏まえて取りまとめ、単年度の本市消費者教育推進計画として確定します。

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。	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学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

令和4年度横浜市消費者教育推進計画 抜粋(令和3年度実績等追加版)

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年度の実組(事業計画)	令和4年度予算額(千円)	生活領域				年代							【参考】令和3年度の実組(事業計画時点)	【参考】令和3年度予算額	令和3年度実績
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期	若者	成人一級			
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。	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	○	◎	○	-	-	○	○	◎	○	○	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>啓発グッズ(除菌ウェットシートを予定)を作成し、市内の主要駅や市内高校の最寄り駅を中心に15か所程度(予定)で消費者被害防止の啓発を行う。</li> </ul>	2700千円	<ul style="list-style-type: none"> <li>市内18区、20か所の主要ターミナル駅前で、啓発文言を入れた除菌ウェットティッシュを街頭配布(計400回127,300個)その他市内合計4校の大学構内等に配布を実施</li> <li>市立高校の全生徒を対象に啓発リーフレットの配布</li> <li>鉄道駅や市民利用施設等に設置されている、市内495か所のPRボックスへ啓発チラシ配架(14,950部)</li> </ul>
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	「文豪ストレイドグズ」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	◎	○	○	-	-	◎	◎	◎	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>「文豪ストレイドグズ」キャンペーンとして市内の高校・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</li> </ul>	560千円	<ul style="list-style-type: none"> <li>「関東甲信越ブロック悪質商法被害防止共同キャンペーン」(10都県、6政令市、(独)国民生活センター)に参加</li> <li>「高齢者・悪質商法110番」を実施(9/14~16)</li> <li>「若者110番」を実施(1/18~19)</li> <li>「文豪ストレイドグズ」キャンペーンとして描き下ろしイラスト2種でポスター・啓発グッズを制作し、横浜公共交通局とのタイアップで「みなとふらりチケット」販売(391枚)と地下鉄・市バス・駅でのポスター掲示(81ポスター・50枚+B3ポスター400枚)や横浜市内の県立(47校)・私立(41校)・市立高校(9校)・大学(27校)・市立図書館18館他へのポスター掲示と啓発グッズの配布を行った。センターでの一般への配布は、メルマガとツイッター登録を条件に、11月10日~12日で151枚のクリアファイルを配布を行った。</li> </ul>	
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	○	◎	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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)</li> <li>SNS ツイッターにより被害事例や講座情報を随時発信</li> </ul>	9,870千円	<ul style="list-style-type: none"> <li>ホームページ チャットボット継続運用中、外国語相談事例ページ(フランス語、ポルトガル語)開設、ウェアラブルデバイス(適合レベルAA準拠)</li> <li>メルマガ(はまのタスケーメール)配信</li> <li>相談事例をもとに注意喚起、消費生活教室や教育講演会のお知らせなどを情報提供</li> <li>配信55回/登録者2,032名</li> <li>ツイッター実績(4月~3月)回数:128回/閲覧数:2,647,590件前年比167%若者に向けて消費生活トラブルの注意喚起を行った</li> </ul>
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	-	◎	◎	-	○	○	○	◎	◎	◎	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>3月発行:7500部発行 各自治会・町内会への回覧及び地域活動で活用</li> </ul>	165千円	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
5	方向性1	保土ヶ谷区地域振興課	継続	よこはま暮らしナビの配布	よこはま暮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。)の区連会資料配達時に掲示板を保有する各自治会町内会に「よこはま暮らしナビ」を送付し、掲示を依頼します。	0千円	○	◎	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	よこはま暮らしナビの配布。	0千円	<ul style="list-style-type: none"> <li>毎月(8月、12月を除く。)各自治会町内会へ掲示用資料を必要数配付し掲示を依頼しました。</li> </ul>
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	○	◎	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>防犯キャンペーンと合同で、横浜市消費生活総合センター供給の啓発物品を用い、メールマガジン「週刊はまのタスケーメール」の周知等を行う。</li> </ul>	0千円	<ul style="list-style-type: none"> <li>日時:令和3年12月13日(月)</li> <li>場所:洪福寺松原商店街</li> <li>啓発物品:横浜市消費生活総合センター供給のティッシュ</li> </ul>
