

# 議事次第

平成 27 年 8 月 18 日(火)

午後 3 時 30 分から

松村別館ビル 501 会議室 501

開 会

## 2 議 題

- (1) 「横浜市消費者教育推進の方向性」について
- (2) 平成 27 年度横浜市消費者教育推進計画について
- (3) 平成 28 年度横浜市消費者教育推進計画（案）の策定について
- (4) その他

## 3 閉 会

### 【配布資料一覧】

- 配布資料 1 本部会名簿
- 配布資料 2 横浜市消費者教育推進の方向性（案）及び〈概要版〉
- 配布資料 3 「横浜市消費者教育推進の方向性（案）」に対する修正提案の反映状況及び意見照会結果
- 配布資料 4 平成 27 年度横浜市消費者教育推進計画（案）
- 配付資料 5 地方消費者行政に対する国の財政支援について

以上

## 消費者教育推進地域協議部会委員名簿

平成27年5月28日現在

No	委員氏名	所 属
1	おかだ のぶひろ 岡田 伸浩	横浜商工会議所 常議員
2	すずき かずこ 鈴木 和子	消費者サポート横浜会
3	まつばぐち れいこ 松葉口 玲子	横浜国立大学教育人間科学部 教授
4	欠 員	
5	こもり えいじ 小守 英治	横浜市消費生活総合センター 所長
6	さかもと じゅん 坂本 淳	(公財)横浜市国際交流協会 事務局次長
7	たけだ いわお 武田 岩夫	(公財)横浜市老人クラブ連合会 事務局次長
8	わかお けいこ 若尾 恵子	(福)横浜市社会福祉協議会 横浜生活あんしんセンター 事務長

敬称略 審議会委員、専門委員毎に五十音順

# 横浜市消費者教育推進の方向性（案）

平成27年6月

横浜市経済局



# 目次

## 1 「横浜市消費者教育推進の方向性」について

- (1) 「横浜市消費者教育推進の方向性」の趣旨・・・・・・・・・・ 1
- (2) 「横浜市消費者教育推進の方向性」に沿った施策・事業の実施について・・・・・・・・・・ 2
- 【コラム①】横浜市消費者教育推進地域協議会について・・・・・・・・・・ 2

## 2 法律等における消費者教育の基本的考え方

- (1) 消費者教育の必要性・・・・・・・・・・ 3
- 【コラム②】「消費者市民社会」・・・・・・・・・・ 3
- 【コラム③】消費者教育が育むべき力・・・・・・・・・・ 4
- (2) 消費者教育が目指すもの・・・・・・・・・・ 5
- (3) ライフステージに即した消費者教育について・・・・・・・・・・ 6

## 3 横浜市の現状と課題

- (1) 消費者を取り巻く現状と横浜市の消費生活相談の状況・・・・・・・・・・ 9
- 【コラム④】消費生活相談員とは？・・・・・・・・・・ 10
- (2) 本市消費者教育施策の現状と課題・・・・・・・・・・ 11
- (3) 第9次横浜市消費生活審議会報告「新たな視点での消費者教育について」について・・・・・・・・・・ 14

## 4 横浜らしい消費者教育の推進

- (1) 横浜らしさからの視点…重点目標の設定・・・・・・・・・・ 15
- 重点目標 1 横浜市消費生活推進員による地域での啓発の活性化・・・・・・・・・・ 15
- 【コラム⑤】横浜市消費生活推進員・・・・・・・・・・ 16
- 重点目標 2 地域における消費者教育の推進による高齢者、障害者への見守り強化・・・・・・・・・・ 16

(2) 消費者教育にかかる施策の体系化	18
【目標 1】 発達段階（年代）や場の特性（領域）に応じた体系的な消費者教育の実施	18
〈取組 1〉 学校等における消費者教育の推進	19
【コラム⑥】 「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」(平成 23 年 3 月、文部科学省) に示された消費者教育の目的	21
〈取組 2〉 地域社会における消費者教育の推進	21
〈取組 3〉 家庭における消費者教育の推進	22
〈取組 4〉 職域における消費者教育の推進	23
【コラム⑦】 社会的責任 (Social Responsibility) について	24
【目標 2】 消費者教育推進の担い手の育成、担い手間の連携、市民との協働の実現	25
〈取組 1〉 小中学校、高等学校における消費者教育を担う教職員への支援	25
〈取組 2〉 職域との連携による消費者教育の担い手の育成	26
〈取組 3〉 地域における消費者教育の担い手の拡充、育成	27
【目標 3】 国・県等との連携及び市内消費生活関連分野等との連携	27
消費者庁・神奈川県との連携	27
関連する教育との連携	28
【コラム⑧】 ESD (持続可能な開発のための教育) について	28
【コラム⑨】 「横浜市の都市農業における地産地消の推進等に関する条例」について	29
市内をはじめとする関係団体等との連携の推進	30
(3) 横浜市の消費者教育推進の拠点	30
消費者教育に関する取組の分布	31

# 1 「横浜市消費者教育推進の方向性」について

## (1) 「横浜市消費者教育推進の方向性」の趣旨

横浜市では横浜市消費生活条例に基づき、市民の安全で快適な消費生活の実現を図るために必要な教育の推進や知識の普及に取り組んできました。

しかしながら、消費者を取り巻く状況を見ると、食の安全を脅かす事件や健康被害を及ぼす製品事故等が発生しており、悪質商法においては常に新たな手口が生まれ、より深刻化し、かつ多様化しています。

本市消費生活相談においても、高齢者の相談件数が増加し、また、平成 24 年度に急増した健康食品の送り付け商法のように高齢者をターゲットとする悪質商法が出現する一方で、インターネットの普及、携帯やスマートフォンの所有率の上昇とともに、未成年者がインターネット取引による架空請求などの消費者トラブルに遭遇するなど、新たな消費者トラブルが増加しています。

平成 24 年 12 月に消費者の自立支援を目的とする「消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」と表記します。）」が施行され、消費者が消費行動を通じて、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」という考え方が明示されました。

さらに、平成 25 年 6 月に閣議決定された「消費者教育の推進に関する基本的な方針」では、「被害に遭わない消費者、合理的な意思決定ができる自立した消費者にとどまらず、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成する」とこととされました。

「横浜市消費者教育推進の方向性」は、これらを契機として、第 9 次横浜市消費生活審議会報告書「新たな視点での消費者教育について」を踏まえて、今後の横浜市の消費者教育推進の中期的、基本的な考え方をまとめ、消費者教育施策及び事業の「見える化」、体系化を行ったものです。

## (2) 「横浜市消費者教育推進の方向性」に沿った施策・事業の実施

### について

この「方向性」を受け、横浜市では毎年度消費者教育推進計画を策定します。当該計画は、消費者教育推進法第 10 条で地方自治体が作成に努めることとされた「消費者教育推進計画」に該当するものです。

消費者教育推進計画は、消費者教育推進法第 20 条に基づく横浜市消費者教育地域協議会（平成 26 年 12 月横浜市消費生活審議会の部会として設置）の意見を反映しながら策定し、横浜市消費生活審議会に報告して実施していきます。

また、この「方向性」は、急激な社会情勢の変化や、計画の進捗状況、国の消費者教育に関する施策の動向等に応じて、必要な場合には見直しを行うこととします。

#### 【コラム①】横浜市消費者教育推進地域協議会について

消費者教育推進法第 20 条第 1 項において、都道府県及び市町村には消費者教育の推進のために消費者教育推進地域協議会を設置することが努力義務とされています。

このため、横浜市では、平成 26 年 12 月に、附属機関である横浜市消費生活審議会の部会の一つとして、横浜市消費者教育推進地域協議部会を設置しました。

この協議部会は、学識経験者、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、横浜市消費生活総合センターのほか、国際交流関係団体や高齢者関係団体の関係者を構成員としています。

また、当該地域協議部会は、消費者教育推進法に定める消費者教育推進地域協議会として、①市域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと、②本市消費者教育推進計画の策定、又は変更に関して意見を述べること、が役割とされています。

委員間の情報共有を行い、様々な視点から本市消費者施策へのご意見をいただいております。



## 2 法律等における消費者教育の基本的考え方

### (1) 消費者教育の必要性

この「方向性」における消費者教育とは、「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む）及びこれに準ずる啓発活動」（消費者教育推進法第2条第1項）のことを指します。

横浜市民が安全で快適な消費生活を送ることができる社会の実現のためには、消費者が自らの利益の擁護、増進のため自主的かつ合理的に行動することが必要です。合理的な意思決定を行い、被害を未然に防いだり、危害を回避したり、万が一被害に遭ってしまった場合に、適切に対処することができる能力に加えて、環境に配慮するなど公正かつ持続可能な社会に主体的に参画する力を身につけるために消費者教育が重要な役割を果たします。

#### 【コラム②】「消費者市民社会」

（『Q&A 消費者教育推進法と消費者市民社会』日本弁護士連合会）

『個々の消費者が、お互いの特性や多様性を尊重し、自らの消費行動が将来にわたって内外の社会、経済、環境に影響を及ぼしうることを自覚し、公正かつ持続可能な社会に主体的に参画する社会のことです（2条2項）。』

### 【コラム③】消費者教育が育むべき力

(『消費者教育の推進に関する基本的な方針』から)

平成 25 年 6 月に閣議決定された、『消費者教育の推進に関する基本的な方針』において、体系的推進の取組の方向として、消費者教育の対象領域を 4 つに分類し、それぞれの領域で育むべき力(目標)を次のとおり定めています。

#### ア 消費者市民社会の構築に関する領域で育むべき力

- (ア) 自らの消費が環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼし得るものであることを理解し、適切な商品やサービスを選択できる力
- (イ) 持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力
- (ウ) 消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と連携して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力

#### イ 商品等やサービスの安全に関する領域で育むべき力

- (ア) 商品等やサービスの情報収集に努め、内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力
- (イ) 商品等やサービスによる事故・危害が生じた際に、事業者に対して補償や改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

#### ウ 生活の管理と契約に関する領域で育むべき力

- (ア) 適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営をすることができる力
- (イ) 契約締結により生じる権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルの回避や事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

#### エ 情報とメディアに関する領域で育むべき力

- (ア) 高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力
- (イ) 情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力



## (2) 消費者教育が目指すもの

生活と密着する消費者教育はこれまでも当然必要なものでありましたが、従来の消費者教育では、消費者被害の未然防止及び被害の早期回復に重点が置かれてきました。

しかし、今後は国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」に定められた「被害に遭わない消費者、合理的な意思決定ができる自立した消費者にとどまらず、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成」し、これらの人々が参画する「消費者市民社会」の実現に向けた取組をしていくことが重要です。

すなわち、消費者教育は、消費者が①自らの消費行動が社会経済や地球環境に影響を与えるとの自覚を持ち、②環境に配慮した商品を選択し、③エネルギーの節約など、日常の消費生活における省資源省エネルギー等環境に配慮した行動をとり、④持続可能な消費を実践することを目指します。

消費者教育の推進のための体系的プログラム研究会（平成24年9月～12月に消費者庁で開催）が作成した「消費者教育の体系イメージマップ」では、学校、地域、家庭、職域の4つの対象領域及び発達段階ごとに消費者教育の内容（目標として育む力）を整理しています。

横浜市においても、これらを踏まえて考え方を整理し、施策・事業の「見える化」、体系化を行いました。



### (3) ライフステージに即した消費者教育について

消費者庁の「消費者教育の体系イメージマップ～消費者カステップアップのために～」をもとに、横浜市におけるライフステージ別の消費者教育を考えました。

その際には、第9次横浜市消費生活審議会からの報告で示された、学校、地域、家庭及び職域という生活圏域における重層的なコミュニティやネットワークのかかわりに留意しました。

