

第 14 次第5回横浜市消費生活審議会

議事次第

令和6年5月23日（木）14時00分～15時30分
横浜市役所 18階共用会議室みなと4

1 開 会

2 議 題

- (1) 会議録確認者の選出について
- (2) 令和6年度「横浜市消費者教育推進計画」について
- (3) 第14次第1回横浜市消費者被害救済部会の報告について
- (4) デジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組 意見書骨子
について
- (5) その他

3 閉 会

【資料】

- 資料1 第14次横浜市消費生活審議会委員名簿
- 資料2-1 令和6年度横浜市消費者教育推進計画
- 資料2-2 令和6年度重点該当事業
- 資料3-1 第14次審議会意見書骨子

第14次横浜市消費生活審議会委員名簿

令和6年4月1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 | おの ひとし 小野 仁司 | 神奈川県弁護士会 |
| 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 | さくらい ともこ 櫻井 智子 | 横浜市消費生活推進員前旭区代表 |
| 6 | さとう ひろのぶ 佐藤 博信 | 市民委員 |
| 7 | しみず ゆりこ 清水 百合子 | 横浜市消費者団体連絡会 |
| 8 | しろた たかこ 城田 孝子 | 神奈川県弁護士会 |
| 9 | 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 |
| 10 | ほそかわ こういち 細川 幸一 | 日本女子大学家政学部元教授 |
| 11 | みやかわ こうし 宮川 鋼士 | 横浜商工会議所 |
| 12 | 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