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て配架する。	130千円	○	◎	◎	○	○	○	○	◎	◎	◎	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>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て配架する。(令和4年3月発行予定)</li> </ul>	130千円	<ul style="list-style-type: none"> <li>回覧中止のため、掲示枚数分の1300部60,000円作製 成年年齢引き下げを一面に啓発</li> </ul>
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	-	◎	◎	-	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>動画を製作して祭りオンラインサイトにアップ、消費者のついでに学んだ内容をまとめて消費生活推進員とともに悪質商法対策の啓発動画を作成</li> </ul>		
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	-	◎	◎	-	-	-	○	○	◎	◎	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>年度末3月に8,000部発行し、全自治会へ班回覧する。</li> </ul>	192千円	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年3月発行</li> <li>8,000部作成</li> <li>緑区内122自治会に回覧依頼</li> </ul>
10	方向性1	健康福祉局	R4新規	市内医療機関と患者とのコミュニケーション向上に向けた普及啓発	普及啓発を目的に、患者・市民・医療施設等を対象に医療安全に関する情報をホームページやリーフレット等で提供するほか、市民向け講演会や出前講座を行います。	医療に関する普及啓発として、市内医療機関や地域包括支援センター、区役所等に市民啓発リーフレット「上手なお医者さんのかかり方」を計40,000部配布し、設置します。また、市民・患者向け講演会や地域ケアプラザ等での出前講座に代わる配信動画を作成し、市民及び医療機関の医療コミュニケーションに対する意識向上を図るとともに、市民・患者が主体的に治療に参加できることを目指します。	1,221千円	-	◎	◎	-	-	-	○	○	◎	◎	◎		989千円	
11	方向性2	経済局 区地域振興課	継続	地域活動実践力強化研修	地域における消費者市民社会についての啓発講座や情報提供、高齢消費者の見守り・啓発等を実施するとともに、地域団体や福祉関係団体等との連携・調整・コーディネート力をつけるための研修を実施し、地域活動実践力を身に付けた。担い手を創出する。	・地域の人口構成、歴史等の地域情報や自治会・町内会、民生委員、地区社会福祉協議会、NPO等の地域活動状況、地域に入っていくための効果的な手法等の習得等。地域におけるコーディネータ的な活動にむけた実践力をつけるための研修を行う。 ・講師:地域活動コーディネーターや消費者団体等	1,000千円	◎	◎	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>2区をモデル区として実施する。</li> <li>地域の人口構成、歴史等の地域情報や自治会・町内会、民生委員、地区社会福祉協議会、NPO等の地域活動状況、地域に入っていくための効果的な手法等の習得等、地域におけるコーディネータ的な活動にむけた実践力をつけるための研修を行う。</li> <li>講師:地域活動コーディネーターや消費者団体</li> </ul>	1,000千円 区への予算配付@500千円×2区	<ul style="list-style-type: none"> <li>港北区にて実施【実施内容】令和4年1月12日(水)13:00~14:30</li> <li>民生委員に向けて、消費生活推進員から活動紹介と、各地区代表の紹介、地域振興課の職員から成年年齢引き下げ等の説明を実施し、困ったときに助け合える関係づくりを行うとともに、消費生活総合センターの相談員から消費者被害に合わないための対策や高齢者見守りに関するの講義を行い、地域見守り活動の意義について互いに認識を深めた。</li> </ul>
12	方向性2	経済局 推進員制度運用区	継続	消費生活推進員による地域での消費者啓発	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。	3,411千円	○	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>地区代表活動費の助成、区代表との連絡調整会議、段階的な研修の開催、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、地区活動用の啓発教材・物品の購入及び作成、活動活性化モデル事業を行う。</li> </ul>	3,100千円	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域での消費者被害未然防止啓発講座開催回数 233回</li> <li>参加人数 10,813人</li> <li>(参考)推進員数1,192人</li> </ul>	
13	方向性2	経済局	継続	消費者被害防止出前講座	消費者被害防止に関する講師を派遣し、地域の講座に講師を派遣する。	消費者被害の視点を持った見守り活動を推進するため、消費生活推進員をはじめとする自治会町内会や、民生委員等が実施する研修や、高齢者の方を対象とした行事(昼食会やサロン等)に消費者被害防止に関する講師を派遣地域の講座に派遣する。	2,000千円	-	◎	-	-	-	-	-	-	-	◎	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者被害の視点を持った見守り活動を推進するため、消費生活推進員をはじめとする自治会町内会や、民生委員等が実施する研修や、高齢者の方を対象とした行事(昼食会やサロン等)に消費者被害防止に関する講師を派遣地域の講座に派遣する。</li> </ul>	1,400千円	(報酬費) 元消費生活推進員等の講師を地域に派遣し、高齢者の消費者被害防止をテーマとした講座を実施。 開催回数 11回 参加人数 260人
14	方向性2	消費生活総合センター	継続	消費生活情報よこはま暮らしナビ「月次相談レポート」	相談事例をコンパクトにまとめ、公的機関や地域等へ配布	・毎月25日、21,500部作成(8月、12月は11,000部) ・区役所、学校、高齢者利用施設等へ11,000部配布 ・各区の自治会・町内会へ11,000部配布(掲示板に掲示等)	2,465千円	◎	◎	◎	◎	-	-	-	◎	◎	◎	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>毎月25日、22,000部作成(8月、12月は11,000部)</li> <li>区役所、学校、高齢者利用施設等へ11,000部配布</li> <li>各区の自治会・町内会へ11,000部配布(掲示板に掲示等)</li> </ul>	2,465千円	<ul style="list-style-type: none"> <li>242,000部作成、配布</li> <li>毎月、各区自治会町内会(掲示板等)用とあわせて22,000部配布。(8月、12月は11,000部)</li> </ul>