#### ア 「消費者教育の体系イメージマップ」について

消費者庁は「イメージマップ」の作成に際して前提となる共通理解を下の表にまとめています。

①社会における消費者の位置づけ	消費者が経済社会の中で重要な役割を果たしていること、消費生活をめぐる諸問題が単に個人だけの問題ではなく、社会全体で解決すべき問題を含んでいることを理解する。
②消費者問題の背景と消費者の権利保障のための施策の意義	消費者問題が生じる背景には、消費者と事業者との間の情報の質や量、交渉力等の格差等があることや、消費者の権利保障のためにとられる諸施策の意義を理解する。
③消費者教育を受ける権利と問題解決に向けた消費者の行動の重要性	消費者教育を受けることが権利であることを知るとともに、消費生活をめぐる諸問題の解決のために、生涯を通じて自ら積極的に学び行動することの重要性を理解する。
④将来を見通した生活の設計と非常時等の生活の変化への対応能力向上の必要性	自らの消費生活が固定的なものではなく、年齢や家庭環境、社会情勢の変動等に伴って変化しうることを理解し、将来を見通して生活設計するとともに状況に応じてライフプラン、ライフスタイルを調整することの必要性を理解する。 特に災害等の非常時には急激な生活の変化が生じること、消費生活において優先順位が変わることなど、対応能力向上の必要性を理解する。
⑤消費者の特性に応じた連帯、支援と協働の重要性	個人によって情報の質や量、判断力等の格差があり、特に支援が必要な消費者も存在する。認知症等により判断力の低下した高齢者や支援の必要な障害者などを理解したうえで、それぞれの特性に応じた自立を支援するなど、よりよい社会を作るために行政と市民が協働することの重要性を理解する。

このほかの共通理解として、対象領域ごとの具体的目標や、ライフステージの分類（次表のとおり）を基礎にしながら、消費者教育の専門家だけでなくも消費者教育としてどのような取組をするべきかのイメージがわくように平易な表現をもちいて作成することとしています。

〈ライフステージの分類〉

時 期	各期の特徴	
幼児期	小学校入学前の段階	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期
小学生期	小学校入学から卒業までの段階	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期
中学生期	中学校入学から卒業までの段階	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期
高校生期	高等学校入学から卒業程度までの段階	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的判断が望まれる時期
成人期 成人一般		精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と連携し取り組む時期
成人期 特に若者	おおむね高校生期以降、30歳程度まで	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期
成人期 特に高齢者	おおむね65歳以上	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期

イ 横浜市における「消費者教育の体系イメージマップ」について

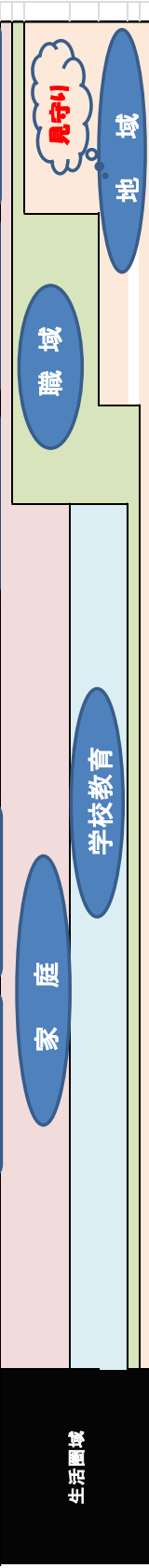
横浜市における消費者教育の体系イメージマップは次ページのとおりです。

幼児期から高齢期までの各発達段階・機会に応じた学習要素（消費者庁作成のイメージマップ）に、「家庭、学校教育、職域、地域」という生活圏域の関わりを図示しました。

生活圏域における関わりに留意しながら、施策に取り組んでいきます。

消費者教育の体系イメージマップ(横浜 Ver. )

各期の特徴 重点領域	幼児期		小学生期		中学生期		高校生期		成人期		特に高齢者	
	特徴	重点領域	特徴	重点領域	特徴	重点領域	特徴	重点領域	特徴	重点領域	特徴	重点領域
消費がもつ 影響力の理解	様々な気づきの体験を通して、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費生活が環境や経済に与える影響を考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生活を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を認識し、主体的な判断が望まれる時期	生涯において自立を求め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を進め始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも生活での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝えよう	持続可能な社会を目標として、ライフスタイルについて伝えよう	地域で支えあいつながりながら連携して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらせよう
持続可能な消費の実践	おつかいや買い物に関心をもち、身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境との関わりを意識し、物の使い方を工夫しよう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	持続可能な社会を目標として、ライフスタイルを考えよう	生涯・流通・消費・廃棄の循環や社会に与える影響を考慮し、持続可能な社会を築いていこう	生産・流通・消費・廃棄の循環や社会に与える影響を考慮し、持続可能な社会を築いていこう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	契約とその他のルールを理解し、くらしを活かそう	契約トラブルに遭遇しないくらしの知識を伝えよう	生活環境の変化に対応し支えあいつながりながら生活を管理しよう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝えよう
消費者の参画・協働	協力することの大切さを知らせよう	物の運び方、買い方を考え適切に購入しよう	約束やきまりの大切さを知り、考えよう	物や金銭の大切さを気づき、計画的な買い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能や買い物の計画性を身につけよう	危険を回避し、物を安全に使う手かかりを知らせよう	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	身の回りや家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど情報モラルを知ろう	自分や家族を大切にしよう	身の回りや家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど情報モラルを知ろう
選択し、契約することへの理解と考える態度	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	欲しかったものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	欲しかったものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	欲しかったものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	欲しかったものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	欲しかったものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	欲しかったものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	欲しかったものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	欲しかったものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	欲しかったものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	欲しかったものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	欲しかったものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう
生活設計・管理する能力	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう
商品安全の理解と危険回避能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に伝えよう
トラブル対応能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	身の回りのさまざまな情報に気づこう	身の回りのさまざまな情報に気づこう	身の回りのさまざまな情報に気づこう	身の回りのさまざまな情報に気づこう	身の回りのさまざまな情報に気づこう	身の回りのさまざまな情報に気づこう	身の回りのさまざまな情報に気づこう	身の回りのさまざまな情報に気づこう	身の回りのさまざまな情報に気づこう	身の回りのさまざまな情報に気づこう	身の回りのさまざまな情報に気づこう
情報の収集・処理・発信能力	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど情報モラルを知ろう	消費生活情報収集の目的や特徴、選択の大切さを知らせよう	消費生活情報収集の目的や特徴、選択の大切さを知らせよう	消費生活情報収集の目的や特徴、選択の大切さを知らせよう	消費生活情報収集の目的や特徴、選択の大切さを知らせよう	消費生活情報収集の目的や特徴、選択の大切さを知らせよう	消費生活情報収集の目的や特徴、選択の大切さを知らせよう	消費生活情報収集の目的や特徴、選択の大切さを知らせよう	消費生活情報収集の目的や特徴、選択の大切さを知らせよう	消費生活情報収集の目的や特徴、選択の大切さを知らせよう	消費生活情報収集の目的や特徴、選択の大切さを知らせよう
情報とメディア	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報に対する批判的思考力	消費生活情報に対する批判的思考力



### 3 横浜市の現状と課題

#### (1) 消費者を取り巻く現状と横浜市の消費生活相談の状況

消費者を取り巻く現状を見ると、健康被害、食の安全を脅かす事件や製品事故等、消費者に被害を及ぼす事件事故が次々に発生し、中には、グローバルな背景を持つ事件の発生もみられます。

また、高齢者を狙う金融商品の詐欺的商法などでは甚大な被害が生じており、次々と新たな手口が出現し、ますます多様化、複雑化かつ巧妙化しています。

一方、横浜市は既に高齢社会を迎えています。横浜市に限らず、一人暮らしの高齢者や高齢者のみの世帯、日中は高齢者のみになってしまう世帯等が増えています。社会との関わりが薄くなっていく傾向も強くなってきており、トラブルがなかなか表面化しない問題も出てきています。

さらに、インターネットの進歩、普及により、インターネットショッピングなど電子媒体を利用した商取引がグローバル化しており、利便性が向上した一方で、万が一トラブルが発生した場合には事業者の実態がつかめない海外の事業者であり、追跡をした時には存在しなくなっているなど、発生した後では被害の回復が不可能になってしまう場合も多くなっています。

海外事業者とのトラブルの解決に向け、平成 23 年 11 月に「消費者庁越境消費者センター」が開設され、平成 27 年 4 月からは「国民生活センター越境消費者センター」に引継がれ、今後はアメリカやシンガポール、中南米諸国等の海外の相談機関と連携していくことが想定されています。

消費者に対しても、今はまさにグローバル社会に生きているということを感じ、様々な事象を見据えて対応し、主体的に情報収集していくことがより一層求められていくことが考えられます。

さて、横浜市での消費生活相談は近年約 22,000 件から約 25,000 件の間で推移しています。全体の相談件数の増減に合わせて各年代別の相談件数も推移する傾向がありますが、60 歳代以上の方の相談は年々増え続けています。

#### 【横浜市消費生活総合センター相談件数の推移】

(単位:件)

	平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度
相談件数	23,239	22,513	23,743	24,007	22,759	25,001
うち 60 歳以上	5,639	5,431	6,667	6,937	7,411	8,493
(%)	24.3%	24.1%	28.1%	28.9%	32.6%	34.0%

また、相談の解決に当たっても、消費生活相談員が間に立ってあつせんする必要のある相談も増加傾向にあります。

**【センターにおける相談のうちあつせん解決件数】**

(単位:件)

	平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度
相談件数	23,239	22,513	23,743	24,007	22,759	25,001
あつせん 解決件数	1,597	1,624	1,747	1,913	2,018	2,006

**【コラム④】消費生活相談員とは？**

横浜市をはじめ全国の消費生活センターでは、主に消費生活相談員が消費生活相談を受け付け、助言やあつせん等を行っています。

平成 27 年 1 月現在では、消費生活相談員の要件として主に次の 3 つの資格のうちのいずれかを有することが求められており、中には複数の資格を有する消費生活相談員もいます。

また、消費者安全法の改正により、今後、消費生活相談員は国家資格化されます。

●消費生活専門相談員（独立行政法人 国民生活センター）

国民生活センター及び各地消費生活センターで消費生活相談に携わる相談員の資質向上等を目的に創設された。1991 年試験開始（筆記・論文・面接）。

●消費生活アドバイザー（一般財団法人 日本産業協会）

もとは企業のお客さま相談室等の対応のための資格として創設されたが、後に消費生活センターでの相談対応のための資格の性格も併せ持つようになった。1980 年試験開始（筆記・論文・面接・実務研修）

●消費生活コンサルタント（一般財団法人 日本消費者協会）

各方面での地域リーダーと消費者問題の専門家養成を目的に創設された。1962 年講座開始（講義・実務、実習・終了論文、試験なし）。





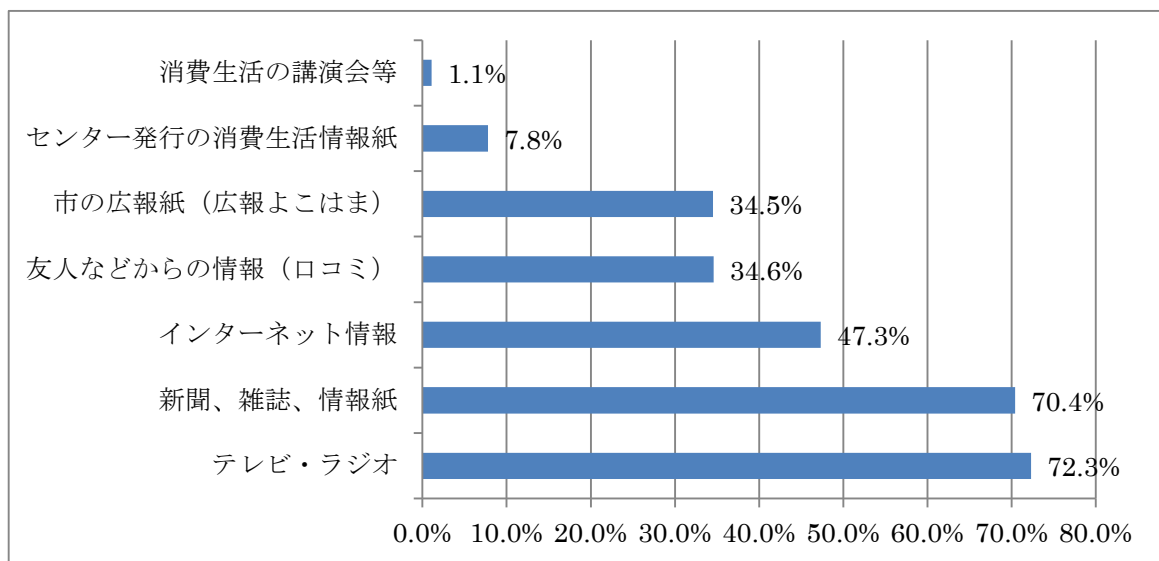
## (2) 本市消費者教育施策の現状と課題

横浜市には、消費者行政に関連した題材のビデオやDVD、消費生活総合センターや国、神奈川県等が作成したパンフレットやリーフレット、紙芝居やカルタなど各種の消費者教育・啓発のためのツールがありますが、教材を使う側からすると、内容が古い、ビデオを利用できる環境にない等、あまり使いやすいものではないという問題があります。