令和6年度横浜市消費者教育推進計画

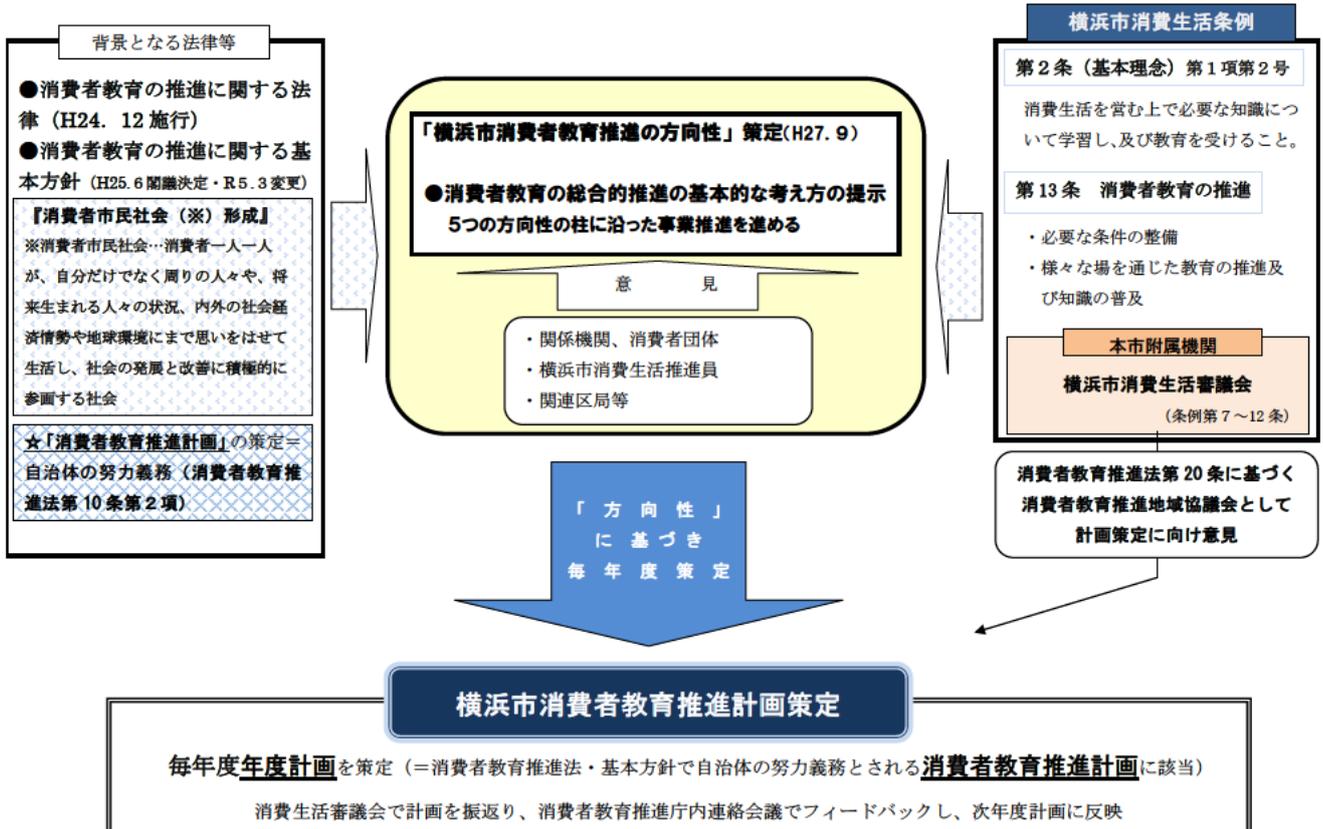
横浜市経済局

令和6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

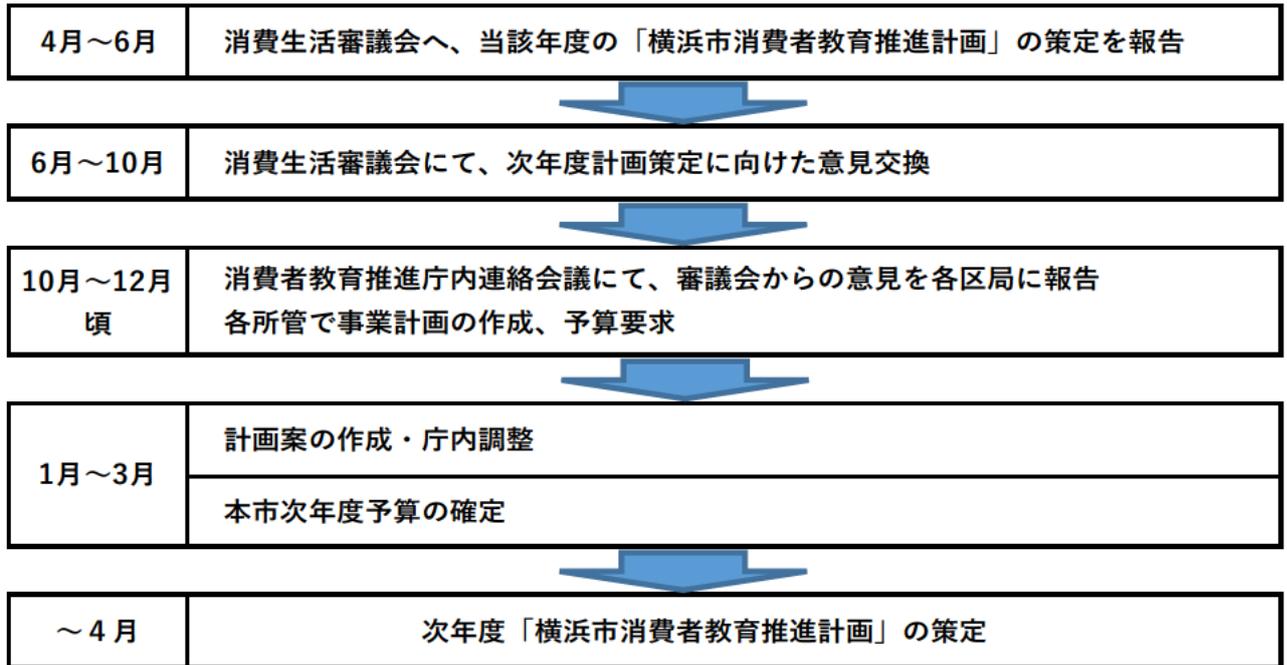


計画の推進

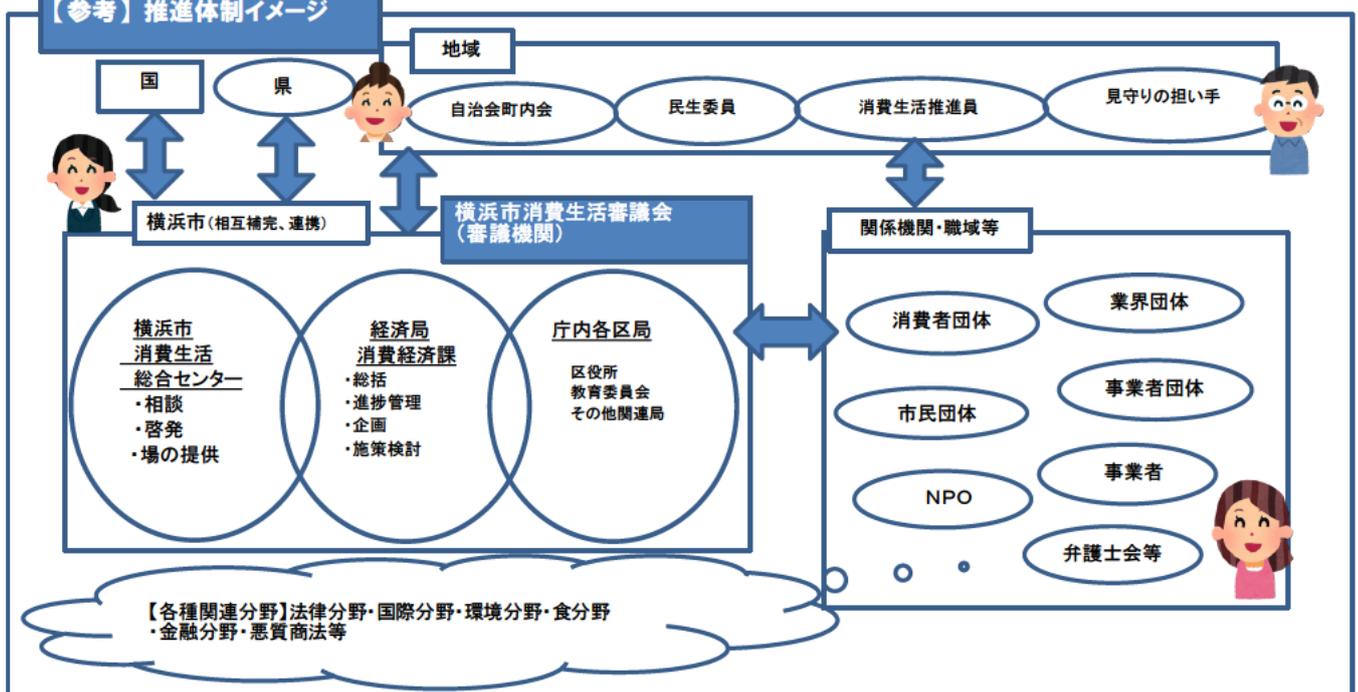
庁内関係局が予算化した消費者教育関連事業について、消費者教育推進の視点及び「方向性」を踏まえて取りまとめ、単年度の本市消費者教育推進計画として確定します。

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。（令和5年4月1日現在の横浜市消費生活推進員数…993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6年度重点取組事項

横浜市の消費者教育推進において、社会情勢の変化等を踏まえ、これまでの取り組みに加えて新たに必要になる視点や、引き続き取り組むべき事項、拡充することが望ましい取組等を、令和6年度の重点取組事項として次のとおり定めます。

1. 若年層の消費者被害防止に向けた取組

令和4年に成年年齢が18歳に引き下げられてから、約2年が経過しました。新成人等の当事者のみならず、より早期の年代からの消費者教育の実施や、教員・保護者等の周囲の方々を対象とした啓発の実施など、若年者の被害防止に引き続き取り組みます。

【取組の例】

- 様々な媒体・機会を活用した、若年層の消費者被害に関する周知・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. 地域一体となった様々な消費者教育・啓発等の取組

地域で活動する消費生活推進員や福祉関係者、事業者等と連携した消費者教育・啓発等の取組により、知識・情報の普及を図るとともに消費者に必要なリテラシーの向上を目指します。

また、消費者被害の未然防止に向けた取組にとどまらず、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・啓発などを通して、持続可能な社会の形成に向けた取組も進めます。

【取組の例】

- 消費生活推進員等による地域での活動・連携の促進
- 悪質商法防止のための啓発や相談窓口の周知
- エシカル消費等の環境に配慮した消費行動に関する啓発

3. 緊急時における消費者被害等の防止に向けた取組

近年発生した、新型コロナウイルスに便乗した悪質商法など、災害発生時や感染症拡大時といった緊急時において発生する消費者被害やトラブルへの対応は、重要な課題です。

これに対応した教育や啓発等に平時から取り組むことで、消費者被害等の未然防止に努めるとともに、緊急時においても消費者の安全安心を確保できる体制の構築を目指します。

【取組の例】

- 緊急時に発生する消費者被害等に特化した知識向上のための教育・啓発
- 緊急時における迅速な情報発信等に向けた体制の整備

令和6年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

| No. | 方向性の柱 | 所管・関連 | 継続/新規/廃止 | 施策・事業名 | 事業概要 | 令和6年度の取組(事業計画) | 令和6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 | 経済局消費経済課 | 継続 | 悪質商法対策事業 | 悪質商法を含む悪質商法の未然防止を呼び掛けるとともに消費生活総合センターの相談窓口を啓発する動画を各所で放映することで、悪質商法を含めた悪質商法の未然防止と早期発見を図る。 | 悪質商法を含む悪質商法の未然防止と消費生活総合センター相談窓口を啓発する啓発動画を新たに作成し、各種SNS広告を中心に放映する。 | 4,000千円 | ○ | ◎ | ○ | ○ | — | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 2 | 方向性1 | 経済局消費経済課 | 継続 | 緊急時に備えた消費者教育 | 第13次横浜市消費生活審議会報告に基づき、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向け、平時から自然災害や感染症拡大時などの緊急時に対する意識を高め、備えを促すための消費者教育を行う。 | 地震や風水害などの緊急事態に発生しやすい消費者トラブルに関する注意喚起として、よくある事例や被害に遭わないためのポイントをまとめたリーフレットの配布や、ごみ収集車の音声放送を活用した発信による啓発を実施。 | 450千円 | ◎ | ◎ | ○ | ◎ | — | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 3 | 方向性1 | 経済局消費経済課 | 継続 | 若年層向け消費者教育事業 | 消費者教育の一環として成年年齢引下げを踏まえた、若年層向けの消費者教育を行う。 | 二十歳の市民を祝う集いでの啓発動画放映や、若年層向け啓発冊子の配布など、様々な機会を活用した啓発を実施する。 | 12千円 | ○ | ◎ | ○ | — | — | ○ | ○ | ◎ | ○ | ○ | — |
| 4 | 方向性1 | 消費生活総合センター | 継続 | 若者向け情報提供 | 若年層が消費者被害に遭わないよう注意喚起するための啓発物品等の作成・配付、啓発動画の制作・放映 | 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、広告枠で若者向け啓発活動を行う。 | 2,760千円 | ◎ | ○ | ○ | — | — | — | ◎ | ◎ | ◎ | — | — |
| 5 | 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 X(旧Twitter)等により被害事例や講座情報を随時発信 | 6,085千円 | ○ | ◎ | ◎ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 6 | 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 | 180千円 | — | ◎ | ◎ | — | ○ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 7 | 方向性1 | 保土ヶ谷区地域振興課 | 継続 | よこはまくらしナビの配布 | よこはまく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「よこはまくらしナビ」を送付し、掲示を依頼します。 | 0千円 | ○ | ◎ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 8 | 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。 | 防犯啓発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 | ○ | ◎ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |

令和6年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

| No. | 方向性の柱 | 所管・関連 | 継続/新規/廃止 | 施策・事業名 | 事業概要 | 令和6年度の取組(事業計画) | 令和6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 |
| 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7年3月に7,500部発行し、区内自治会に班回覧を依頼する。 | 192千円 | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | ○ | ○ | ◎ | ◎ |
| 10 | 方向性1 | 医療局医療安全課 | 継続 | 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。 | ・「相談窓口リーフレット」を刷新し、計4000部印刷し、地域ケアプラザ等に配布する。また他にも、「患者啓発リーフレット」、「歯医者さんへの上手なかかり方」、また「相談窓口リーフレット(わかりやすい版)も昨年度に引き続き、配布する。 ・コロナウイルス感染症防止のため中止していた出前講座を昨年度から再開し、地域ケアプラザ等に訪問し講演を行う。 ・市民向け講演会を実施し、医療契約の理解や医療コミュニケーションの向上を促し、市民の主体的な医療への参加を目指す。 | 1,055千円 | - | ◎ | ◎ | ○ | - | - | - | ○ | ○ | ◎ | ◎ |
| 11 | 方向性2 | 経済局消費経済課 区地域振興課 | 廃止 | 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。 | No.82「地域の見守りネットワーク担い手確保事業」に統合 | 0千円 | ○ | ◎ | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ |
| 12 | 方向性2 | 経済局消費経済課 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など、地域に向けた情報発信支援を行う。あわせて、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 | 3,501千円 | ○ | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 13 | 方向性2 | 経済局消費経済課 | 継続 | 地域の消費者被害未然防止出前講座 | 地域で開催される研修や講座、高齢者等を対象とした行事の場に講師を派遣し、消費者被害防止に向けた講座を開催する。 | 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)に消費生活相談員等の講師を派遣し、消費者被害防止に関する講座を実施する。 | 1,500千円 | - | ◎ | - | - | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ |
| 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くらしナビ「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、21,000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10,000部配布(掲示板に掲示等) | 3,624千円 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 15 | 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くらしナビ「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した情報紙を発行 | ・季刊(年4回)、各10,000部作成・配布 ・区役所、学校、高齢者利用施設等に配布 | 1,855千円 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |

令和6年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

| No. | 方向性の柱 | 所管・関連 | 継続/新規/廃止 | 施策・事業名 | 事業概要 | 令和6年度取組(事業計画) | 令和6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 | |
| 16 | 方向性2 | 消費生活総合センター | 継続 | 出前講座(地域団体等) | 消費生活推進員や自治会・町内会などが開催する悪質商法に関する勉強会などへ講師派遣 | 被害未然防止と早期解決を図る地域団体、区役所等への講師派遣 | 127千円 他の出前講座と一括で計上 | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ |
| 17 | 方向性2 | 消費生活総合センター | 継続 | 地域の担い手養成セミナー | 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、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 | 年1回、1コマ(座学) | 6千円 | - | ◎ | ○ | - | - | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ |
| 18 | 方向性2 | 鶴見区地域振興課 | 継続 | 鶴見区消費生活セミナー | 消費生活に関わる講演会の開催 | 年1回実施 | 20千円 | - | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 19 | 方向性2 | 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品作成 | 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。啓発物品を作成、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。 | 100千円 | - | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 20 | 方向性2 | 中区地域振興課 | 継続 | 消費生活推進員活動事業(旧:エコ・食・暮らし安心風土広め隊) | 暮らし(消費生活)に関する区民の関心を高め、各家庭や地域での取組みを盛り上げるにより、区民自らが「未来を見据えた賢い暮らしの行動を選択」する安心風土の醸成を図ります。 | ①消費生活推進員の育成 ②消費生活推進員による地区活動への支援 ③消費生活推進員啓発事業への支援 | 860千円 | ○ | ◎ | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ |
| 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 | 6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 | こどもたちを対象に、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、区役所会議室にて実施予定 | 10千円 | ○ | ◎ | ◎ | - | - | ◎ | - | - | - | - | - | - |

令和6年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

| No. | 方向性の柱 | 所管・関連 | 継続/新規/廃止 | 施策・事業名 | 事業概要 | 令和6年度の取組(事業計画) | 令和6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 | |
| 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2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 | 10千円 | - | ◎ | ○ | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 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。 | 令和6年度は消費生活総合センターより、前年度未実施の区を優先して行うとの連絡を受けたため、6年度の事業は中止となります。 | 0千円 | - | ◎ | ◎ | - | ○ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 29 | 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の見守り活動を通して、消費生活クイズや紙芝居、広報物等を利用して消費者被害未然防止啓発を行う。 | 820千円 | - | ◎ | - | - | - | - | - | - | - | - | ○ | ◎ |
| 30 | 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 | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | ○ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |

令和6年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

| No. | 方向性の柱 | 所管・関連 | 継続/新規/廃止 | 施策・事業名 | 事業概要 | 令和6年度の取組(事業計画) | 令和6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 | |
| 31 | 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して、消費者の意識向上を図る。 | 栄区消費生活講演会の開催 日時・内容:未定 | 30千円 | ○ | ◎ | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 32 | 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。 | ・施設見学会(予定) | 100千円 | - | ◎ | - | - | - | - | - | - | - | - | ○ | - |
| 33 | 方向性2 | 瀬谷区地域振興課 | 廃止 | 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。 | 未定 | 0千円 | - | ◎ | - | - | - | - | - | - | - | - | ○ | - |
| 34 | 方向性2 | 資源循環局3R推進課 | 継続 | 環境に配慮した行動の推進 | 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実践行動に向けた広報啓発 | ①小売店等と連携した広報啓発の実施(569千円) ②場面に応じた実践行動の啓発(予算額はNo74に含めて計上) | 569千円 | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ |
| 35 | 方向性3 | 経済局消費経済課 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 | 288千円 | - | ◎ | ○ | ◎ | - | - | - | - | - | ○ | ○ | ◎ |
| 36 | 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 | 356千円 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 37 | 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 | No16出前講座(地域団体等)で一括で計上 | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ |
| 38 | 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、出前講座等を通じて配布 | 124千円 | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | - | - | ○ | ○ | ◎ |

令和6年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

| No. | 方向性の柱 | 所管・関連 | 継続/新規/廃止 | 施策・事業名 | 事業概要 | 令和6年度取組(事業計画) | 令和6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 | |
| 39 | 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. 37「高齢者利用施設への講師派遣」の事業のひとつ) | 0千円 | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | - | - | ○ | ○ | ◎ |
| 40 | 方向性3 | 西区地域振興課 | 廃止 | 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。 | - | 0千円 | ○ | ◎ | ◎ | - | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 41 | 方向性3 | 南区地域振興課 | 継続 | 消費生活推進員による地域での出前講座の実施。 | 消費生活推進員が地域に出向き、消費者被害等についてわかりやすく紹介する。 | 地域の老人会や茶話会に出向き、寸劇や紙芝居などを用いて、消費者被害等についてわかりやすく紹介する出前講座を実施する。 | 245千円 | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | - | - | ○ | ◎ | ◎ |
| 42 | 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 | - | ◎ | - | - | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 43 | 方向性3 | 港北区地域振興課 | 継続 | 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展示及び関連チラシを配架。 | 0千円 | - | ◎ | ◎ | - | - | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 44 | 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 | - | ◎ | - | - | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 45 | 方向性4 | 経済局消費経済課 | 継続 | 学校向け消費者教育出前講座 | 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等へ派遣する、消費者教育出前講座を実施する。 | 最新の消費者トラブル等を中心とした様々な事例をテーマにした出前講座を、市内小・中学校、高校、特別支援学校や放課後児童健全育成事業所等を対象に実施する。 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、エシカル消費 等 | 850千円 | ◎ | ○ | ○ | - | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | - |
| 46 | 方向性4 | 経済局消費経済課 | 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(エシカル消費)に関するイベントを実施する。 | 852千円 | - | ◎ | - | - | - | - | - | - | ○ | ◎ | ◎ | ◎ |