令和4年度横浜市消費者教育推進計画 抜粋(令和3年度実績等追加版)

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						【参考】令和3年度の取組(事業計画時点)	【参考】令和3年度予算額	令和3年度実績	
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期					
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「衣類をもりたい人」の橋渡しをすることで、ゴミを減らし、再利用、再生利用する3R行動の普及・啓発をする。			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	年2回程度、環境事業推進委員と協働で実施。	50千円	新型コロナウイルス感染症流行防止の観点から中止
32	方向性2	青葉区地域振興課	R4廃止	消費生活教室	消費生活上につながる講演会の開催			-	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	令和3年度7月30日開催予定 テーマ「健康食品の基礎知識」	0円	健康食品に関して、怪しげな勧誘・広告に迷わせないための基礎知識を学ぶ講演会を実施しました。	
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	-	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎		実施予定	0円	令和4年3月14日から、消費生活推進員の紹介及びクーリングオフ等に関するパネル展示を区役所で実施。	
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提示することで、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	-	◎	◎	-	-	-	○	◎	◎	◎	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円	貼り替え作業:毎月1回 交渉成立件数(3月16日現在) ゆずります:86件 ゆずってください:11件	
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	○	◎	◎	○	-	-	-	◎	◎	◎	・栄区消費生活講演会の開催 テーマ:未定	40千円	新型コロナウイルス感染症流行防止の観点から中止	
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	-	◎	-	-	-	-	-	○	-		実施予定	100千円	コロナのため中止	
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	-	◎	-	-	-	-	-	○	-		調整中	155千円	新型コロナウイルス感染症流行防止の観点から中止	
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み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	-	◎	-	-	-	-	-	○	○		実施予定なし	0千円	未実施	
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、マイバン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	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎	①プラごみ削減キャンペーンの実施 ②3R夢クッキング講座等の開催(18区)	①1,655千円 ②510千円	■プラごみ削減キャンペーンの実施(6/1~6/30) ・店頭啓発(4回) ・ワークショップの開催(54組) ・セブンイレブンレジ横・駅・市庁舎サインage掲出(6/1~6/24) ・家庭での実践講座の開催(4回 142人)	
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 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付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	-	◎	◎	◎	-	-	-	○	○	◎	・(予定)ICT活用によるケアプラザ向けテレビ電話(リモート)相談のテスト実施 ・(予定)消費生活推進と地域ケアプラザとの「ゆるやかなつながり」(意見交換会)実施 ・(予定)横浜地域ケアプラザ及び横浜市消費生活総合センター連携会議の開催 ・ケアプラザ専用電話番号周知のためチラシを配布 ・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)	2,500千円	・東永谷ケアプラザの出前講座にてリモート相談のデモンストレーションを実施 ・東永谷ケアプラザ発行「ふれあいの丘」記事掲載 ・東永谷ケアプラザ発行「てまりだより」記事掲載 ・ケアプラザ専用電話番号周知のためチラシを配布 ・港南区役所(福祉保健課・高齢・障害支援課・地域振興課)との情報交換	
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	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	・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	178千円	【展示・情報資料室】 ・ビデオ・DVD605巻、図書4,021冊所蔵 ・貸出実績:ビデオ・DVD91巻、図書41冊 ※配架用図書28冊、DVD1巻購入	
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	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎	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	・地域ケアプラザ等主催 ・9回、116人	
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	-	◎	◎	-	-	-	-	○	○	◎	・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	・高齢者被害防止及び見守りのリーフレット12,000部を作成し、地域ケアプラザや民生委員等に配布 ・市内の11病院に高齢者見守りリーフレット2,100部を配布(4月)	
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)	-	-	◎	◎	-	-	-	-	○	○	◎	引き続き対応(No.40の事業のひとつ)	-	・出前講座にてリモート相談のデモンストレーションを実施 ・東永谷ケアプラザ発行「ふれあいの丘」記事掲載 ・東永谷ケアプラザ発行「てまりだより」記事掲載 ・港南区役所(福祉保健課・高齢・障害支援課・地域振興課)との情報交換 ・ケアプラザ専用電話番号周知のためチラシを配布	
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	○	◎	◎	-	○	○	○	◎	◎	◎	・地域情報誌へ架空請求等への注意喚起及び消費生活全般に係る啓発記事を掲載する。	55千円	1回実施。(5月号及びWeb掲載)	
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	-	◎	-	-	○	○	○	○	◎	◎	1地区上限30,000円×15地区	450千円	1地区上限30,000円×15地区	
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	-	◎	-	-	○	○	○	◎	◎	◎	33,000円×1団体	43千円	2,000円/人×20人=40,000円を交付	