また、現在の主な周知、広報については、ホームページへの掲載や、広報紙の発行、セミナー・講演会等での啓発が主になっており、自らがアクセスをしなければ必要な情報を得られにくい状況になっています。横浜市消費生活実態調査（平成23年9月）では、消費生活情報の入手先は、テレビ・ラジオや新聞、雑誌等が中心になっています。

悪質業者の手口の変化が速く、デジタル系のトラブルが増えている中で、消費者自らの主体的な情報収集力がますます求められています。

【消費生活情報の入手先】 \*横浜市消費生活実態調査（平成23年9月）から



これまで横浜市では各担当部門において次のような消費者教育を展開してきました。

ア 消費者行政担当部門での消費者教育

- (ア) 教育委員会事務局と連携し、市立小、中学校及び高等学校への出前講座、教員研修、PTA 親子講座、教材配布等【学校対象】（経済局消費経済課）
- (イ) 消費生活推進員の地区活動用消費者教育・啓発用教材作成【地域対象】（経済局消費経済課）
- (ウ) 成人式に配布するリーフレットでの消費者教育・啓発【学校・地域対象】（経済局消費経済課）
- (エ) 出前講座、消費生活教室等の講座形式の消費者教育・啓発事業【地域・職域対象】（横浜市消費生活総合センター）
- (オ) 消費者教育・啓発用パンフレット等の作成及び配布【学校・地域対象】（横浜市消費生活総合センター）
- (カ) 子ども消費生活セミナー、簡易テスト指導教室等による消費者教育【家庭・学校】（横浜市消費生活総合センター）
- (キ) 消費者団体等による啓発及び消費者教育【学校・地域対象】（経済局消費経済課）

イ その他の部門での主な消費者教育

- (ア) 市立小、中学校及び高等学校における消費者教育（主に社会科、公民科、家庭科及び技術・家庭科）【学校対象】（教育委員会事務局）
- (イ) 地産地消の知識普及等【学校・家庭・地域対象】（環境創造局農業振興課）
- (ウ) ヨコハマ3R夢プランの普及啓発【学校・家庭・地域対象】（資源循環局3R推進課）
- (エ) 食育推進事業【学校・家庭・地域対象】（健康福祉局保健事業課）

これまでの横浜市の消費者教育は、各種の事業が実施されているものの、その取組などが有機的・体系的に整理されていなかったため、単発的な取組みにとどまっておりました。

## ウ 本市消費者教育施策の課題

### (ア) 横浜市消費生活推進員制度の現状

昭和 50 年代に制度が創設されて以来、消費生活推進員は自らの学習とともに地域でのきめ細やかな啓発の担い手として重要な役割を果たしてきました。また、制度自体も社会情勢に合わせた制度変更を行いながら円滑に運営されてきました。

しかし、地域に自ら働きかけるという面ではまだ十分に機能しきれていないところもあります。

また、横浜市の委嘱委員の見直しなどを契機に、各区の実情に合わせて実施することとなり、平成 26 年度においては 18 区中 6 区で制度の休止や、推進員の不在などが生じており、全市的に統一した施策を展開することが困難になっています。

### (イ) 見守り強化等高齢化社会の進展や障害特性に即した連携の推進

消費者市民社会の形成という視点では自ら主体的に考え、行動することが必要です。一方で年齢や障害などの要因により、自ら情報を得ることが困難な方がいるため、消費者からアクセスしなくても情報が得られるような情報提供の仕組みが必要です。

また、市民活動が活発な横浜市では、消費者問題に取り組む団体等が培ってきた情報がありますが、こういった情報が地域で活動する高齢者の見守り等の福祉関係団体等に届いておらず、有用な情報等を活かしてきれていないなどの現状があります。

### (ウ) 「消費者市民社会の形成」という視点による施策の体系化の必要性

学校、地域、家庭及び職域という形で生活圏域を分類した場合には、重層的な生活圏域において多くのコミュニティやネットワークに関わっており、その分厚く消費者教育を行える点で適切であると第 9 次横浜市消費生活審議会報告からの指摘があります。

しかし、消費者市民社会の形成という視点に基づく施策の体系化がされていないため、どのような領域・分野に手厚く消費者教育が行われているか、逆にどのような領域・分野であまり取組がなされていないかということが分かりにくい状況になっており、取組の弱い部分を可視化し、関係機関等との連携推進、取組強化、事業化等をしていくことが求められています。



### (3) 第9次横浜市消費生活審議会報告「新たな視点での消費者教育

#### について」について

「消費者教育の推進に関する法律」を踏まえ、第9次横浜市消費生活審議会において、横浜市の消費者教育のあり方が検討され、「新たな視点での消費者教育について」という報告書として本市に提出されました。

この報告において、横浜らしい消費者教育として、「国際都市としての消費者教育について」、「地域団体やNPO等との連携について」、「消費生活推進員の活用について」が挙げられました。

#### 報告書で示された3つの横浜らしい消費者教育

##### ア 国際都市としての消費者教育について

市内に立地する国際熱帯木材機関（ITTO）や国際連合食糧農業機関（FAO）駐日連絡事務所、JICA 横浜などの国際的な機関等とイベントの際の後援や共催をするような連携や、公益財団法人横浜市国際交流協会との連携のほか、在住外国人が消費生活上どのような事で困っているのかについて聞き取りを行う等の取組が有益である。

##### イ 地域団体やNPO等との連携について

横浜市は市民団体の活動が活発であり、市としても市民団体との連携に積極的に取り組んでおり、消費者団体等協働促進事業なども実施されている。消費者団体等が培ってきた消費者問題に係る情報等も多くあるので、これらの情報が地域の各団体に広く提供され、地域における周知に結び付くようにこれらの団体の情報発信力の強化を支援する必要がある。

##### ウ 消費生活推進員の活用について

消費生活推進員が自治会町内会の組織率が比較的高い横浜市において、地域に密着したキーアクターとしての活動が期待できる。すなわち、消費者市民社会形成に向けた視点を持った消費者教育を地域活動に取り入れることにより、横浜らしい取組ができるよう、消費生活推進員のさらなるレベルアップを図るとともに、啓発の推進を図るべきである。

この報告を受け、横浜市では、国際的な機関との連携等については報告の内容に沿った取組を進めていくほか、地域での取組の強化が重要であるとして、地域団体やNPO等との連携や消費生活推進員の活用について、横浜市ならではの取組に力を入れていくこととしました。

## 4 横浜らしい消費者教育の推進

横浜市では、この方向性を策定するにあたっては、行政、市民、消費者団体等及び事業者等が、横浜市が進めている「市民協働」の考え方により、共に学んでいくという視点を持って検討しました。

### (1) 横浜らしさからの視点…重点目標の設定

「消費者教育の推進に関する基本的な方針」において、既存の地域の見守りネットワークの活動の中で、消費者教育、啓発活動をより強化することが求められています。

また、先に述べたとおり、第9次横浜市消費生活審議会報告「新たな視点での消費者教育について」では消費生活推進員の活用に関する報告がされました。

これらを受け、本市では2つの項目について重点的に取り組むこととしました。

#### **重点目標 1 横浜市消費生活推進員による地域での啓発の活性化**

平成26年度現在、横浜市では約1,600人の横浜市消費生活推進員が委嘱されています。

横浜市は、大都市の中では自治会・町内会加入率が比較的高く、各地域で市民間の連携の取組みが進められています。一部ではすでに消費生活推進員が地域の支えあいの重要な構成員となっていますが、今後はより、地域包括支援センターなどと連携しながら、地域に根差したきめ細やかな啓発の重要な担い手としての役割が期待されます。

#### 〈取組〉

研修実施や啓発教材の開発、開発支援等により、消費生活推進員のスキルアップを図るとともに、活動のさらなる活性化を行い地域との連携を推進します。

あわせて、消費生活推進員が不在となっている区においても消費者団体等との連携により、地域への啓発を強化します。

### 【コラム⑤】横浜市消費生活推進員

横浜市消費生活推進員とは、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、昭和 56 年から多くの方々に委員として活動していただき、現在に至ります。

任期は 2 年で、最長で通算 3 期 6 年活動が可能です。

消費生活に関する知識を学習していただき、身に付けた知識による地域での啓発活動や情報発信、情報展示などの地区活動を通じて、地域に広げていく活動を行います。

このように消費生活推進員はコラム④の消費生活相談員とは異なり、地域での消費者教育・啓発、見守り活動などの重要な担い手です。

## 重点目標 2 地域における消費者教育の推進による高齢者、障害者への見守り強化

高齢社会において高齢者は身近な地域において能力を発揮することが期待されており、消費者市民社会の形成に参画できるような情報や知識を啓発していく必要があります。

しかしながら、一方では疾病や生活不活発等により、地域活動への参画が困難な状況になっている高齢者が多数存在しています。

消費生活相談においては、60 歳以上の方の消費者トラブルは訪問販売や電話勧誘販売によるものが 54.2% を占めており（平成 25 年度横浜市消費生活総合センター実績）、見守りを要する状況でありながら一人暮らしであったり、日中は家族が不在になること等により、トラブルに遭っていても問題が表面化しない恐れがあります。

また、障害者においても、主体的に社会に参加していく権利に即し、障害特性やライフステージに合わせた適切な消費者教育を必要としています。

高齢者や障害者に対しては、十分な情報が得られないことなどから、悪意のある事業者等による消費者トラブルに巻き込まれてしまうこともあり、様々な見守りの強化が必要です。

〈取組〉

見守りを必要とする状況の高齢者や障害者本人だけでなく、見守りを行う家族や関係施設等の職員等への消費者教育、啓発の充実を図ります。

また、地域における既存のネットワークなどとの連携等による見守り支援を図ります。

消費者トラブルに遭ってしまった場合に、高齢者や障害者本人だけでなく家族や関係施設等の職員等も困った時にはすぐに相談ができるように、日ごろからの地域とのつながりが重要です。地域における身近な相談者、地域で活動している様々な見守りのネットワークなどを活用し、高齢者や障害者を支援していくことが必要です。

見守りを要する人への教育や啓発だけでなく、見守りを行う家族などに対する啓発が重要になります。

さらに、見守りを行う人は、高齢者、障害者それぞれの特性に応じた、きめ細やかな配慮をする必要があります。

なお、地域による見守りや、公的サービス等社会とのつながりが薄いため、消費者被害に遭う危険があったり、被害に遭われてしまった場合に自主解決が困難な状況に陥ってしまう恐れがあったりする方々の存在を、どのように把握して見守っていくかという課題があるため、国や神奈川県、他都市等の状況を参考にしながら、既にある様々な取組に消費者市民社会の形成という視点をどのように取り込んでいくかについて今後検討していきます。



## (2) 消費者教育にかかる施策の体系化

本市の消費者教育推進の方向性は、「消費者市民社会の形成」の視点を盛り込んで、3つの目標とその達成に向けた基本方針を定め、目標ごとの消費者教育に関する施策を示し、総合的な推進を目指します。

### 目標 1 発達段階(年代)や場の特性(領域)に応じた体系的な消費者教育の実施

幼児期から高齢期までの各発達段階や様々な場の特性に応じた学習要素を体系的に明示します。

【取組】	【取組細目】
1 学校等における消費者教育の推進	1-①幼児期における消費者教育の推進 1-②小学校、中学校期における消費者教育の推進 1-③高等学校における消費者教育の推進 1-④大学・専門学校等における消費者教育の推進 1-⑤障害等により支援が必要な幼児・児童・生徒への消費者教育の推進
2 地域社会における消費者教育の推進	2-①高齢者に対する消費者教育の推進 2-②障害者に対する消費者教育の推進 2-③若者に対する消費者教育の推進 2-④成人一般に対する消費者教育の推進 2-⑤地域の相互支援による消費者教育
3 家庭における消費者教育の推進	3-①健やかな暮らしに関する消費者教育の推進(食育等) 3-②危害・危険から身を守るための消費者教育の推進 3-③情報社会のルール・モラルの啓発・教育
4 職域における消費者教育の推進	4-①消費者であるとともに家庭人・地域人でもある従業員への消費者教育の推進 4-②企業が消費者の声を改善に活かす仕組みづくりに必要な情報提供 4-③企業としての社会的責任意識を高める教育