令和6年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

| No. | 方向性の柱 | 所管・関連 | 継続/新規/廃止 | 施策・事業名 | 事業概要 | 令和6年度の取組(事業計画) | 令和6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 |
| 47 | 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 港南区共催 | 584千円 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ |
| 48 | 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 | ◎ | ◎ | ○ | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 49 | 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 | No16出前講座(地域団体等)で一括で計上 | ◎ | - | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | - | - |
| 50 | 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。 | 成年年齢引下げに伴い、消費者被害に遭わないよう注意喚起するための講座を実施(市立東高校プレミアムプログラム参加) | No54大学等との連携で一括で計上 | ◎ | - | - | - | - | - | ◎ | - | ◎ | ◎ | - |
| 51 | 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円 | ◎ | - | - | - | - | ◎ | - | - | ◎ | ◎ | - |
| 52 | 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6回実施予定 | 231千円 | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ |
| 53 | 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) | No16出前講座(地域団体等)で一括で計上 | - | - | - | ◎ | - | - | - | - | ◎ | ◎ | - |
| 54 | 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 | ◎ | ○ | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ○ | - |

令和6年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

| No. | 方向性の柱 | 所管・関連 | 継続/新規/廃止 | 施策・事業名 | 事業概要 | 令和6年度取組(事業計画) | 令和6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 | |
| 55 | 方向性4 | 鶴見区地域振興課 | 新規 | 暮らしのヒント展 | パネル展示や講演を通して、消費生活推進員の活動を地域に向けて情報発信する。 | 6月27日(木)、28日(金)に開催。 | 125千円 | - | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 56 | 方向性2 | 鶴見区地域振興課 | 新規 | 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、啓発活動を行う。 | 5月18日(土) パネル展示、啓発物品配布、子ども向けのぬりえ等による啓発活動を行う。 | 5千円 | - | ◎ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 57 | 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6年12月6日(金) 14:00~16:00 会場:神奈川区役所本館5階大会議室 参加費:無料 定員:80名 対象:横浜市内に在住・在勤・在学の方 | 0千円 | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ | |
| 58 | 方向性4 | 港南区地域振興課 | 継続 | 消費者教育講演会 ※令和5年度は「消費生活教室」を実施。名称は変わるが内容はあまり変わらない。 | 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6年1月予定 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 | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ | |
| 59 | 方向性4 | 保土ヶ谷区地域振興課 | 新規 | 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。 | (実施予定) 日時:令和6年8月22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 | - | ◎ | ◎ | ○ | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ | |
| 60 | 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 | - | ◎ | ○ | - | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | |
| 61 | 方向性4 | 都筑区地域振興課 | 新規 | 消費生活教室 | 消費生活向上につながる講演会の開催 | 日時・内容:未定 | 0千円 | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ | |
| 62 | 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) | 0千円 | ○ | ○ | ○ | ○ | - | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ | |

令和6年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

| No. | 方向性の柱 | 所管・関連 | 継続/新規/廃止 | 施策・事業名 | 事業概要 | 令和6年度の取組(事業計画) | 令和6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 | |
| 71 | 方向性4 | みどり環境局農業振興課 | 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 | 2,000千円 | ◎ | - | ○ | - | - | ◎ | - | - | - | - | - | - |
| 72 | 方向性4 | 資源循環局3R推進課 | 継続 | 環境教育出前講座(資源循環局) | 資源の循環等について、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 | ◎ | ◎ | ○ | - | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 73 | 方向性4 | 資源循環局3R推進課 | 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(1,944千円) ②小・中学生対象ポスターコンクールの実施(1,109千円) | 3,053千円 | ◎ | - | - | - | - | ◎ | - | - | - | - | - | - |
| 74 | 方向性4 | 資源循環局3R推進課 | 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」作成・印刷(605千円) ②交通広告を活用した広報(549千円) | 1,154千円 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 75 | 方向性4 | 資源循環局3R推進課 | 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 | ・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(18区44箇所) | 15,995千円 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 76 | 方向性4 | 資源循環局事業系廃棄物対策課 | 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、バスの中吊り広告を行います。 ・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 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 77 | 方向性4 | 資源循環局施設課・処分地管理課 | 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。 | 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 | ① 839千円 ② 390千円 | ◎ | ○ | ◎ | - | ○ | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

令和6年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

| No. | 方向性の柱 | 所管・関連 | 継続/新規/廃止 | 施策・事業名 | 事業概要 | 令和6年度の取組(事業計画) | 令和6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 | |
| 78 | 方向性4 | 都市整備局都市交通課 | 継続 | モビリティマネジメント出前講座 | 「環境」、「福祉」、「キャリア」の3つの観点からモビリティマネジメント(過度にマイカーに頼る生活から、公共交通などを適度に利用する生活への転換を促す取組)を推進する。 | 市内全小学校を対象に講座を周知し、申込のあった学校を中心に実施。 | 0千円 | ◎ | - | - | - | - | ◎ | - | - | - | - | - | - |
| 79 | 方向性4 | 水道局サービス推進課 | 継続 | 出前水道教室 | 水道事業への理解を深めていただくことを目的に、市内の小中学校に水道局職員が出向き出前教室を実施します。 | 令和5年に引き続き、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ながら実施します。 | 372千円 | ◎ | - | ○ | - | - | ◎ | - | - | - | - | - | |
| 80 | 方向性4 | 教育委員会事務局健康教育・食育課 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 | 市内産野菜の小中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 | 1,242千円 | ◎ | - | - | - | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | |
| 81 | 方向性5 | 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)横浜市消費者協会が協会事業、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 | ◎ | ○ | ○ | ○ | - | - | - | ◎ | ◎ | - | - | |
| 82 | 方向性5 | 経済局消費経済課 | 継続 | 地域の見守りネットワーク担い手確保事業 | 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の福祉関係者を中心に、高齢者の消費者被害防止に関する研修等を実施する。 ・市内の公共交通機関等で地域の見守りを促進するための啓発動画を放映する。 | 2,771千円 | - | ◎ | - | ◎ | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | |
| 83 | 方向性5 | 経済局消費経済課 | 廃止 | 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。 | No.82「地域の見守りネットワーク担い手確保事業」に統合 | 0千円 | ◎ | - | ◎ | - | - | ○ | - | - | - | ◎ | ○ | |
| 84 | 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 | テスト室を活用して簡単な実験と座学を学び、日常生活に活かしてもらう。10名の参加を予定 | 81千円 | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ | |
| 85 | 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 | - | ◎ | - | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ | |

令和6年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

| No. | 方向性の柱 | 所管・関連 | 継続/新規/廃止 | 施策・事業名 | 事業概要 | 令和6年度取組(事業計画) | 令和6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 | |
| 86 | 方向性5 | 脱炭素・GREEN×EXPO推進局脱炭素ライフスタイル推進課 | 継続 | 温暖化対策に関する教育・啓発 | ①ヨコハマ・エコ・スクール(YES)『横浜で地球を学ぼう』をキャッチフレーズに、市民、市民活動団体、事業者、大学、行政が実施する環境・地球温暖化問題に関する様々な学びの場を、「YES」という統一ブランドで全市的ムーブメントに広げようとする市民参加型プロジェクトを展開する。 | ①ヨコハマ・エコ・スクール(YES)ヨコハマ・エコ・スクール(YES)に登録する協働パートナー(市民団体・企業等)を中核として、地域への積極的な啓発活動を展開し、啓発の担い手と地域との関係を構築していく。 | 2,510千円 | ◎ | ◎ | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 87 | 方向性5 | みどり環境局環境活動事業課 | 継続 | 環境教育出前講座(環境創造局) | 生物多様性の損失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。 | 720千円 | ◎ | ◎ | ○ | - | - | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 88 | 方向性5 | みどり環境局環境活動事業課 | 継続 | 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 | 企業との協働により市民参加型のSNS(X(旧Twitter))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)を呼びかける。 | 1,200千円 | - | ◎ | ◎ | ○ | - | - | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 89 | 方向性5 | みどり環境局農業振興課 | 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) | 4,490千円 | - | ◎ | - | ◎ | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |
| 90 | 方向性5 | 資源循環局街の美化推進課 | 継続 | 環境事業推進委員による啓発活動 | ごみ集積場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 | ・燃やすごみに含まれるプラスチックごみ削減に重点を置いた分別排出の実践・啓発活動を行う。 ・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。 ・集積場の改善や、早朝啓発を行う。 | 18,994千円 | - | ◎ | ◎ | - | - | - | - | - | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ |

令和6年度横浜市消費者教育推進計画
令和6(2024)年4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 6 年度重点取組事項に該当する主な事業【掲載事業抜粋】

1. 若年層の消費者被害防止に向けた取組

| 事業名 | 事業概要 | 令和 6 年度の取組予定 | 所管 |
|-------------------------|---|---|-----------------------------|
| 若年層向け消費者教育事業 No. 3 | 消費者教育の一環として成年年齢引下げを踏まえた、若年層向けの消費者教育を行う。 | 二十歳の市民を祝う集いでの啓発動画放映や、若年層向け啓発冊子の配布など、様々な機会を活用した啓発を実施する。 | 経済局消費経済課 |
| 学校向け消費者教育出前講座 No. 45 | 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等へ派遣する、消費者教育出前講座を実施する。 | 最新の消費者トラブル等を中心とした様々な事例をテーマにした出前講座を、市内小・中学校、高校、特別支援学校や放課後児童健全育成事業所等を対象に実施する。 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、エシカル消費 等 | 経済局消費経済課 |
| 消費者行政インターンシップ No. 81 | 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) 横浜市消費者協会で協会事業、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。 | 経済局 (公財)横浜市消費者協会 市内大学 |

2. 地域一体となった様々な消費者教育・啓発等の取組

| 事業名 | 事業概要 | 令和 6 年度の取組予定 | 所管 |
|-----------------------------------|--|--|----------|
| 地域の見守りネットワーク担い手確保事業 No. 82 | 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の福祉関係者を中心に、高齢者の消費者被害防止に関する研修等を実施する。 市内の公共交通機関等で地域の見守りを促進するための啓発動画を放映する。 | 経済局消費経済課 |
| 消費者市民社会啓発事業 (エシカル消費) No. 46 | 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(エシカル消費)に関するイベントを実施する。 | 経済局消費経済課 |
| 悪質商法対策事業 No. 1 | 靈感商法を含む悪質商法の未然防止を呼び掛けるとともに消費生活総合センターの相談窓口を啓発する動画を各所で放映することで、靈感商法を含めた悪質商法の未然防止と早期発見を図る。 | 靈感商法を含む悪質商法の未然防止と消費生活総合センター相談窓口を啓発する啓発動画を新たに作成し、各種 SNS 広告を中心に放映する。 | 経済局消費経済課 |

3. 緊急時における消費者被害等の防止に向けた取組

| 事業名 | 事業概要 | 令和 6 年度の取組予定 | 所管 |
|-----------------------|---|--|----------|
| 緊急時に備えた消費者教育 No. 2 | 第 13 次横浜市消費生活審議会報告に基づき、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向け、平時から自然災害や感染症拡大時などの緊急時に対する意識を高め、備えを促すための消費者教育を行う。 | 地震や風水害などの緊急事態に発生しやすい消費者トラブルに関する注意喚起として、よくある事例や被害に遭わないためのポイントをまとめたリーフレットの配布や、ごみ収集車の音声放送を活用した発信による啓発を実施。 | 経済局消費経済課 |

第 14 次審議会意見書 骨子案 デジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組

はじめに

スマートフォンの普及などデジタル社会の進展に伴い、利便性が向上し検索エンジン、SNS 広告等から、消費者がインターネット通販等の契約を行いやすくなった一方で、消費生活トラブル・被害に遭うという問題が生じている。こうした問題は今後インターネット等から消費契約を締結する状況が増加するとともにさらに被害が増えていくことが予想される。インターネット・SNS 広告等から生じる消費者トラブルへの対応と消費者被害の防止に取り組む必要がある。

本意見書では、デジタル社会の進展に伴いインターネット・SNS 広告から生じる消費者トラブルに対応するために必要な教育・啓発の取組の方向性を示す。

第 1 章 SNS、電子広告、インターネット通販等消費生活相談（横浜市）

SNS、電子広告、インターネット通販等ごとに消費生活相談について状況を把握した。

1. インターネット通販の特徴

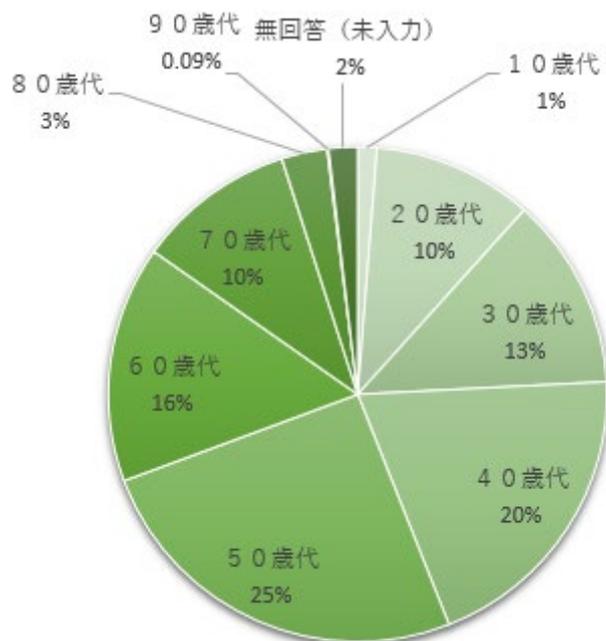
- 全体的な傾向としては、男女別においては男性（約 41%）よりも女性（約 57%）が多く、年代別では 40 代（約 19%）、50 代（約 25%）の相談件数が多くなっている。職業別にみると給与生活者が一番多く（約 55%）、次に無職（約 17%）となっていた。相談の種類別においては 1 位：化粧品、2 位：娯楽等情報配信サービス、3 位：紳士・婦人洋服、4 位：他の教養・娯楽、5 位：役務その他となっている。

「インターネット通販」関連の相談件数 ※SNS、電子広告相談案件も含まれる

＜集計結果＞「受付年月日」：2022 年 1 月 1 日～12 月 31 日

件数=5,140

| | |
|----------|-------|
| 10 歳未満 | 17 |
| 10 歳代 | 222 |
| 20 歳代 | 562 |
| 30 歳代 | 621 |
| 40 歳代 | 881 |
| 50 歳代 | 1,185 |
| 60 歳代 | 758 |
| 70 歳代 | 508 |
| 80 歳代 | 159 |
| 90 歳代 | 7 |
| 100 歳代 | 1 |
| 無回答（未入力） | 219 |