令和4年度横浜市消費者教育推進計画 抜粋(令和3年度実績等追加版)

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							【参考】令和3年度の取組(事業計画時点)	【参考】令和3年度予算額	令和3年度実績	
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生	高校生	大学・専門学校等	成人期	若者	成人一般				高齢期
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	-	◎	◎	-	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎			区役所職員及び港北図書館職員が協力して港北図書館でパネル展示を実施。啓発講座は中止。
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	-	◎	◎	-	-	○	○	○	◎	◎	◎				
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	-	◎	-	-	○	○	○	◎	◎	◎	◎		940千円	・地区活動助成金(18地区) 720千円 ・戸塚区消費生活推進員の助成金 185千円 ・委嘱式関連経費 30千円 ・職員出張旅費 5千円	
51	方向性3	教育委員会事務局 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。	健康福祉局と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	◎	○	○	○	○	○	○	○	○	○	◎		0円	・横浜市教育委員会のインターネット上に障害児向け消費者教育の教材、出前講座などの情報を掲載したページを作り、特別支援学校等が、在籍生徒の状況に合わせて活用できるようにする。 ・特別支援学校における消費者教育に関する生徒向け出前講座を実施する。	庁内連携による、障害のある児童生徒に分かりやすい啓発資料の作成に向けた検討を進めた。その他、高等特別支援学校に講師を派遣し、成年年齢引き下げに伴う消費者被害防止に関する生徒向け出前講座を実施(1回 46人)
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)横浜市消費者協会と協定事業、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	◎	○	○	○	-	-	-	◎	◎	-	-		0円	・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啓発事業、教材開発などの企画の実習を行う。 ・(公財)横浜市消費者協会と協定事業、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。 (令和3年度は新型コロナウイルス流行のため休止)	令和3年度は新型コロナウイルス流行のため中止
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	◎	○	○	-	-	◎	◎	-	-	-	-		1,853千円	・教育委員会事務局との連携の元、市立小中義務教育学校、高等学校及び特別支援学校へ専門家講師を派遣し、消費者教育に関する講義を行う。 ・2022年(令和4年)4月施行の成年年齢引き下げを見据え、「成年年齢引き下げに伴う消費者トラブル未然防止」について、市立中学校及び高等学校を対象にメニューを拡充して実施する。	実施前に市立学校あてにチラシの配布等を行い講座を周知した。主に小学校で計26回開催し、2,496人が受講した
54	方向性4	経済局	継続	消費者市民社会啓発事業(エンカル消費)	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	-	◎	-	-	-	-	○	◎	◎	◎			60千円	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。	令和3年度は新型コロナウイルス流行のため中止 令和4年度の実施に向けた庁内調整を行った
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	◎	◎	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎			729千円	新型コロナウイルス感染症流行防止の観点から中止(2月25日(緑区・緑公会堂))
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「福祉よこほま」に広告掲載。	461千円	◎	◎	○	-	-	-	-	◎	◎	◎	◎			461千円	・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「福祉よこほま」に広告掲載。
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	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	-	-			出前講座(地域団体等)で一括で計上	・派遣なし
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	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	-				45千円	横浜総合高校の総合学習授業の一環として行われた「横総生に「オフラー」です」を南区役所地域振興課とともに参加し、消費生活トラブル・特殊詐欺の現状をレクチャーし、生徒がプレゼンするポスターセッションに反映させた教職員・生徒への啓発を実施(10月～1月26日)、ドキュメンタリー動画を制作し3月10日より公開
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で紹介し、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	◎	-	-	-	-	◎	-	-	◎	◎	-			0円	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)
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固りながら)	231千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	◎	◎	◎			347千円	・区と共催で5回実施 参加者374名(新型コロナウイルス感染症拡大防止のため4回中止) ・実施したテーマは、高齢者専用ホームの基礎知識、健康食品の基礎知識、不当架空請求トラブルにあわないために、加速するキャッシュレス決済の行方。
61	方向性4	消費生活総合センター 市内老人クラブ連合会 ウイニング横浜 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	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎				・3600千円(シニア大学全体)20千円(負担金収入あり)	・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) ・各種団体への講師派遣(3回)
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	-	-	-	◎	-	-	-	-	◎	◎	-			出前講座(地域団体等)で一括で計上	・新入社員研修等への講師派遣 ・6回 144人(負担金収入91,428円)
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	◎	○	-	-	-	-	◎	◎	○	-				340千円	・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・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 ・岩崎学園 横浜デジタルアート専門学校と協定書を締結し、授業の一環として若者向け啓発デザインを作成・提供を受け、若者向け啓発物を作成・配布。 ・「計量・啓発」イベントにおいてデザイン協力を得て若者向け啓発物作成・配布。