## 取組 1 学校等における消費者教育の推進

小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校等における学校教育では、教育基本法や学校教育法に則り、児童及び生徒の「生きる力」を育むことを目標とし、学習指導要領に基づいて、児童及び生徒が自立した消費者として成長するための基盤を培う消費者教育に関する授業等を実施することにより、発達段階や障害特性に応じた消費者教育を推進します。

### 【幼児期における消費者教育の推進（取組細目 1－1－①）】

就学前の幼児期では、生活の場の多くが家庭または地域であり、家族や周囲へ関心を持ち、生活上の決まりやルールなどを覚えていく時期に当たります。幼児に対しては、わかりやすく興味を引くような方法による啓発を進めます。

一方、幼児期においては、階段やベッドなどからの転落、風呂場での溺水、調理器具や暖房器具等によるやけど、たばこやボタン電池などの誤飲・誤えんなど、身体・生命にかかわるトラブルに遭う可能性が高いため、幼児に対するほか、保護者に対して子どもの安全を守るための身の回りの危険性に関する知識の普及啓発を推進します。

また、健やかな成長のための食育に関する普及啓発についても推進します。

### 【小学校、中学校期における消費者教育の推進（取組細目 1－1－②）】

小中学校では学習指導要領に基づき、主に社会科や家庭科及び技術・家庭科において消費者教育に関する内容が充実されました。しかし、消費者教育の内容はまさに生きる力を身に付ける教育であることから、学校で学んだことを実践することができるよう、講義形式のみの授業にとらわれず、実践型、体験型学習の形式を取り入れたり、保護者と児童双方に対する消費者教育を授業参観やPTAにおける生涯学習などで実践するなど、学校教育と家庭教育との連携を強化する取組を検討し、推進します。

**【高等学校における消費者教育の推進（取組細目1-1-③）】**

高等学校においても学習指導要領に基づき、公民科や家庭科において消費者教育に関する取組が行われています。高校生は卒業後就職したり一人暮らしを始めたりする場合もあり、消費者被害に遭う危険性が高まります。

このため、高等学校において、生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任、消費者市民社会の形成に参画することの重要性などについて理解をし、社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できるような能力を育む必要があります。

高校生が主体的に消費者教育に取り組む意向がある場合には、その主体性を尊重し、活動の推進に資するような知識を啓発し、教材、情報提供等の支援を行います。

**【大学・専門学校等における消費者教育の推進（取組細目1-1-④）】**

大学、専門学校等では未成年者と成年者が混在しており、消費者の権利と責任が大きく変化するため、学生への生活支援のほか、自立した社会人としての消費者、職業人としての生産者・サービス提供者の育成等を行う必要があります。

近年、大学等のサークル活動を通じてのマルチ商法によるトラブルが増加しており、被害に遭わないための消費者教育とともに消費者トラブルの加害者にならないための教育も必要です。

また、活動内容によっては、サークル活動やボランティア活動等により、消費者市民社会の形成に参画したり、消費者教育の担い手になる可能性も大きいいため、講座等の実施による教育の実施や地域情報等の提供、コラボレーションによる教材開発の検討等を行います。また、企業や団体、行政等との連携を図っていくことでも力を発揮することが可能です。

**【障害等により支援が必要な幼児・児童・生徒への消費者教育の推進（取組細目1-1-⑤）】**

学校教育における消費者教育は、障害の有無に関わらずすべての幼児児童生徒を対象として、「社会の一員として、よりよい市場、よりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者」の育成、「消費者市民社会」の構築を目指しています。

障害のある幼児・児童・生徒への消費者教育においては、一人ひとりの障害特性や発達段階に応じて、適切な指導内容を選定し、将来の自立した消費者としての生活を見据えて系統性のある指導・支援を行っていくことが重要です。そのために、様々な障害特性に合わせた教材や指導方法等の工夫を蓄積し活用していくための体制づくりや、指導者の研修・育成が必要です。

また、学校教育だけの取組で終わるのではなく、卒業後の地域生活における消費者教育につなげていくことも必要です。

**【コラム⑥】「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」（平成23年3月、文部科学省）に示された消費者教育の目的**

①消費者の権利を実現し、消費生活の安定と向上を図るため、消費に関する基礎的・基本的な知識及び技能を習得し、これらを活用して消費者被害等の危機を自ら回避する能力、将来を見通した生活設計を行う能力、及び、課題を解決する実践的な問題解決能力をはぐくむ。

②自己の利益だけを求めるのではなく、他者や社会とのかかわりにおいて意思決定し、よりよい社会を形成する主体として、経済活動に関して倫理観を持って責任ある行動をとれるようにする。

③消費を、持続可能な社会を実現するための重要な要素として認識し、持続可能な社会を目指してライフスタイルを工夫し、主体的に行動できるようにする。

**取組2 地域社会における消費者教育の推進**

**【高齢者に対する消費者教育の推進（取組細目1-2-①）】**

超高齢化社会を迎えている現在、いわゆる団塊の世代が65歳以上になってきており、職業人の第一線から地域、家庭中心の生活にシフトしつつあります。

こうした方々が、これまでに培ってきた知識や経験を自己実現のみならず地域活動等で発揮されることにより、地域活動の重要な担い手になって行くことが望まれます。日ごろ行っている地域活動の一端に消費者市民社会の形成に参画できる視点を取り入れられるよう、情報提供や教育、活動の側面支援等を実施していきます。

**【障害者に対する消費者教育の推進（取組細目1-2-②）】**

障害者は、消費者トラブルに巻き込まれないように見守りや支援を受けるだけではなく、主体的に意思決定を行い自ら考え自立した消費者市民として生活する権利を有しています。

そのためには、学校教育における消費者教育の充実だけでなく、卒業後の地域生活における消費者教育の場を整備し、地域での支援者・相談者とのつながりを強化するなど、変化の激しい社会においても安心していきいきと消費生活を送ることができる環境づくりを行うことも必要です。そのために、地域での障害者への消費者教育を行う人材の育成や、既存の支援団体等との連携を推進します。

**【若者、成人一般に対する消費者教育の推進（取組細目 1-2-③、④）】**

若者については、その大半が就学または就労している可能性が高いため、地域社会における消費者教育とのかかわりが薄い恐れがあります。消費者問題に取り組む学生のサークル等と地域社会を結びつけることにより地域を活性化させたり、子ども会活動やジュニアボランティア等の中に消費者教育の視点、メニューを取り込むことにより若い世代でかつ消費者教育をこれまであまり受ける機会がなかった若者層への教育に取り組みます。

広く成人一般に対しては、消費生活総合センター、消費生活推進員、事業者団体等による普及啓発活動がこれまでも行われてきました。今後は、これまで単体、単発的に行われた各種事業を共催などにより、より効果的に行うなどの工夫をします。

また、外国人の方に対しても、日本の商取引習慣に関する情報や知識を得たりすることができるよう、地域の中で関わっていける方法等を検討していきます。

**【地域の相互支援による消費者教育の推進（取組細目 1-2-⑤）】**

地域には、自治会・町内会や、集合住宅の管理組合等の自治組織や様々な福祉関係団体等があり、その中で日々の暮らしだけでなく、防災の観点などでも、「自助・共助・公助」の考え方のもと、相互に助け合い、支えあいながら地域課題を解決しつつ、住みよい地域社会の形成をめざしています。

横浜市消費生活推進員や消費者団体、NPO、事業者団体や学生等、地域での消費者教育や啓発の多岐にわたる担い手から、必要な情報が地域に伝わり、地域の各団体との連携が進んでいくように働きかけていきます。

### **取組 3 家庭における消費者教育の推進**

**【健やかな暮らしに関する消費者教育の推進（取組細目 1-3-①）】**

金銭管理や物を大切にするなどほか、環境に配慮した行動等については、家庭での教育が重要であることから、これらの情報、知識の普及啓発を促進します。

特に、子どもを育てる場面においては食育が重要であることから、食育に関する情報発信も行います。

**【危害・危険から身を守るための消費者教育の推進（取組細目 1-3-②）】**

先にも述べたように、特に乳幼児においては生命、身体への重大な被害が発生する可能性もあることから、保護者に対してこのような危害情報を発信します。

また、保護者は子どもに契約することの責任や、被害から身を守ることを最初に教える立場にあるため、こうした情報についても積極的に周知します。

また、家庭では介護や見守りを必要とする家族がいる可能性もあるため、見守る立場に必要な消費者問題解決の知識の普及啓発を進める必要があります。

**【情報社会のルール・モラルの啓発・教育（取組細目 1-3-③）】**

情報社会において、携帯電話やスマートフォン等の機器を所有する年齢も低年齢化しています。これらの機器の操作性も簡便化されてきており、誤ってボタンをクリックするなど、比較的容易な方法で出会い系サイトやアダルトサイト、海外通販サイト等に誘導され、消費者トラブルに遭ってしまうことがあります。また、契約にまつわるトラブル以外にも、個人情報保護や著作権侵害などのトラブルに遭う危険性もあります。

また、未成年者のオンラインゲーム利用によるトラブルも多発しています。

保護者には情報リテラシーを養うためのルール、オンラインゲームの仕組み、契約の意義と契約に伴い生じる責任等について子どもに教える必要があるため、これらについて必要な情報提供や啓発を行う必要があります。

## **取組 4 職域における消費者教育の推進**

**【消費者であるとともに家庭人・地域人でもある従業者への消費者教育の推進（取組細目 1-4-①）】**

職域においては、供給者・提供者側としての立場で消費者と相対しますが、職場を離れば、すべての人は消費者であり、さらに家庭人であり地域に関わりを持っている場合も多いため、事業者の社員教育として消費者教育に取り組むことは非常に意義があります。このような場面への教材、資料提供や、講師の紹介などにより事業者における社員への消費者教育の推進を図ります。

中でも、社会人経験の浅い若者や定年退職を控えた年齢層においては、その年代に多いトラブルを回避することを目指し、年代に即した普及啓発を推進します。

【企業が消費者の声を改善に活かす仕組みづくりに必要な情報提供（取組細目1-4-②）】

あらゆる組織は、組織活動が社会及び環境へ与える影響に責任を持ち、あらゆるステークホルダー（利害関係者）からの要求に対して適切な意思決定をすることが必要であり、これは組織の社会的責任とされています。

特に事業者には、持続可能な社会の実現に向け貢献する社会的責務があり、そのためには責任説明や透明性などの原則に基づき、地球環境への配慮等の社会的責任を果たすことが必要です。

また、消費者市民社会の形成という観点からは、事業者は消費者から寄せられた意見等を製品やサービスの改善に反映させるという好循環を展開する必要があるため、消費者の声を改善に活かす仕組みづくりに必要な情報提供等を行います。

### 【コラム⑦】社会的責任（Social Responsibility）について

〈社会的責任とは〉

- 組織活動が社会及び環境に及ぼす影響に対して組織が担う責任
- 様々な組織が持続可能な社会への貢献に責任をもつ
- 企業の社会的責任＝CSR（＝Corporate Social Responsibility）

〈社会的責任を果たすための7つの原則〉

- ① 説明責任 ② 透明性 ③ 倫理的な行動 ④ ステークホルダーの利害の尊重 ⑤ 法の支配の尊重 ⑥ 国際行動規範の尊重
- ⑦ 人権の尊重

〈社会的責任を果たすメリット〉

- ◎ 社会からの信頼を得る
- 法令違反などによって事業継続が困難になることを回避
- 組織の評判、知名度、ブランドの向上
- 従業員の採用・定着、士気向上、健全な労使関係への効果
- 消費者とのトラブルの回避、その他ステークホルダーとの関係向上
- 資金調達の円滑化、販路拡大、安定的な原材料調達

\* 国際規格として ISO26000 がある。

**【企業としての社会的責任意識を高める教育（取組細目 1－4－③）】**

前述の社会的責任意識を高めることは、社会からの信用が高まる、組織の知名度の向上などのほか、企業の従業員の士気向上などにもよい影響を果たすものです。このことに対する企業の理解を深め、企業が社会的責任意識を高める教育を積極的に実施できるように必要な情報提供や教材支援などを行います。