①男女比

| | 10歳代 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳代 | 80歳代 | 90歳代 | 不明 | 合計 |
|--------|------|------|------|-------|-------|------|------|------|------|----|-------|
| 男性 | 33 | 218 | 259 | 381 | 507 | 336 | 258 | 96 | 4 | 19 | 2,111 |
| 女性 | 31 | 316 | 386 | 639 | 793 | 459 | 271 | 56 | 1 | 19 | 2,971 |
| 不明・その他 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 58 | 57 |
| 合計 | 64 | 534 | 645 | 1,020 | 1,300 | 795 | 529 | 152 | 5 | 96 | 5,140 |

②職業

| | 10歳代 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳代 | 80歳代 | 90歳代 | 不明 | 合計 |
|--------|------|------|------|-------|-------|------|------|------|------|----|-------|
| 給与生活者 | 13 | 355 | 478 | 701 | 845 | 331 | 85 | 6 | 0 | 16 | 2,830 |
| 自営・自由 | 0 | 23 | 31 | 62 | 88 | 69 | 29 | 2 | 0 | 1 | 305 |
| 家事従事者 | 0 | 25 | 82 | 149 | 200 | 163 | 82 | 17 | 0 | 5 | 723 |
| 学生 | 50 | 98 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 150 |
| 無職 | 0 | 23 | 40 | 79 | 120 | 202 | 326 | 121 | 5 | 1 | 917 |
| 不明・その他 | 1 | 10 | 12 | 29 | 47 | 30 | 7 | 6 | 0 | 73 | 215 |
| 合計 | 64 | 534 | 645 | 1,020 | 1,300 | 795 | 529 | 152 | 5 | 96 | 5,140 |

③相談の種類

| 順位 | 商品別分類 | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代 | 80代 | 90代 | 不明 | 合計 |
|----|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|
| 1 | 化粧品 | 8 | 35 | 47 | 148 | 219 | 186 | 120 | 25 | 1 | 7 | 796 |
| 2 | 娯楽等情報配信サービス | 7 | 46 | 25 | 55 | 78 | 72 | 66 | 16 | 1 | 2 | 368 |
| 3 | 紳士・婦人洋服 | 6 | 44 | 54 | 76 | 85 | 47 | 11 | 0 | 0 | 2 | 325 |
| 4 | 他の教養・娯楽 | 2 | 8 | 13 | 38 | 40 | 25 | 9 | 2 | 0 | 1 | 138 |
| 5 | 役務その他 | 1 | 24 | 18 | 32 | 55 | 33 | 50 | 21 | 1 | 10 | 245 |

○ 具体的な相談の上位としては、

1位：化粧品

- ・ネット通販で化粧水を注文したら2回目が届き定期購入と気づいた。解約を申し出たら12回継続が必要と言われた。

2位：娯楽等情報配信サービス

- ・アダルトサイトを閲覧していて年齢条件をクリックすると登録されて高額な料金を請求された。
- ・有料映像配信サービスを契約し、無料期間中に解約したが、1か月分請求が来た。

3位：紳士・婦人洋服

- ・ネット通販で洋服を注文したが商品が届かず連絡が取れない。調べたら偽サイトと分かった。
- ・ネット通販でカシミアのセーターを注文したら海外から薄っぺらい生地の粗悪品が届いた。

4位：他の教養・娯楽

- ・マッチングアプリで知り合った人から出会い系サイトを紹介され、連絡先交換のために

ポイント購入を促され、高額支払いを要求された。

- ・未成年の息子が親のクレジットカードでオンラインゲームに高額な課金をしていたことが分かった。

5位：役務その他

- ・ネットで見つけた『業界最安値』と書かれた不用品回収業者（鍵開け業者）に来訪を依頼したら、HPに記載の料金とかけ離れた高額な請求をされた。クーリング・オフできないか。

といった相談が寄せられている。

2. 「電子広告」関連の消費生活相談の特徴

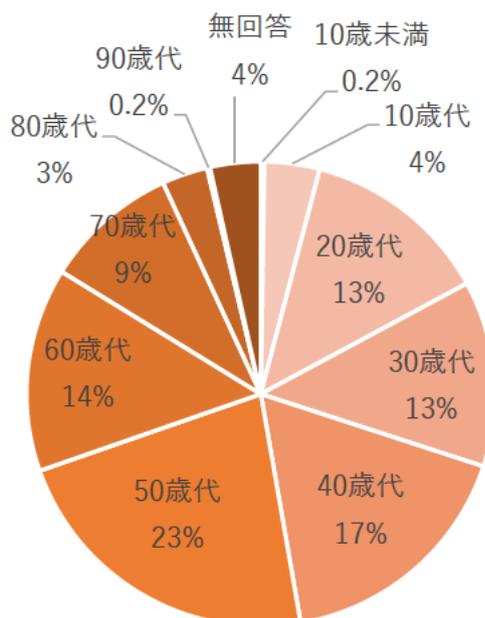
- 全体的な傾向としては、男女別においては男性（約 42%）よりも女性（約 55%）が多く、年代別では 40 代（約 17%）、50 代（約 22%）の相談件数が多くなっている。職業別にみると給与生活者が一番多く（約 52%）、次に無職（約 17%）となっていた。相談の種類別においては 1 位：化粧品、2 位：役務その他、3 位：娯楽等配信サービス、4 位：紳士・婦人洋服、5 位：他の教養・娯楽となっている。

「電子広告」関連の相談件数

＜集計結果＞「受付年月日」：2022 年 1 月 1 日～12 月 31 日

件数=5,739

| | |
|----------|-------|
| 10 歳未満 | 14 |
| 10 歳代 | 219 |
| 20 歳代 | 749 |
| 30 歳代 | 742 |
| 40 歳代 | 989 |
| 50 歳代 | 1,284 |
| 60 歳代 | 814 |
| 70 歳代 | 535 |
| 80 歳代 | 181 |
| 90 歳代 | 12 |
| 無回答（未入力） | 200 |



①男女比

| | 10歳未満 | 10歳代 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳代 | 80歳代 | 90歳代 | 不明 | 合計 |
|--------|-------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|-----|-------|
| 男性 | 7 | 128 | 298 | 308 | 392 | 505 | 362 | 262 | 106 | 6 | 37 | 2,411 |
| 女性 | 7 | 90 | 451 | 431 | 596 | 777 | 450 | 271 | 74 | 5 | 33 | 3,185 |
| 不明・その他 | 0 | 1 | 0 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 130 | 143 |
| 合計 | 14 | 219 | 749 | 742 | 989 | 1,284 | 814 | 535 | 181 | 12 | 200 | 5,739 |

②職業

| | 10歳未満 | 10歳代 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳代 | 80歳代 | 90歳代 | 不明 | 合計 |
|--------|-------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|-----|-------|
| 給与生活者 | 0 | 12 | 512 | 557 | 670 | 838 | 335 | 87 | 5 | 0 | 21 | 3,016 |
| 自営・自由 | 0 | 1 | 24 | 37 | 59 | 79 | 75 | 27 | 2 | 0 | 2 | 304 |
| 家事従事者 | 0 | 1 | 25 | 78 | 136 | 189 | 162 | 77 | 25 | 1 | 7 | 694 |
| 学生 | 8 | 201 | 138 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 349 |
| 無職 | 3 | 1 | 34 | 51 | 88 | 130 | 207 | 331 | 142 | 11 | 7 | 998 |
| 不明・その他 | 3 | 3 | 16 | 17 | 36 | 48 | 35 | 13 | 7 | 0 | 162 | 340 |
| 合計 | 14 | 219 | 749 | 742 | 989 | 1,284 | 814 | 535 | 181 | 12 | 200 | 5,739 |