令和4年度横浜市消費者教育推進計画 抜粋(令和3年度実績等追加版)

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					【参考】令和3年度の取組(事業計画時点)	【参考】令和3年度予算額	令和3年度実績				
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生	高校生	大学・専門学校等	成人期							
																若者				成人一般	高齢期		
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き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て実施します。	150千円	◎	-	○	-	-	◎	-	-	-	-	-	-	【水道局】 ・各水道事務所では、水道事業への信頼や理解を深めていただくため、区民まつりなどの各種イベントに参加するとともに、地域の特性に合わせたイベントを企画・実施し、水道局のPRを行います。 ・小学校4年生の社会科の授業の一環として、水道への興味と一層の理解を深めてもらうことと、水道水の安全性や水質の良さを理解してもらうことを目的として、出前水道教室及び出前水道講座を実施しています。 ・令和2年度は、新型コロナウイルス感染症拡大予防の観点から、出前水道教室、出前水道講座、区民まつりなどのイベントへの参加を中止しました。令和3年度は、出前水道講座、区民まつり等のイベントへの参加は中止し、出前水道教室は動画を活用した授業を実施しながら、継続します。	752千円	1 出前水道教室 実施回数 117回 参加者数 9,610人 2 市立小学校4年生へのパンフレット配布部数 29,066部 3 YouTube掲載動画再生回数 20,328回(令和4年3月31日現在)	
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	◎	-	○	-	-	◎	-	-	-	-	-	-	第19回はま菜ちゃん料理コンクールの開催 (本選は新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止) ・参加人数(応募総数)2,351点 ・作成数(募集チラシ)7,000、(参加賞等)2,400 ・発信回数(募集案内、結果発表、入選作品レシピ動画)3回	1,200千円		
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	◎	-	-	-	-	◎	-	-	-	-	-	-	①3R学習副読本の作成・配付 ②ヨコハマ3R夢！ポスターコンクールの実施	①1,839千円 ②101千円	ポスターコンクール応募者数(2,319人) ポスターコンクール作品募集実施回数(5回) 小学4年生向け副読本作成部数(34,000部)	
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	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	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 ②交通広告を活用した広報 ③地域情報紙等を活用した広報 市民向けパンフレット・リーフレット「ごみと資源の分け方・出し方」の発行	①300千円 ②1,728千円 ③222千円 ④4,290千円	①きれいなまちに2021英語版作成 ②「横浜環境ポスター」・「食品ロス削減PRポスター」作成(各184枚)	
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	◎	○	◎	-	○	◎	○	○	○	○	○	○	①主に小学校や町内会を対象とした工場見学会の実施及び工場イベントの開催 ②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	①1,091千円 ②500千円	①主に小学校や町内会を対象とした工場見学会の実施及び工場イベントの開催(新型コロナウイルス感染症の関係で小学校を対象とした工場見学会を主に実施)	
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 土壌混合の普及啓発	16,000千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	・食品ロス削減に向けた広報啓発の強化 ・「食」について考えるイベント等の開催 ・事業者と連携した食品ロス削減プロモーション ・フードバンク・フードドライブ活動の推進	23,852千円	・行動デザイン(ナッジ)を活用した飲食店における食品ロス削減実践実験の実施(2店舗) ・横浜F・マリノスと連携したコラボポスターの作成・掲示(1,310枚) ・市内小売店と連携したまえどりキャンペーンの実施(市内約800店舗) ・国際機関等と連携したオンラインイベントの開催(1回参加者約60人) ・啓発動画の作成(3本)・放映 ・無印良品港南台パースにおけるイベントの開催(1回約100人) ・食品ロス削減プロモーション協働事業におけるイベントの開催(4回) ・食品ロス削減プロモーション協働事業におけるメディアでの情報発信(5回) ・住民説明会・出前教室等の開催(231回※12月末時点) ・フードドライブ活動の推進(18区42箇所) ・土壌混合法講習会の開催(403回)
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	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	「食べきり協力店」事業について、さらなる認知度向上を図り、外食時における食品ロスの削減を進めます。 ※外食時の食品ロスを減らすために、小盛りメニューの導入や持ち帰りの実施など、食品ロス削減の取り組みを登録している飲食店等	1,181千円	・本市SNSにて、消費者へ「食べきり協力店」の紹介を実施(12回) ・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を掲載(2回、ポスター550枚) ・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。
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	◎	-	-	-	-	◎	◎	-	-	-	-	-	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	1,690千円	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	
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	-	◎	-	◎	-	-	-	-	-	◎	◎	-	・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。	3,700千円	・市職員や地域ケアプラザ職員等164名を対象に高齢者の消費者被害防止に関する研修動画を配信 ・横浜市営地下鉄とバス車の車内広告でそれぞれ3週間、市内映画館1か所1週間、高齢者の消費者被害防止のための見守り啓発動画を放映	
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	◎	-	◎	-	-	○	-	-	-	◎	◎	◎	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	本市ホームページ上での成人式案内とあわせて、保護者向け啓発ウェブサイト「あなたのお子さんは大丈夫? “18歳”が狙われる消費者トラブル」の周知を実施	
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い、20名の参加を予定	51千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎	「紫外線(UV)が肌」に与える影響と防止対策 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い、20名の参加を予定	51千円	10月15日 塩分をテーマとした基礎知識実習(14人)を実施 講師:管理栄養士 利波 美也子氏	
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	-	◎	-	-	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎	・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円	・令和3年度は4回開催 ・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