**目標 2 消費者教育推進の担い手の育成、担い手間の連携、市民との協働の実現**

目標 1 に定めた目標達成に向け、各事業等の担い手を育成し、異なる担い手間の連携を促進することにより、市民と行政との協働を促進します。

【取組】	【取組細目】
1 小中学校、高等学校及び特別支援学校における消費者教育を担う教職員への支援	1－①研修機会の提供や情報提供 1－②指導事例の検討や事例集作成など 1－③他の担い手との連携の促進
2 職域との連携による消費者教育の担い手の育成	2－①CSR活動としての消費者教育の支援、情報共有 2－②企業啓発教材の活用 2－③お客様相談室等消費者窓口等との連携
3 地域における消費者教育の担い手の拡充、育成	3－①地域の見守りネットワークへの消費生活に関する担い手の参画によるセーフティネットの強化 3－②横浜市消費生活推進員による地域での啓発の活性化（再掲）

**取組 1 小中学校、高等学校及び特別支援学校における消費者教育を担う教職員への支援**

**【研修機会の提供や情報提供（取組細目 2－1－①）】**

従前からの学校教育の場では消費者教育が行われており、関わる教師の研修受講等が行われていましたが、参加者が一部に限られたり、消費者行政部門及び教育部門それぞれで研修を開催しているなど、相互連携が弱か

った点を改善するため、消費者行政部門と教育部門の情報共有を強化し、共催で研修を実施したり、他機関、外部機関の研修情報等を整理して情報提供するなど、関わる教師への情報伝達を円滑に行います。

**【指導事例の検討や事例集作成など（取組細目 2-1-②）】**

消費者行政部門及び教育部門が連携し、カリキュラムの限られた時間の中でも効果的に授業実践ができる教材の開発等を検討します。

**【他の担い手との連携の促進（取組細目 2-1-③）】**

学校における消費者教育の推進には、消費者教育だけではなく、地域の消費者団体や消費生活推進員、学生協働ボランティア等との連携、啓発教材を作成し普及啓発活動を行っている事業者や、弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家との連携を促進することにより効果的な消費者教育に取り組みます。

## **取組 2 職域との連携による消費者教育の担い手の育成**

**【CSR 活動としての消費者教育の支援、情報共有（取組細目 2-2-①）】**

事業者が社会的責任を果たすことにより消費者との間のトラブルを回避できるメリットや企業としての信頼を高めることにもつながります。

すでに CSR 活動として消費者教育・啓発に取り組んだり、環境に配慮した活動を行う等、企業イメージを高めている事業者もいます。

このような事業者との情報共有等の連携を行うとともに、新たに消費者教育に取り組む事業者が出てくるよう、情報発信・提供を進めます。

また、事業者が今後、企業活動を通じて消費者教育、啓発に取り組めるようなきっかけづくり等の検討を行います。

**【企業啓発教材の活用（取組細目 2-2-②）】**

企業によってはすでに、優れた消費者教育用の教材等を開発しており、インターネット上でダウンロードして活用できる場合もあります。このような情報提供を行うことにより、企業が既存の教材を積極的に活用しながら消費者教育が行われるような支援を行います。

**【お客様相談室等消費者窓口との連携（取組細目 2-2-③）】**

企業には、顧客からの問合せや苦情等に対応しながら商品・役務の改善に結び付けていくための、お客様相談室等の消費者窓口を設けている場合があります。こうした消費者向け窓口との情報交換や連携を密接に行うことにより、効果的な消費者教育について検討するなど、コラボレーションの可能性を検討します。



### **取組 3 地域における消費者教育の担い手の拡充、育成**

【地域の見守りネットワークへの消費生活に関する担い手の参画によるセーフティネットの強化（取組細目 2-3-①）】

現在各区では区、とりわけ各地区の実情に応じた構成員、内容による見守り活動のネットワーク化が進められていますが、多くの地区では福祉保健や防犯の視点からのネットワークとなっています。また、すべての地区がこのようなネットワーク化をされているわけでもないのが現状です。

見守りを要する状態の人が消費者トラブルに遭う危険が増加しているため、消費生活推進員や消費者団体等がこのネットワークに参画することにより、訪問販売や電話勧誘販売などの表面化しにくい消費者トラブルの未然防止や被害の早期回復を目指すとともに、これらの担い手がネットワーク構成員に対して消費者知識の普及啓発を行います。

ネットワーク化が進んでいない地区に対しては、地域包括支援センターや地区社協などとの連携をより進めながら、見守りや情報発信の担い手を拡充していきます。

また、横浜市と消費者団体等が協働して実施する消費生活に関する教育啓発講座等により、各区や地域等、対象者や地域特性に合った事業を展開し、消費者被害の未然防止や消費者市民社会の形成を図ることを目指します。

【横浜市消費生活推進員による地域での啓発の活性化（再掲、取組細目 2-3-②）】

15 ページ『重点目標 1』のとおり

### **目標 3 国・県等との連携及び市内消費生活関連分野等との連携**

消費者教育の推進に向け、関連する教育や施策等の連携を密接に行い、体系的な実施をしていきます。

【消費者庁・神奈川県との連携】

当該計画は消費者教育推進法その他、国の基本方針を基にしつつ、神奈川県の計画の方向性に沿って策定しているため、実施においても、消費者庁及び神奈川県の動向等を踏まえた上で、必要な連携をしながら推進していきます。

### 【関連する教育との連携】

消費者教育推進法第3条において、「環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携を図ること」が求められており、これらの教育と連携しながら消費者教育を効果的に推進します。

#### 〈環境教育との連携〉

ESD（コラム⑧参照）の視点を取り入れた環境教育の他、地球温暖化や生物多様性の危機といった環境問題について、自ら考え、行動することが重要とされており、消費者教育との関連が深い分野であるため、積極的に連携を深めていきます。

横浜市では、ヨコハマ・エコ・スクールなど、さまざまな環境教育施策を実施しています。

### 【コラム⑧】ESD（持続可能な開発のための教育）について （『ユネスコスクールと持続発展教育（ESD）』、日本ユネスコ国内委員会）

ESD（Education for Sustainable Development）とは持続可能な社会づくりの担い手を育む教育です。

2002年第57回国連総会で2005年から2014年までを「国連持続可能な開発のための教育の10年」と定め、「持続可能な開発の原則、価値観、実践を教育と学習のあらゆる側面に組込んでいくこと」が全体目標と定められました。

その後、2014年以降もESDを推進していくこととされ、「ESDに関するグローバル・アクション・プログラム」が後継計画として2014年11月のESDに関するユネスコ世界会議に諮られました。

#### 〈食育との連携〉

食の安全性に関する知識や理解を深めるほか、食に関するマナーの習得や地産地消等は持続可能な社会の形成を目指す消費者教育の課題と重なることから、連携を深めていきます。横浜市では、「横浜市食育推進計画」に基づいた各種の施策を実施していきます。

## 【コラム⑨】「横浜市の都市農業における地産地消の推進等に関する条例」について

「横浜市の都市農業における地産地消の推進等に関する条例」が平成27年4月1日に施行されました。

時代の変化に応じた自然環境と共生しながら後世に農業を継続することを基本とし、安全で安心な市内産農畜産物の提供による市民の健全な食生活の確保並びに6次産業化などによる農畜産物の付加価値向上につなげるため、基本的事項を定め、横浜市、生産者、事業者及び市民が協力して取り組むことを定めています。

### 条例の体系

#### 1条～3条

・目的 ・定義 ・基本理念

#### 4条～7条

・市の責務 ・生産者の役割 ・事業者の役割 ・市民の役割

#### 8条～17条

・広報活動 ・生産者、事業者及び市民の情報の共有等 ・市の施設等における市内産農畜産物の利用促進 ・市内産農畜産物等のブランド化 ・観光資源としての活用  
・6次産業化の推進 ・食育との連携 ・組織体制の整備 ・財政上の措置 ・委任



### 条例に示される消費及び消費者教育の該当箇所〈抜粋〉

#### 第7条（市民の役割）

市民は、都市農業の振興に対して理解を深めるとともに、市内産農畜産物を消費するよう努めるものとする。

#### 第8条（広報活動）

市は、地産地消に関する事業者及び市民の関心及び理解を深めるため、広報その他必要な措置を講ずるよう努めるものとする。

#### 第9条（生産者、事業者及び市民の情報の共有等）

市は、生産者、事業者及び市民が市内産農畜産物の利用に関する情報の共有及び相互理解を深めていくために必要な施策を実施するものとする。



#### 〈金融教育との連携〉

金融や経済についての知識の他、家計管理や長期的な生活設計を行う能力、保険商品などの金融商品の適切な利用選択を行える能力を身に付けることは、自立した消費生活を営む上で不可欠な要素であり、かつ消費者教育の重要な要素であることから、金融教育との連携を進めていきます。

#### 〈国際理解教育との連携〉

国際理解教育は、国内外の社会情勢及び地球環境に与える影響を自覚する点において、消費者市民社会の形成に向けた教育と関わるため、連携を進めます。

そのほか、在住外国人に対する日本の消費文化、慣行等の理解促進も図ります。

#### 〈法教育との連携〉

商品やサービスの自由な選択と契約をすることの意味を考え、理解することは、自立した消費生活を営むために欠かせないことであるため、法教育との連携を進めます。

#### 【庁内をはじめとする関係団体等との連携の推進】

庁内関係局区・課との連携強化のみならず、福祉部門の関係団体、弁護士等の専門家等、関連する団体等との連携を推進していきます。

### (3) 横浜市の消費者教育推進の拠点

「消費者教育の推進に関する基本的な方針」において、消費生活総合センターを消費者教育センターと位置付けて消費者教育の拠点とすることが期待されています。また、消費者教育センターの機能として、地域住民に消費者教育を提供する場及び消費者教育の担い手を支援する場となることが期待されています。

横浜市では従前から、経済局消費経済課の他、横浜市消費生活総合センター及び各区地域振興課において消費者行政にかかわる事務を分掌し、相互に連携をしながら施策を実施してきました。

国の方針を受けて、横浜市では従前からのこれらの3つの部門が相互補完し、連携することにより、「消費者教育センター」の機能を担い、各種の制度、施策、主体、担い手等の有機的・総合的活動の推進母体としていきます。

相互補完・連携し  
**「消費者教育センター」**  
の機能を担う

経済局消費経済課（企画、施策検討、啓発）
横浜市消費生活総合センター （相談、啓発、場の提供）
各区地域振興課・教育委員会事務局・他の区局 （各区・各領域における事業の推進）

## 消費者教育に関する取組の分布

「消費者教育が育むべき力（3ページ・コラム③）」ごとに既存の事業を整理し、どの目標・取組（14～29ページ）に該当するかを示し、どの発達段階（年代）、どの領域に関わっているのかを「見える化」しました。

※平成25年度の事業計画をベースに作成しています。



消費教育に関する取組の分布（重点項目）

…直接的に影響を受ける領域

…直接の対象領域

施策・事業名	事業概要	所管・関連	目標・取組	方向性	重点項目		発達段階				領域						
					重点1	重点2	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人一般	期高齢期	学校等	地域	家庭	職域	
																	若者
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。	経済局 区地域振興課	重点項目1(P.14) IIの3の①(P.26)	新規													
悪質商法被害未然防止講演会	シニア大学へ講師派遣し、悪質商法被害未然防止や高齢者の見守りに関する講演会を行う。	消費生活総合センター 市老人クラブ連合会	重点項目2(P.15) Iの2の①(P.20)	実施													
地域活動の担い手発掘に向けた情報共有	地域に根ざした関係機関との情報共有、連携を深めることにより、地域での見守りや消費者教育・啓発の担い手を拡充する。	経済局 区地域振興課 区福祉保健課 区・地区社会福祉協議会 地域包括支援センター 市内大学 等	重点項目1(P.14) 重点項目2(P.15) Iの2の④(P.21) IIの3の①(P.26)	推進													
消費者団体等との協働による消費者教育啓発講座	市民の発想や手法を活かした消費者団体等からの提案に基づく消費者教育啓発講座の実施に対し、市が活動を支援する。	消費者団体等 経済局	重点項目1(P.14) Iの1の①~⑤ (P.17~19) Iの2の①~⑤ (P.20~21) Iの4の①(P.22)	実施													
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。	経済局 推進員制度運用区	重点項目1(P.14) Iの2の①~⑤ (P.20~21)	推進													
消費者教育ポータルサイトの周知、活用促進	高齢者や障害者への見守りを行う方や子育て中の方に対し、自学可能な教材等や情報が掲載されたポータルサイトの周知をおこなう。	経済局	重点項目2(P.15) Iの1の①(P.18) Iの3の①~③ (P.21~22) Iの4の①(P.22) Iの4の③(P.24)	実施													
高齢者を対象とした食育の普及・啓発	高齢者を対象とした食育講座を開催する。身近な施設での食を通して地域交流をすすめる。	健康福祉局	重点項目2(P.15) Iの2の①(P.20)	実施													
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。	資源循環局	重点項目2(P.15) Iの1の①~④ (P.18~19) Iの2の①~④ (P.20~21) Iの3の①(P.21) Iの4の①(P.22)	実施													