③相談の種類

| 順位 | 商品別分類 | 10歳未満 | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代 | 80代 | 90代 | 不明 | 合計 |
|----|-------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|
| 1 | 化粧品 | 0 | 32 | 37 | 49 | 123 | 201 | 183 | 122 | 31 | 1 | 14 | 793 |
| 2 | 役務その他 | 0 | 2 | 64 | 46 | 53 | 68 | 54 | 62 | 28 | 1 | 28 | 406 |
| 3 | 娯楽等情報配信サービス | 2 | 21 | 47 | 26 | 43 | 68 | 64 | 62 | 19 | 2 | 5 | 359 |
| 4 | 紳士・婦人洋服 | 0 | 8 | 45 | 52 | 73 | 82 | 45 | 12 | 0 | 0 | 4 | 321 |
| 5 | 他の教養・娯楽 | 10 | 72 | 76 | 27 | 28 | 41 | 22 | 11 | 5 | 0 | 4 | 296 |

- 具体的な相談はインターネット通販の内容と同様

3. 「SNS」関連の消費生活相談の特徴

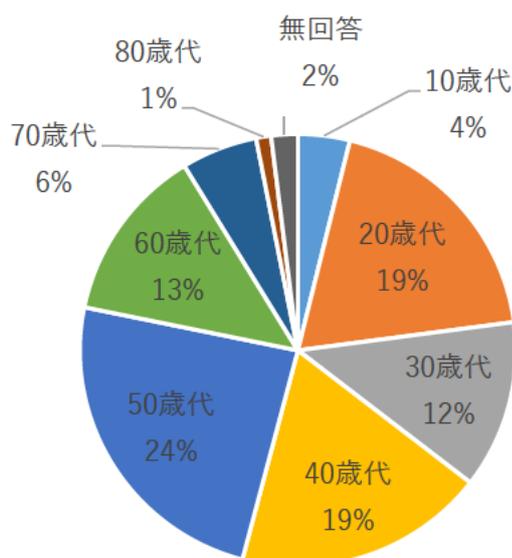
- 年代別で寄せられる相談の種別に差異があるという傾向がみられた。

「SNS」関連の相談件数

<集計結果> 「受付年月日」：2022年1月1日～12月31日

件数=1,170

| | |
|----------|-----|
| 10歳未満 | 0 |
| 10歳代 | 45 |
| 20歳代 | 223 |
| 30歳代 | 147 |
| 40歳代 | 218 |
| 50歳代 | 282 |
| 60歳代 | 153 |
| 70歳代 | 66 |
| 80歳代 | 13 |
| 90歳代 | 0 |
| 100歳代 | 0 |
| 無回答（未入力） | 23 |



①男女比

| | 10歳代 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳代 | 80歳代 | 不明 | 合計 |
|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|----|-------|
| 男性 | 20 | 82 | 42 | 67 | 84 | 54 | 25 | 4 | 5 | 383 |
| 女性 | 25 | 141 | 105 | 151 | 198 | 98 | 41 | 9 | 7 | 775 |
| 不明・その他 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 11 | 12 |
| 合計 | 45 | 223 | 147 | 218 | 282 | 153 | 66 | 13 | 23 | 1,170 |

②職業

| | 10歳代 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳代 | 80歳代 | 不明 | 合計 |
|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|----|-------|
| 給与生活者 | 3 | 154 | 107 | 145 | 177 | 74 | 17 | 0 | 3 | 680 |
| 自営・自由 | 0 | 4 | 9 | 16 | 21 | 15 | 3 | 0 | 0 | 68 |
| 家事従事者 | 0 | 8 | 19 | 33 | 44 | 31 | 11 | 2 | 3 | 151 |
| 学生 | 42 | 46 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 89 |
| 無職 | 0 | 8 | 6 | 21 | 36 | 27 | 33 | 11 | 1 | 143 |
| 不明・その他 | 0 | 3 | 6 | 3 | 4 | 6 | 2 | 0 | 15 | 39 |
| 合計 | 45 | 223 | 147 | 218 | 282 | 153 | 66 | 13 | 23 | 1,170 |

③相談の種類

内容等 KW「SNS」が付与された相談を、概要やトラブルの性質ごとに分類し、年代別に集計を行った。

※PIO-NET の分類がないため、経済局で相談概要をもとに分類したもの。

| 種類 | | 概要 | 10代 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代 | 80代 | 不明 | 合計 |
|--|--|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| SNS 上 の 広 告 ラ グ が ブ ル | 定期購入 | 1回だけの購入と思っていたら高額な2回目が届き定期購入だと分かった、解約できないといった相談 | 13 | 22 | 28 | 44 | 85 | 64 | 32 | 6 | 4 | 298 |
| | 偽サイト・フィッシング詐欺 | 大手百貨店や有名ブランド品が大幅値下げされている広告を見て注文したが、偽サイトだと分かった | 1 | 12 | 20 | 62 | 58 | 24 | 9 | 1 | 1 | 188 |
| | インターネット通販 | 「商品が届かない」「粗悪品が届いた」「返品したいが販売元と連絡が取れない」といった性質の相談 | 4 | 9 | 31 | 38 | 49 | 27 | 7 | 3 | 2 | 170 |
| | 上記以外のもの | SNS上の広告をきっかけとした契約トラブルのうち上記3つに該当しないもの | 8 | 21 | 10 | 13 | 11 | 3 | 2 | 0 | 4 | 72 |
| 副業・儲け話・投資 | 副業サイト、「簡単に稼げる」「FX投資をしないか」等と儲け話を持ち掛けられたが利益が出ない等 | 7 | 113 | 47 | 37 | 49 | 24 | 9 | 2 | 3 | 291 | |
| 出会い系・マッチングアプリ・ロマンス詐欺 | 恋愛感情を利用して金銭を送金させる性質の相談 | 3 | 10 | 5 | 9 | 13 | 5 | 1 | 0 | 1 | 47 | |
| SNSで知り合った個人とのトラブル | SNSで知り合った者との個人間取引によるトラブルや、個人情報や性的な写真の送信等のトラブル | 8 | 18 | 1 | 4 | 2 | 0 | 3 | 0 | 1 | 37 | |
| その他 | 上記のいずれにも該当しないもの | 1 | 18 | 5 | 11 | 15 | 6 | 3 | 1 | 7 | 67 | |
| 合計 | | — | 45 | 223 | 147 | 218 | 282 | 153 | 66 | 13 | 23 | 1,170 |

(1)10歳代（定期購入が1位）

【属性】男女比：差異なし。職業：学生が93%

【件数】「定期購入」が最多。SNSで知り合った個人間トラブルが10歳代相談件数のうち17%と他世代より割合が多い

【具体例】未成年の息子がよく読まずにSNSのバナー広告から初回500円のシャンプー

の定期購入を契約していた。初回のみで解約したい。

(2) 20 歳代（副業・儲け話・投資が1位）

【属性】男女比：女性が男性の1.7倍、職業：給与生活者が69%

【件数】「副業・儲け話・投資」が最多、「副業・儲け話・投資」が20歳代相談件数の半数以上を占め、他世代と比べ割合が多く、全世代含めた総件数のうち39%が20歳代となっている。