# 令和4年度横浜市消費者教育推進計画の策定状況

横浜市消費者教育推進計画は、本市の消費者教育にどのように取り組んでいくのかという方向性を定めた「横浜市消費者教育推進の方向性」に基づき、各所管で企画立案した事業の中からその方向性に沿った事業をとりまとめ、単年度計画としています。

本資料は、令和5年度計画の策定に向けて、令和4年度の横浜市消費者教育推進計画の策定状況や令和3年度の計画までの実績等をご確認いただき、拡充すべき事業や方向性等についてご意見いただくことを目的としています。

※資料中の昨年度以前の数値については、本資料作成時における集計方法の見直しや新たに判明した数値の反映などにより、昨年の集計結果と異なる場合があります。

令和4年度計画より、事業の掲載方法の整理を行ったため、主に経済局の掲載事業件数が減少していますが、実際の事業削減はありません。

## 1 計画の策定状況

### (1) 掲載事業数及び所管区局

複数の所管局が存在する事業もありますが、主たる所管局で数えています。

区局名	(参考) 令和3年度	令和4年度
経済局	23	10※
消費生活総合センター (公財)横浜市消費者協会	20	20
温暖化対策統括本部	1	2
国際局	1	0
こども青少年局	1	1
健康福祉局	3	5
環境創造局	3	4
資源循環局	8	8
水道局	1	1
教育委員会	3	1
交通局	1	0
鶴見区	4	4

神奈川区	1	1
西区	1	1
中区	1	1
南区	2	1
港南区	5	5
保土ヶ谷区	3	3
旭区	1	1
磯子区	6	6
港北区	4	6
緑区	3	2
青葉区	2	1
都筑区	1	2
金沢区	0	1
栄区	2	2
泉区	1	1
戸塚区	2	2
瀬谷区	2	2
合計	106	94

※令和4年度の経済局事業については、掲載方法の整理により、他機関との情報共有等の内部事務的性質が強い事業の削除や、利用対象別に掲載していた出前講座事業の一部統合等を行ったため、件数が減少しています。

**【計画の状況】**

廃止された事業もあるが、一方で新規事業も計画され、掲載方法の見直しによる経済局減少分（13件）を除くと若干の事業数増となっている。

## (2) 生活領域ごとの実施状況

※一つの事業で複数の生活領域にまたがる事業が多いため、事業数の合計と一致しない。

生活領域	令和3年度 事業割合 (事業件数※◎○合計)	令和4年度 事業割合 (事業件数※◎○合計)
学 校	20.2% (54件)	18.3% (43件)
地 域	34.8% (93件)	35.7% (84件)
家 庭	30.0% (80件)	31.1% (73件)
職 域	15.0% (40件)	14.9% (35件)
合 計	100% (267件)	100% (235件)