消費者教育に関する取組の分布（重点項目）

…直接的に影響を受ける領域

…直接の対象領域

施策・事業名	事業概要	所管・関連	目標・取組	方向性	重点項目		発達段階				領域						
					重点1	重点2	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人	若者	期	学校等	地域	家庭	地域
					重点1	重点2	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人	若者	期	学校等	地域	家庭	地域
高齢者利用施設への講師派遣	地域ケアプラザ等の高齢者利用施設に講師(消費生活相談員)を派遣し、消費者被害未然防止に関する講座を行う。	消費生活総合センター	重点項目2(P.15) Iの2の①(P.20)	推進													
消費者被害未然防止啓発	高齢者向けリーフレットを作成し、配布する。	消費生活総合センター	重点項目2(P.15) Iの2の①(P.20)	実施													
地域に根ざした高齢者向け消費者啓発	情報が届きにくい高齢者に対する、福祉関係者との連携による消費者啓発等を実施する。	消費生活総合センター 区・地区社会福祉協議会	重点項目2(P.15) Iの2の①(P.20)	推進													
出前講座	①消費生活推進員や自治会・町内会等が開催する悪質商法に関する講座へ講師派遣する。 ②障害者団体等が開催する悪質商法に関する講座へ講師派遣する。	経済局 消費生活総合センター	重点項目2(P.15) Iの2の①~④ (P.20~21)	推進													
教職員向け消費者教育セミナーの実施	特別支援学校教員を対象に、家計管理や巻き込みのセミナーを実施する。	教育委員会事務局	重点項目2(P.15) IIの1の①(P.24)	実施													
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。	教育委員会事務局 経済局	重点項目2(P.15) IIの1の②、③(P.25)	検討、推進													



目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	目標・取組	発達段階						領域					
					幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人・若者	成人・高齢期	学校等	地域	家庭	職業		
	専門家派遣による出前講座	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校、高等学校及び特別支援学校へ派遣し、消費者教育に係る出前講座を実施する。	経済局	Iの1の②(P.18) Iの1の③(P.18) Iの1の⑤(P.19)												
	子ども消費生活セミナー	身近な事を題材にした消費生活に関する教室を子供を対象に開催する。	消費生活総合センター	Iの1の②(P.18) Iの3の①(P.21)												
	啓発用ポスター・リーフレットの配布	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、市内高等学校に配布する。	消費生活総合センター	Iの1の③、④(P.18～19)												
	新成人に対する消費者教育・啓発	新有権者ダイレクトメール「はたちブック」に、新成人に対する消費者教育・啓発に関する記事を掲載する。	経済局	Iの1の④(P.19)												
	若者向け消費者啓発	若者向け媒体(情報紙等)等を利用した悪質商法手口などの啓発を行う。	消費生活総合センター	Iの1の④(P.19)												
	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・教育を実施する。	(公財)横浜市消費者協会	Iの1の④(P.19)												
	消費者行政インターシッブ	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、インターシッブ生を受け入れる。	経済局 (公財)横浜市消費者協会 市内大学	Iの1の④(P.19)												
	消費生活教室	消費者団体や消費生活推進員と検討したテーマ等により、消費生活に関する幅広い知識を提供する。	消費生活総合センター 推進員制度運用区 消費者団体等	Iの2の①～④(P.20～21) Iの3の①(P.21)												
	簡易テスト教室	食品等についての簡易なテストを通じ、身近な生活に関する科学的に考え、正しい知識を得るための教室を開催する。	消費生活総合センター	Iの2の①～④(P.20～21)												
	専門家派遣による消費者教育教員研修	弁護士やファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校及び高等学校教師による教科別研究会等に派遣する。	経済局	IIの1の①(P.24)												
	消費者教育ライブラリー	市内小・中学校、高等学校及び特別支援学校に消費者教育に関するビデオやDVD等を貸し出す。	経済局	IIの1の①(P.24)												
	啓発教材の配布	消費者教育に関するパンフレット等を市立小・中学校及び高等学校に配布する。	経済局	IIの1の①(P.24)												

消費者教育全般

消費教育に関する取組の分布

…直接的に影響を受ける領域

…間接的に影響を受ける領域

目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	目標・取組	発達段階						領域			
					幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人・若者	高齢期	学校等	地域	家庭	職域
消費者教育全般	簡易テスト指導教室(教員対象)	学校での消費者教育等で活用できる簡易なテスト方法を学ぶ教室を開催する。	消費生活総合センター	IIの1の①(P.24)	実施									
	効果的な消費者教育教材の作成に向けた検討	教科別研究会などの場で、教育現場で活用しやすい教材について、意見交換をしながら教材開発を目指す。	経済局 教育委員会事務局	IIの1の②(P.24)	検討、推進									
	食教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。	教育委員会事務局	Iの1の②、③(P.18)	実施									
	職域との連携強化	事業者団体等との連携を深め、企業による消費者教育、従業員に対する消費者教育を推進する。	経済局 関係事業者団体 NPO法人 等	IIの2の①~③(P.25)	仕組みづくり、実施									
	乳幼児の親・妊産婦対象の食育の情報提供	保育園児、妊産婦へチラシ・パンフレット等を配布する。 市ウェブサイトへ私立保育所の給食メニューを掲載する。 食育イベントで食育に関する情報提供を行う。	こども青少年局 健康福祉局	Iの1の①(P.18) Iの3の①(P.21)	実施									
消費者市民社会の構築	夏休み子ども実験教室	小学生を中心に簡易な実験を通じて、賢い消費者を育成するための教室を開催する。	消費生活総合センター	Iの1の②(P.18)	実施									
	ヨコハマ・エコ・スクール(YES)	『横浜で地球を学ぼう』をキッカチフレーズに、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。	温暖化対策統括本部	Iの1の④(P.19) Iの2の③~⑤(P.21) IIの2の②(P.25)	実施									
	環境教育出前講座	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、3R夢等について、市内の小・中学校や地域に、市職員・企業・NPOなど専門知識をを持った職員等が出向き出前講座を実施する。 例：生物多様性でYES！ 等	環境創造局 温暖化対策統括本部 資源循環局 道路局 建築局 水道局	Iの1の②~④(P.18~19) Iの2の①~③(P.20~21) IIの2の①(P.25)	実施									
	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。	資源循環局	Iの1の①~④(P.18~19) Iの2の①~④(P.20~21) IIの2の①~③(P.25)	実施									
	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。	資源循環局	Iの2の⑤(P.21) IIの3の①、②(P.26)	実施									

目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	目標・取組	発達段階						領域						
					幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人・若者	成人・高齢者	期	学校等	地域	家庭	職業		
消費者市民社会の構築	リデュース(発生抑制)の促進	市民・事業者・行政の協働によるリデュースを推進する。	資源循環局	Iの1~4 (P.18~23)													
	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	資源循環局 環境創造局	Iの2の⑤(P.21) IIの3の①、② (P.26)													
	生産現場についての普及・啓発	生産現場の情報を積極的に提供し、生産現場を身近に感じるような試みを実施する。	経済局 環境創造局	Iの1の①~③ (P.18) IIの3の①、② (P.26)													
	地産地消を推進する人材の育成	農家や農協の食農教育実践者への支援を行う。	環境創造局	IIの2の①~③ (P.25) IIの3の①、② (P.26)													
	国際理解教育との連携	市内に所在する国際関係機関との連携を深め、在住外国人に対する消費者啓発の手法について検討する。	経済局 (公財)横浜市国際交流協会、ITTO(国際穀帯木材機関)、FAO(国際連合食糧農業機関)駐日連絡事務所、JICA(国際協力機構)等	Iの1の①~⑤ (P.18~19)													
商品等やサービスの安全	食品ロス削減に向けた普及・啓発	食べ残しをしないことを呼び掛けるキャンペーンの実施や、食品関連事業者への立ち入り調査の際、食品廃棄物等の発生状況についての聞き取り調査やチラシ等による啓発を実施する。	資源循環局 教育委員会事務局	Iの1の①~⑤ (P.18~19)													
	食品表示・安全講座	消費者の食品の表示・安全に対する知識や理解を深めることを目的に、食に関する講演会を開催する。	消費生活総合センター	Iの2の③、④ (P.21)													
	子どもの安全に関する情報の周知	「子どもを事故から守る！プロジェクト」(消費者庁)の周知を図る。 「子ども安全メールfrom消費者庁」の周知を図る。 子どもに関わる重大事故、注意喚起情報を発信する。	経済局	Iの1の① (P.18) Iの3の② (P.22)													
	食の安全の普及・啓発	「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供を行う。	健康福祉局	Iの1~4 (P.18~23)													

…直接的に影響を受ける領域

…間接的に影響を受ける領域

…直接的に影響を受ける領域

…間接的に影響を受ける領域

# 消費教育に関する取組の分布

目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	目標・取組	発達段階						領域		
					幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人・若者	成人・高齢期		学校等	地域
商品等やサービスの安全	消費者及び食に関する事業者への取組み	市民や食に関する事業者を対象とした食品衛生に関する講習会を開催する。 (661回、29,106人)	健康福祉局	Iの1の①~④(P.17) Iの2の②~④(P.19) Iの4の①、③(P.21~22) IIの3の①、②(P.25)	実施								
	専門家派遣による親子金融教育講座	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・中学校へ派遣し、PTA活動などでの親子金融教育出前講座を実施する。	経済局	Iの1の②、③(P.18)	推進								
	出前講座(企業対象)	企業が実施する消費生活に関する講座へ講師派遣する(有料)。	消費生活総合センター	Iの4の①(P.22)	推進								
生活の管理と契約	金融教育との連携	県金融広報委員会、日本FP協会等との連携により、金融教育を推進する。	経済局	IIの3の①、②(P.26)	仕組みづくり、実施								
	法教育との連携	教育機関、弁護士会等との連携を深め、法教育の手法について検討する。	経済局 教育委員会事務局 権兵衛弁護士会 神奈川県司法書士会	IIの1の①~③(P.24~25)	仕組みづくり、実施								
情報とメディア	情報社会の消費者教育	情報リテラシーを取り扱う事業者団体やNPO法人等との連携を深め、情報に関する消費者教育の手法等について検討する。	経済局 関係事業者団体 NPO法人	Iの3の③(P.22)	仕組みづくり、実施								

## 参 考 資 料

- 1 消費者教育の推進に関する法律
- 2 横浜市消費生活条例



## 消費者教育の推進に関する法律

(平成二十四年八月二十二日法律第六十一号)

最終改正：平成二六年六月一三日法律第七一号

第一章 総則（第一条—第八条）

第二章 基本方針等（第九条・第十条）

第三章 基本的施策（第十一条—第十八条）

第四章 消費者教育推進会議等（第十九条・第二十条）

附則

### 第一章 総則

(目的)

**第一条** この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

(定義)

**第二条** この法律において「消費者教育」とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう。

**2** この法律において「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響 及ぼし得るものであること自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。

(基本理念)

**第三条** 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

**2** 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

**3** 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。

**4** 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策（消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三号において同じ。）との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。

**5** 消費者教育は、消費者の消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。

**6** 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に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を旨として行われなければならない。

**7** 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

(国の責務)

**第四条** 国は、自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができる自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念（以下この章において「基本理念」という。）にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

**2** 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、

相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

(地方公共団体の責務)