【具体例】副業のために高額な情報商材を購入させられた後、マッチングアプリに登録し出会い系のサクラの仕事をしたがお金にならなかった。返金希望。

(3) 30 歳代（副業・儲け話・投資が1位）

【属性】男女比：女性が男性の2.5倍、職業：給与生活者が73%

【件数】「副業・儲け話・投資」が最多。「インターネット通販」が30歳代相談件数のうち21%と他世代と比べ割合が多い。

【具体例】SNSで知り合った人から暗号資産の投資を勧められ送金したが、相手と連絡が取れなくなった

(4) 40 歳代（偽サイト・フィッシング詐欺が1位）

【属性】男女比：女性が男性の2.3倍、職業：給与生活者が約66%

【件数】「偽サイト・フィッシング詐欺」が最多、40歳代件数のうち28%と他世代と比べて割合が多い

【具体例】SNSの広告を見て格安で販売されているパソコンを購入したが、偽サイトのような品物が届かない場合支払いはしたくない。

(5) 50 歳代（定期購入が1位）

【属性】男女比：女性が男性の2.4倍、職業：給与生活者が62%、

【件数】「定期購入」が最多。

50歳代は総相談件数のうち24%を占めており他世代と比べて相談件数自体が多い。「定期購入」についても総件数のうち28%を50歳代が占めている。

「出会い系・マッチングアプリ・ロマンス詐欺」については全世代含めた件数のうち28%を50歳代が占めている。

【具体例】SNSの広告を見て、定期縛りのないお試し価格のダイエットサプリを注文したら、定期コースだと言われた。納得が出来ない。

(6) 60 歳代（定期購入が1位）

【属性】男女比：女性が男性の1.8倍、職業：給与生活者が48%

【件数】「定期購入」が最多、「定期購入」は60歳代件数のうち41%を占め、全世代含めた件数のうち22%を占めている。

【具体例】アプリの広告を見てお試し500円の商品を買った。勝手に高額な2回目の商品が届き、受取拒否した。解約したい。

(7) 70 歳代（定期購入が1位）

【属性】男女比：女性が男性の1.6倍、職業：給与生活者が50%

【件数】「定期購入」が最多。「定期購入」は70歳代件数のうち、48%を占め、他世代の割合と比較して多くなっている。

【具体例】SNSの広告を見てダイエット茶を購入した。1袋のはずが6袋も届き高額な料金になる定期購入だった。2回目以降は解約したい。

(8) 80 歳代（定期購入が 1 位）

【相談件数】男女比：女性が男性の 2.3 倍、職業：無職が 84%

【件数】「定期購入」が最多。80 歳代の相談件数は全世代に占める割合の 1.1%程度にとどまっている。母数が少ないため特徴を把握することが難しい、SNS の利用自体が少ないと想定される。

【具体例：】1 か月前、通販サイトで美白クリームの定期購入を申し込み、2 回目の商品の価格が届いたがとても高額だった。解約したい。

第 2 章 SNS、電子公告、インターネット通販等トラブルの現状と課題

1. 定期購入トラブルの現状と課題

《現状》

- 事業者が SNS 広告により販売ページに集客し、希少性（現品限り）・限定性（1 か月限定）・権威性（医師推奨）などで商品・サービスを訴求してネット上で契約を促している。定期購入が特にお得であるという表記で誘導したり、消費者が定期購入であると認識しにくい方法で表示している場合がある。
- 消費者が販売ページの情報を正しいものと判断し契約時の状況をよく把握しないまま申込をしてしまい認識しないまま定期購入となっている場合がある。特に 50 代～60 代の相談が多い。
- 消費生活総合センターにおいて、定期購入を解約するため事業者へ連絡するよう相談者へ案内しているが、事業者側の受付が電話のみであり繋がりにくく、繋がっても解約に応じないケースがある。

《課題》

- 一度申込をすると事業者側の規約・対応体制などにより解約しにくい場合があるので申込前の注意が必要。
- 事業者・商品・サービスの判断、申込時にどのような契約になっているかなどの注意すべき点を消費者に理解してもらうための教育啓発が必要。

2. 副業・投資事例トラブルの現状と課題

《現状》

- SNS 広告や SNS などを通じて知り合った人から「簡単に儲かる」などとサービスを紹介されて、情報を信じて副業・投資サービスを申込をするも、「儲ける事が出来ない」、「投資した金銭が返還されない」といったトラブルが発生している。特に 20 代・30 代の若年層に相談が多い。
- サービスを提供する事業者・個人が国外を拠点にしていたりすると連絡や返還請求が困難になる場合がある。

《課題》

- 消費者（特に 20 代・30 年代）の事業・投資の正しい理解・知識を深めてもらうための

啓発が必要

- SNSなどネットで知り合った人を簡単に信じないためのリテラシーの向上。

3. ネット広告からの訪問契約トラブルの現状と課題

《現状》

- トイレ・排水施設つまり時に消費者がネット検索などですぐに対応できる業者を探し電話での見積を信用して業者に対応を依頼するも、作業が始まると次々と追加作業がなされ当初想定していなかった数十万円などの高額請求をされるという相談が増えている。
- トイレつまり、鍵開け、害虫駆除など暮らしのレスキューに関連した幅広い業種で同様の事例が増加している。トラブルが起きた時にすぐに対応してほしいという消費者心理につけこんで作業後に高額請求するという手法が類似している。

《課題》

- トラブル発生時にどこに連絡して対応するかを日常から検討しておくための普及啓発が必要。
- 依頼しようとしている事業者・サービスの信頼性の確認方法を啓発していく必要がある。
- サービスを依頼して金額を振り込んでしまったあとクーリング・オフなどの対応の正しい認識と方法の普及啓発。

第3章 SNS、電子公告、インターネット通販等トラブルへの対応と消費者被害防止の対応の方向性

1. 基本的な考え方

「インターネット上で情報を正しく理解し、慎重に契約をする意識を高める」

2. 対応の方向性

(1) SNS 広告等を活用した教育啓発により、ネット・SNS 利用時に適宜注意喚起を実施

ア 自身で情報を正しく判断できる能力の育成

- 「今だけお得」、「みんな利用している」「簡単に稼げる」などの情報をすべて信じるのではなく冷静に判断できるための行動を取れるように注意喚起・周知していく。
- 悪質な事業者の商品・サービスの見分け方、事業者の信頼性を確認するための情報を発信していく。
- キャッシュレス決済の理解とトラブルに遭わないための注意喚起をおこなう。

イ 年代別、相談種類別に応じた手法による注意喚起

若者向け、高齢者向け等年代に合わせてSNS広告等の媒体でインターネットにおける契約上の注意点など要点をまとめた啓発動画を配信し注意喚起する。

ウ SNS、電子広告、インターネット通販等の消費生活相談の傾向について情報提供

- 市の広報媒体や消費生活に関連する講座等で、消費生活総合センターに寄せられているSNS、電子広告、インターネット通販等トラブル相談の中で悪質性が高い・増加傾向にあるもの等注意が必要な情報を適宜発信して被害に遭わないよう啓発を行っていく。

(2) トラブル発生後の相談及び解決手法の検討

- トラブル発生後、一人で抱え込まず早い段階で適切なところに相談できるように消費生活総合センターなど相談先についての情報を発信する。
- 指導・あっせんを通じて事業者側に販売ページなど適切な情報を提供するように働きかけていく。
- 事業者の特定商取引法、景品表示法違反などの情報を神奈川県へ随時提供する。

おわりに

本意見書は、デジタル社会における消費生活トラブルへの対応と消費者被害防止についての対応の方向性を示し、消費者の安全安心を確保することを期待するものであり、これを受けて、横浜市の対応において十分な検討を行い、具体的な施策に取り組むことが重要である。

なお、トラブル発生後どこにどのように相談していいか分からず、泣き寝入りしてしまったり、他の悪質な事業者からさらなる被害に遭うなどの事態が起こらないよう、適切なタイミング、適切な相談先への相談ができるような体制を整えていくことが必要である。