【参考】生活領域ごとの実施件数詳細

単位：事業

生活領域	分 布	令和元年度	令和2年度 (対前年度増減)	令和3年度 (対前年度増減)	令和4年度 (対前年度増減)
学 校	◎	35	34 (-1)	33 (-1)	27 (-5)
	○	20	21 (+1)	21 (0)	16 (-5)
地 域	◎	75	80 (+5)	83 (+3)	76 (-7)
	○	13	12 (-1)	10 (-2)	8 (-2)
家 庭	◎	43	48 (+5)	47 (-1)	46 (-1)
	○	37	34 (-3)	33 (-1)	27 (-6)
職 域	◎	19	18 (-1)	18 (0)	12 (-6)
	○	23	22 (-1)	22 (0)	23 (-1)

「生活領域」「年代」、の分類について

◎…事業の直接の対象

○…事業の間接的対象（例：教員研修の実施により、児童への消費者教育が推進される場合等）

【変化の状況】

掲載方法の整理の他、新規事業の計画等により、各領域ごとの割合に若干の増減はあるものの、「地域」向けの事業割合が一番高く、次いで「家庭」、「学校」、「職域」の順番となっている状況に変化はない。

### (3) 年代ごとの実施状況

※一つの事業で複数の年代にまたがる事業が多いため、事業数の合計と一致しない。

生活領域	令和3年度 事業割合 (事業件数※◎○合計)	令和4年度 事業割合 (事業件数※◎○合計)
幼児期	8.5% (40件)	8.2% (34件)
小・中学生期	11.7% (55件)	11.6% (48件)
高校生期	11.3% (53件)	10.8% (45件)
大学・専門学校等	11.7% (55件)	12.3% (51件)
若者	18.3% (86件)	18.6% (77件)
成人一般	20.0% (94件)	20.2% (84件)
高齢期	18.3% (86件)	18.3% (76件)
合計	99.8% (469件)	100% (415件)

【参考】年代ごとの実施件数詳細

単位：事業

年代	分布	令和元年度	令和2年度 (対前年度増減)	令和3年度 (対前年度増減)	令和4年度 (対前年度増減)
幼児期	◎	11	13 (+2)	13 (0)	9 (-4)
	○	30	28 (-3)	27 (-1)	25 (-2)
小・中学生期	◎	25	25 (0)	25 (0)	23 (-2)
	○	33	29 (-5)	30 (+1)	25 (-5)
高校生期	◎	22	24 (+1)	23 (-1)	22 (-1)
	○	32	29 (-5)	30 (+1)	23 (-7)
大学・専門学校等	◎	25	26 (+1)	27 (+1)	27 (0)
	○	28	29 (-1)	28 (-1)	24 (-4)
若者	◎	67	67 (-4)	72 (+5)	66 (-6)
	○	11	13 (+1)	14 (+1)	11 (-3)
成人一般	◎	74	73 (-6)	80 (+7)	72 (-8)
	○	12	12 (-1)	14 (+2)	12 (-2)
高齢期	◎	74	76 (-4)	79 (+3)	72 (-7)
	○	7	7 (0)	7 (0)	4 (-3)

#### (4) 方向性ごとの実施状況

消費者教育推進の方向性の5つの方向

方向性 1	効果的な情報発信の強化
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
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
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
方向性 5	担い手の育成、協働の推進、関連分野との連携

方向性	令和4年度事業数	事業割合
方向性 1	10 件	10.6 %
方向性 2	27 件	28.7 %
方向性 3	12 件	12.8 %
方向性 4	36 件	38.3 %
方向性 5	9 件	9.6 %
合計	94 件	100 %

【参考】令和3年度集計結果

単位：事業

方向性	平成30年度	令和元年度 (対前年度増減)	令和2年度 (対前年度増減)	令和3年度 (対前年度増減)
方向性 1	36	37 (+1)	36 (-1)	37 (+1)
方向性 2	26	27 (+1)	27 (0)	29 (+2)
方向性 3	14	16 (+2)	16 (0)	17 (+1)
方向性 4	47	49 (+2)	52 (+3)	57 (+5)
方向性 5	37	37 (+0)	36 (-1)	40 (+4)

※令和3年度までは、各事業に対して関連する方向性は全て紐付けて集計していたが、令和4年度は、各事業に対して最も合致する方向性1つのみ紐付けて集計することとしたため件数が減少している。