**第五条** 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター（消費者安全法（平成二十一年法律第五十号）第十条第三項に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。）、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(消費者団体の努力)

**第六条** 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

(事業者及び事業者団体の努力)

**第七条** 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

(財政上の措置等)

**第八条** 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

**2** 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

## 第二章 基本方針等

(基本方針)

**第九条** 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下この章及び第四章において「基本方針」という。）を定めなければならない。

**2** 基本方針においては、次に掲げる事項を定める

ものとする。

一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項

二 消費者教育の推進の内容に関する事項

三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項

四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

**3** 基本方針は、消費者基本法（昭和三十九年法律第七十八号）第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

**4** 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。

**5** 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

**6** 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。

**7** 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。

**8** 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

(都道府県消費者教育推進計画等)

**第十条** 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「都道府県消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

**2** 市町村は、基本方針（都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画）を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「市町村消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

**3** 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村



の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第二十条第一項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあっては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならない。

4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。

5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。

6 第三項及び第四項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

### 第三章 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

**第十一条** 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校(学校教育法(昭和二十二年法律第二十六号)第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。)の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。

2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。

3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

(大学等における消費者教育の推進)

**第十二条** 国及び地方公共団体は、大学等(学校教育法第一条に規定する大学及び高等専門学校並び

に専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第十六条第二項において同じ。)において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

(地域における消費者教育の推進)

**第十三条** 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター(以下この章において「国民生活センター」という。)は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法(昭和二十三年法律第九十八号)に定める民生委員、社会福祉法(昭和二十六年法律第四十五号)に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

(事業者及び事業者団体による消費者教育の支援)

**第十四条** 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるよう努めるものとする。

2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。

3 事業者は、その従業員に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。

4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

(教材の充実等)

**第十五条** 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。

(人材の育成等)

**第十六条** 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法第十一条に規定する相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

**2** 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

(調査研究等)

**第十七条** 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

(情報の収集及び提供等)

**第十八条** 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。

**2** 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

## 第四章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

**第十九条** 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

**2** 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

一 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

二 基本方針に関し、第九条第五項(同条第八項において準用する場合を含む。)に規定する事項を処理すること。

**3** 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人(独立行政法人通則法(平成十一年法律第百三三)第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。)の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

**4** 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(消費者教育推進地域協議会)

**第二十条** 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

**2** 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。

一 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

二 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。

**3** 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

## 附 則 抄

(施行期日)

1 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

(検討)

2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

#### 附 則 (平成二六年六月一三日法律第七一

#### 号) 抄

(施行期日)

**第一条** この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

二 第一条中不当景品類及び不当表示防止法第十条の改正規定及び同法本則に一条を加える改正規定、第二条の規定(次号に掲げる改正規定を除く。)並びに附則第三条及び第七条から第十一条までの規定公布の日から起算して二年を超えない範囲内において政令で定める日

# 横浜市消費生活条例

制定：平成8年3月28日条例第13号

最近改正：平成26年9月25日条例第57号

## 目次

第1章	総則(第1条—第6条)
第2章	横浜市消費生活審議会(第7条—第12条)
第3章	消費者の主体的活動への支援(第13条—第18条)
第4章	適正な事業活動の確保
第1節	安全な商品又はサービスの確保(第19条—第22条)
第2節	適正な表示及び包装の確保(第23条・第24条)
第3節	適正な取引の確保(第25条—第30条)
第4節	生活関連商品等の安定的な供給の確保(第31条— 第35条)
第5節	調査、公表等(第36条—第38条)
第5章	消費者被害の救済(第39条—第45条)
第5章の2	消費生活施策拠点施設(第45条の2)
第6章	雑則(第46条・第47条)
附則	

## 第1章 総則

### (目的)

第1条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質及び量、交渉力等の格差にかんがみ、消費生活に関し、消費者の主体的活動への支援、適正な事業活動の確保、消費者被害の救済その他横浜市(以下「市」という。)が実施する施策について必要な事項を定めることにより、市民の安全で快適な消費生活の実現を図ることを目的とする。

### (基本理念)

第2条 前条の目的を達成するため、市、消費者及び事業者は、相互の協力と信頼を基調として、次に掲げる事項について、消費者の権利の確立を図るものとする。

(1) 商品又はサービスによって、生命及び身体を侵されることなく消費生活を営むこと。

(2) 消費生活を営む上で必要な知識について学

習し、及び教育を受けること。

(3) 消費生活を営む上で必要な情報の提供を速やかに受けること。

(4) 消費生活において、商品又はサービスについての適正な表示により、適切な判断及び自由な選択を行うこと。

(5) 消費生活において、取引を適正な方法及び条件により行うこと。

(6) 消費生活において、不当に受けた被害から速やかに救済されること。

(7) 消費生活に関する施策について意見を表明し、及び参加すること。

2 消費者の主体的活動への支援に当たっては、前項に定める消費者の権利の確立に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

3 消費生活に関する施策の推進は、高度情報通信社会の進展への的確な対応及び消費生活における国際化の進展に配慮して行われなければならない。

### (市の責務等)

第3条 市は、市民の安全で快適な消費生活の実現を図るため、経済社会の進展に対応した総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

第3条の2 事業者は、その事業活動を行うに当たっては、市が実施する消費生活に関する施策に協力するとともに、安全な商品及びサービスを適正に供給する責務を有する。

2 事業者は、その供給する商品及びサービスについて、消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供する責務を有する。

3 事業者は、消費者との取引に際して、消費者の知識、経験、財産の状況等に配慮する責務を有する。

4 事業者は、消費者との間に生じた苦情を適切かつ速やかに処理するために必要な体制の整備

に努め、当該苦情を適切に処理する責務を有する。

5 事業者は、その供給する商品及びサービスについて品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

6 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

第3条の3 消費者は、自ら消費生活に関する知識を深め、主体的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

2 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための自主的な活動に努めるものとする。

#### (環境への配慮)

第4条 市、消費者及び事業者は、良好な環境が市民の健康で文化的な生活に欠くことのできないものであることを認識し、消費生活が環境に配慮して営まれるよう、それぞれが積極的な役割を果たすものとする。

2 市は、消費生活に関する施策の策定及び実施に当たっては、消費者及び事業者が環境への負荷(人の活動により環境に加えられる影響であって、環境の保全上の支障の原因となるおそれのあるものをいう。次項及び第4項において同じ。)の低減を図ることができるよう努めなければならない。

3 消費者は、商品の選択、使用若しくは廃棄又はサービスの選択若しくは利用に際して、環境への負荷を低減するよう努めなければならない。

4 事業者は、事業活動を行うに当たっては、環境への負荷の低減及び消費者の環境に配慮した自主的な努力への協力に努めなければならない。

#### (国又は他の地方公共団体との相互協力)

第5条 市は、消費生活に関する施策を実施するに当たり、必要があるときは、国又は他の地方公共団体に対して、協力を求めるものとする。

2 市は、国又は他の地方公共団体が実施する消費生活に関する施策について、協力を求められたときは、これに応ずるものとする。

(国又は県への措置要求等)

第6条 市長は、市民の安全で快適な消費生活の実現を図るために必要があると認めるときは、国又は神奈川県に対して、意見を述べ、又は必要な措置をとるよう求めるものとする。

## 第2章 横浜市消費生活審議会

### (設置)

第7条 市長の諮問に応じ、消費生活に関する重要な事項を調査審議し、消費者被害の救済に関するあっせん及び調停を行い、並びに消費者の消費生活に係る訴訟の援助に関する事項を調査審議するため、市長の附属機関として、横浜市消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

2 審議会は、消費生活に関する重要な事項について、市長に意見を述べることができる。

### (組織)

第8条 審議会は、委員20人以内をもって組織する。

2 委員は、次の各号に掲げる者のうちから、市長が任命する。

- (1) 学識経験のある者
- (2) 消費者
- (3) 事業者
- (4) 前3号に掲げる者のほか、市長が必要と認める者

### (委員の任期)

第9条 委員の任期は、2年とする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

2 委員は、再任されることができる。

#### (会長及び副会長)

- 第10条 審議会に、会長及び副会長1人を置く。
- 2 会長及び副会長は、委員の互選によって定める。
  - 3 会長は、審議会を代表し、会務を総理し、会議の議長となる。
  - 4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

#### (部会)

- 第11条 審議会に、規則で定めるところにより、部会を置くことができる。
- 2 部会の委員は、審議会の委員のうちから、会長が指名する。
  - 3 部会に、部会長を置き、部会長は、部会の委員の互選によって定める。

#### (専門委員)

- 第12条 審議会に、特別の事項を調査研究させる必要があるときは、専門委員を置くことができる。
- 2 専門委員は、学識経験のある者その他市長が必要と認める者の中から、市長が任命する。
  - 3 専門委員は、当該特別の事項に関する調査研究が終了したときは、解任されたものとする。

### 第3章 消費者の主体的活動への支援

#### (学習条件の整備及び消費者教育の推進等)

- 第13条 市は、消費者の消費生活に関する自発的な学習等を支援するため、必要な条件の整備に努めるものとする。
- 2 市は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて、消費者が主体的かつ合理的な消費生活を営むために必要な教育の推進及び知識の普及に努めるものとする。

#### (情報の提供等)

- 第14条 市は、消費者が経済社会の変化に対応した消費生活を営むために必要な情報の収集、整理及び消費者への速やかな提供に努めるものとする。

#### (消費者の意見の反映)

- 第15条 市長は、市民の安全で快適な消費生活の実

現に資するため、広く消費者の意見、要望等を把握し、市の消費生活に関する施策に反映させるよう努めるものとする。

#### (消費生活推進員)

第16条 市長は、市民の安全で快適な消費生活の推進に熱意と識見を有する者の中から、消費生活推進員を委嘱することができる。

- 2 消費生活推進員は、消費生活に関する知識の普及及び消費者の自主的な活動を推進するとともに、市が実施する消費生活に関する施策への協力その他の活動を行う。

#### (消費者団体の自主的な活動の促進)

第16条の2 市長は、市民の安全で快適な消費生活の実現に資するため、消費者団体の自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

#### (消費者と事業者の交流の機会の確保)

第17条 市長は、消費者の意見が事業者の事業活動に反映されるよう消費者と事業者との対話その他交流の機会の確保に努めるものとする。

#### (市長への申出)

第18条 市民は、消費生活上の支障の発生又は拡大を防止するため、市長がこの条例に定める措置をとる必要があると認めるときは、市長に対して、その旨を申し出ることができる。

- 2 市長は、前項の規定による申出に係る支障が広く市民の消費生活に影響を与えるものであると認めるときは、適切な措置をとるものとする。

### 第4章 適正な事業活動の確保

#### 第1節 安全な商品又はサービスの確保

##### (危険な商品又はサービスの供給の禁止等)

第19条 事業者は、消費者の生命又は身体に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある商品又はサービスを消費者に供給してはならない。

- 2 事業者は、その商品又はサービスが消費者の生命又は身体に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれ

があることが明らかになったときは、当該事実の発表、当該商品又はサービスの供給の中止、当該商品の回収その他の危害の発生又は拡大を防止するために必要な措置をとらなければならない。

#### (危害に関する調査及び情報提供等)

第20条 市長は、商品又はサービスが消費者の生命又は身体に危害を及ぼす疑いがあると認めるときは、当該商品又はサービスについて、必要な調査を行うものとする。

2 市長は、前項の調査のみによっては同項の疑いを解消することが困難であると認めるときは、当該商品又はサービスを供給する事業者に対して、資料の提出その他の方法により、当該商品又はサービスが当該危害に関して安全であることを立証するよう求めることができる。

3 市長は、第1項の調査又は前項の規定による立証の結果、消費者の生命又は身体の安全を確保するために必要があると認めるときは、当該調査又は立証の経過又は結果に関する情報を消費者に提供するものとする。

#### (危険な商品又はサービスについての勧告)

第21条 市長は、商品又はサービスが消費者の生命又は身体に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると認定したときは、当該商品又はサービスを供給する事業者に対して、当該商品又はサービスの供給の中止、当該商品の回収その他の危害の発生又は拡大を防止するために必要な措置をとるべきことを勧告することができる。