【計画の状況】

「方向性4」に属する事業の割合が一番高く、次いで「方向性2」、「方向性3」、「方向性1」、「方向性5」の順番となっている。

## 2 令和3年度の実績

項目	令和3年度実績値 (令和2年度実績値) ※	令和3年度事業数 (令和2年度事業数) ※
① 開催回数	2,417回 (1,530回)	55事業 (68事業)
② 参加人数	74,921人 (61,136人)	48事業 (44事業)
③ 作成数	596,255部 (824,700部)	27事業 (15事業)
④ 配信回数	20,635回 (341回)	24事業 (1事業)

※令和2年度実績値および事業数については、令和3年度とは異なる基準で計上・集計されているため、あくまで参考値とする。

### 【参考】令和3年度 各項目の集計基準と令和2年度からの変更点

- |       |  |
|-------|--|
| ①開催回数 | ：講座・研修・講演会・イベント等の開催回数を計上。(対面・オンライン問わず。)<br>※オンライン形式での開催も計上するよう変更 |
| ②参加人数 | ：参加者数について、延べ人数で計上。(対面・オンライン問わず。)<br>※オンライン形式での参加者も計上するよう変更       |
| ③作成数  | ：啓発物(冊子・グッズ等)を実際に作成した部数を計上。<br>※印刷物に限らず計上するよう変更                  |
| ④発信回数 | ：動画・広告・SNS・ホームページ等での発信回数を計上。<br>※消費生活総合センターからの発信に限らず計上するよう変更     |

上記項目について、令和2年度までは各事業所管課が記載した事業実績の文章をもとに、事務局にて件数を抽出し集計していたが、令和3年度からは各事業所管課からの各項目の件数も事前に計上のうえ、実績報告を受けて集計しています。

### 【変化の状況】

令和3年度は①開催回数および②参加人数が増加した。これは講座等の対面実施の一部再開の他、オンライン形式での開催も増加したことが要因になっているものと考えられる。関連して、③作成数は減少しており、④配信回数については実施実績の回答が増加していることから、動画・広告・SNS・ホームページ等によるオンライン形式事業の必要意識が高まっているものと考えられる。



## 第 13 次横浜市消費生活審議会

## 公募委員選考部会報告書

目的	<p>審議会において、消費者を代表する委員の一部を市民からの公募による委員とすることにより、市民の立場からの意見及び提案等を政策形成過程に活用するとともに、審議会を市民に開かれたものとし、市民との協働による消費者行政の実現を図ることを目的とする。</p> <p>(第 6 次横浜市消費生活審議会から実施)</p>	
構成委員 (◎は部会長)	<p>◎ 河合 直美 委員 花田 昌士 委員</p>	
開催状況	開催年月日	令和 4 年 8 月 3 日 (水)
	第 1 回 議 題	<p>(1) 部会長・会議録確認者の選出について</p> <p>(2) 応募者の選考について</p>
選考結果概要	募集結果	◎15 名 (男性 13 名、女性 2 名) ※前回 13 名
	選考結果	1 名
今後の予定	部会開催予定	なし
	開催予定時期	—
	審議内容等 (予定)	—

# 第 14 次横浜市消費生活審議会 市民委員募集の概要

## 1 応募資格

消費者問題に関心があり、平日の昼間に開催される会議に出席できる、次の要件をすべて満たす方。

- (1) 基準日（令和4年7月6日）に満18歳以上の方。
- (2) 横浜市内に住所を有する方。
- (3) 過去に横浜市消費生活審議会委員を委嘱されたことがない方。
- (4) 基準日に、横浜市の他の審議会等委員を委嘱されていない方。
- (5) 国又は地方公共団体から報酬又は給与の支払いを受けていない方  
(臨時的に謝礼等の支払いを受ける場合を除く。)

## 2 募集について

- (1) 周知方法 各区区政推進課広報相談係・市民局市民情報室にて募集案内配布（6月6日から）  
市のホームページに掲載（6月6日から）  
神奈川新聞 市政広告枠「市民の広場」に掲載（6月8日）  
広報よこはま はま情報 募集欄に掲載（6月号）  
横浜市消費生活総合センター「週刊はまのタスケ・メール」に掲載（6月10日）

- (2) 募集期間 令和4年6月6日（月）から 令和4年7月6日（水）まで

- (3) 応募方法 郵送、持参、ファックス、電子メール

### (4) 募集結果

ア 応募者数	15名（男性13名、女性2名）	※前回13名
イ 応募方法	郵送	5通
	電子メール	9通
	FAX	1通