2 市長は、前項の規定による認定をしようとするときは、あらかじめ、審議会に諮るものとする。

#### (危険な商品又はサービスの公表等)

第22条 市長は、商品又はサービスが消費者の生命又は身体に重大な危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある場合において、当該危害の発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは、直ちに、当該商品又はサービスの名称、これを供給する事業者の住所及び氏名又は名称その他必要な事項を公表す

るものとする。

2 前項の規定による公表があったときは、当該事業者は、直ちに、当該商品又はサービスの供給の中止、当該商品の回収その他の危害の発生又は拡大を防止するために必要な措置をとらなければならない。

#### 第2節 適正な表示及び包装の確保

##### (適正な表示の確保)

第23条 事業者は、商品又はサービスの性質に応じ、次に掲げる事項を適正に表示するよう努めなければならない。

(1) 商品又はサービスについて、品質その他の内容並びに当該商品又はサービスを供給する事業者の住所及び氏名又は名称

(2) 商品又はサービスについて、販売又は提供の価格及び質量、容積、時間、回数等の単位当たりの価格

(3) 商品又はサービスについて、消費者に供給した後の保証の内容

(4) 自動販売機その他これに類する機械により供給する商品又はサービスについて、その内容及び取引条件並びに当該事業者との連絡に必要な事項

(5) 再利用又は再生利用が可能な商品について、その方法

(6) 廃棄に際して特別な注意を必要とする商品について、その廃棄の方法

(7) 使用又は利用の方法によっては消費者の生命又は身体に危害が発生することが予測される商品又はサービスについて、当該危害の具体的内容及びその発生を回避するための使用又は利用の方法

2 市長は、消費者が商品を購入し、使用し、若しくは廃棄し、又はサービスを購入し、若しくは利用するに当たり、適切な選択及び判断を行うために必要があると認めるときは、商品又はサービスごとに表示すべき事項及びその方法について

事業者が守るべき基準を定めることができる。

3 市長は、前項の基準を定めようとするときは、あらかじめ、審議会に諮るものとする。当該基準を変更し、又は廃止しようとするときも、また、同様とする。

4 市長は、第2項の基準を定めたときは、これを告示するものとする。当該基準を変更し、又は廃止したときも、また、同様とする。

5 市長は、事業者が第2項の基準に違反していると認めるときは、当該事業者に対して、当該基準を遵守するよう指導し、又は勧告することができる。

#### (包装の適正化)

第24条 事業者は、商品の包装(容器を含む。以下同じ。)について、商品の内容を誇張する等の過大な包装を行わないよう努めなければならない。

2 事業者は、資源の節約に資する商品の包装に努めるとともに、包装が不要となったときは、適正に再利用され、若しくは再生利用され、又は廃棄されるよう配慮しなければならない。

3 事業者は、消費者に危害が及ぶことがないようにするため、包装の安全性を確保しなければならない。

#### 第3節 適正な取引の確保

##### (広告の適正化)

第25条 事業者は、商品又はサービスの広告について、虚偽又は誇大な表現その他消費者が選択を誤るおそれがある表現をしてはならない。

##### (計量の適正化)

第26条 事業者は、商品又はサービスの供給に当たっては、消費者が不利益を被ることがないようにするため、適正な計量の実施に努めなければならない。

2 市長は、消費者と事業者との間の取引について、適正な計量の実施を確保するために必要な施策を講ずるものとする。

##### (不当な取引行為の禁止)

第27条 市長は、事業者が消費者との間で行う取引に関して、次のいずれかに該当する行為を、不当な取引行為として規則で定めることができる。

(1) 消費者に対して、販売の意図を隠し、又は商品

若しくはサービスの内容、取引条件、取引の仕組み等について、重要な情報を提供せず、若しくは誤信を招く情報を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

(2) 消費者の自発的意思を待つことなく執ように説得し、消費者の知識、経験若しくは判断力の不足に乗じ、消費者を心理的に不安な状態に陥らせる等して、契約の締結を勧誘し、又はこれらにより消費者の十分な意思形成のないまま契約を締結させる行為

(3) 消費者に不当な不利益をもたらすことが明白な事項を内容とする契約を締結させる行為

(4) 消費者が他の事業者から商品又はサービスを購入することを条件又は原因として、当該消費者に対して、当該購入に要する資金の貸付けその他の信用の供与をする契約において、当該購入に係る他の事業者の行為が前3号のいずれかの行為に該当することを知りながら、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

(5) 消費者又はその関係人を欺き、威迫し、困惑させる等の不当な手段を用いて、当該消費者又はその関係人に契約(契約の成立若しくは存続又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。)に基づく債務の履行を請求し、又は債務を履行させる行為

(6) 契約に基づく債務の完全な履行がない旨の消費者からの苦情に対して、適切な処理をせず、履行をいたずらに遅延させ、又は不当に拒否する行為

(7) 消費者が他の事業者から商品又はサービスを購入することを条件又は原因として、当該消費者に対して、当該購入に要する資金の貸付けその他の信用の供与をする契約において、当該購入に係る当該他の事業者に対して生じている事由をもってする当該消費者の正当な根拠に基づく対抗にもかかわらず、不当な手段を用いて、当該消費者又はその関係人に契約に基づく債務

の履行を請求し、又は債務を履行させる行為

(8) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出又は契約の無効



の主張に際し、これらを妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し若しくは契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これらによって生じた債務の履行をいたずらに遅延させ、若しくは不当に拒否する行為

2 事業者は、消費者と取引を行うに当たっては、前項の不当な取引行為を行ってはならない。

(不当な取引行為に関する調査及び情報提供)

第 28 条 市長は、事業者が行う取引行為が前条第 1 項の不当な取引行為に該当する疑いがあると認めるときは、当該取引行為について、必要な調査を行うものとする。

2 市長は、前項の調査の結果、当該取引行為による被害の発生又は拡大を防止するために必要があると認めるときは、当該取引行為に関する情報を消費者に提供するものとする。

(不当な取引行為についての勧告等)

第 29 条 市長は、事業者が第 27 条第 2 項の規定に違反していると認めるときは、当該事業者に対して、当該違反行為を是正するよう指導し、又は勧告することができる。

(不当な取引行為の公表)

第 30 条 市長は、第 27 条第 2 項の規定に違反する事業者の行為により多数の消費者に被害が発生し、又は発生するおそれがある場合において、その被害の発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは、当該違反行為の内容、当該事業者の住所及び氏名又は名称その他必要な事項を公表することができる。

第 4 節 生活関連商品等の安定的な供給の確保

(生活関連商品等の調査等)

第 31 条 市長は、日常生活と関連性の高い商品若しくはサービス又はこれらの原材料その他のもの(以下「生活関連商品等」という。)のうち必要と認めるものについて、価格の動向、需給及び流通の状況その他必要な事項の調査を行うものとする。

2 市長は、市民の消費生活の安定を図るため、生活関連商品等の円滑な供給を確保する必要があると認めるときは、事業者に対して、当該生活関連商品等の供給その他必要な措置をとるよう要請することができる。

(特定商品等の指定)

第 32 条 市長は、生活関連商品等が不足し、又は不足するおそれがある場合、その価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合その他消費者に著しく不利益となるおそれがある場合において、必要があると認めるときは、当該生活関連商品等を特別の調査を要する生活関連商品等(以下「特定商品等」という。)として指定することができる。

2 市長は、前項の規定により特定商品等を指定したときは、これを告示するものとする。指定を解除したときも、また、同様とする。

(特定商品等の調査)

第 33 条 市長は、前条第 1 項の規定により特定商品等を指定したときは、その不足又は価格の上昇の状況又は要因その他必要な事項について、調査を行うものとする。

(生活関連商品等に関する情報提供)

第 34 条 市長は、生活関連商品等の円滑な供給若しくは価格の安定又は消費者の商品若しくはサービスの適切な選択を確保するために必要があると認めるときは、第 31 条第 1 項又は前条の調査により得た情報を消費者に提供するものとする。

(不適正な行為についての勧告)

第 35 条 市長は、第 33 条の調査の結果、特定商品等を供給する事業者がその円滑な流通を不当に妨げ、又は著しく不適正な価格で当該特定商品等を供給していると認定したときは、当該事業者に対して、当該行為を是正するよう勧告することができる。

2 市長は、前項の規定による認定をしようとする

るときは、あらかじめ、審議会に諮るものとする。

#### 第5節 調査、公表等

##### (立入調査等)

第36条 市長は、第20条第1項、第28条第1項若しくは第33条の調査又は第23条第5項の規定による指導若しくは勧告を行うために必要な限度において、事業者に対して、報告を求め、又はその職員に事業者の事務所、事業所その他事業に関係のある場所に立ち入らせ、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係人に質問させることができる。

2 市長は、第20条第1項の調査を行うため、必要最小限度の数量の商品又は事業者がサービスを提供するために使用する物若しくはサービスに関する資料(以下「商品等」という。)の提出を求めることができる。

3 第1項の規定により立入調査又は質問を行う職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係人に提示しなければならない。

4 市長は、第2項の規定により事業者から商品等の提出を受けたときは、当該事業者に対して、正当な補償を行うものとする。

5 第1項の規定による立入調査及び質問の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

##### (公表)

第37条 市長は、事業者が次のいずれかに該当すると認めるときは、その旨を公表することができる。ただし、当該事業者に正当な理由がある場合は、この限りでない。

(1) 第20条第2項の規定による立証をせず、又は虚偽の資料若しくは方法によりこれをしたとき。

(2) 第21条第1項、第23条第5項、第29条又は第35条第1項の規定による勧告に従わないとき。

(3) 前条第1項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による立入調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しくは同項の規定による質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をし

たとき。

(4) 前条第2項の規定による商品等の提出を拒んだとき。

2 市長は、前項の規定による公表をしようとするときは、あらかじめ、審議会に諮るものとする。

##### (意見の聴取)

第38条 市長は、前条第1項の規定による公表をしようとする場合において、必要があると認めるときは、当該事業者に対して、あらかじめ、その旨を通知し、意見の聴取を行うものとする。ただし、当該事業者が正当な理由なく意見の聴取に応じないとき、又は当該事業者の所在が不明で通知できないときは、この限りでない。

## 第5章 消費者被害の救済

### 第39条 削除

#### (助言その他の措置等)

第40条 市長は、消費者から事業者の事業活動により消費生活上の被害を受けた旨の申出があったときは、当該被害からの救済のために必要な当該消費者への助言その他の措置をとるものとする。

2 市長は、前項の措置をとるために必要があると認めるときは、当該被害に係る事業者その他の関係人に対して、説明、報告又は資料の提出を求めることができる。

#### (あっせん及び調停)

第41条 市長は、前条第1項の措置をとったにもかかわらず解決することが困難な紛争について、その公正かつ速やかな解決を図るため、審議会のあっせん又は調停に付することができる。

#### (訴訟の援助)

第42条 市長は、事業者の事業活動により被害を受けた消費者(以下「被害者」という。)が事業者に対し訴訟を提起する場合又は事業者に訴訟を提起された場合において、次に掲げる要件(特に緊急を要する場合その他市長が適当と認める

場合は、第3号に掲げる要件を除く。)を満たすときは、当該被害者に当該訴訟に係る経費(以下「訴訟資金」という。)の貸付けその他訴訟活動に必要な援助を行うことができる。

- (1) 同一又は同種の原因による被害が多数発生し、又は発生するおそれがあること。
- (2) 当該訴訟資金の額が損害の額を超え、又は超えるおそれがある等当該被害者が援助を受けなければ当該訴訟を提起し、維持し、又は応訴することが困難であること。
- (3) 当該被害に係る紛争が審議会のあっせん又は調停に付されていること。
- (4) 当該被害者が当該貸付けの申込みの日前3月以上引き続き市内に住所を有していること。

#### (訴訟資金の範囲及び額等)

第43条 訴訟資金の貸付けの範囲は、当該訴訟の遂行に要する裁判手続費用、弁護士費用その他規則で定める費用とする。

- 2 訴訟資金の貸付けの額及び償還期限は、規則で定める。
- 3 訴訟資金の貸付金は、無利子とする。

#### (貸付けの申込み及び決定)

第44条 訴訟資金の貸付けを受けようとする者は、規則で定めるところにより、市長に申し込まなければならない。

- 2 市長は、前項の規定による申込みが第42条の要件に該当すると認めるときは、審議会に諮り、当該申込みについて、訴訟資金の貸付けの適否、範囲及び額を決定するものとする。

#### (貸付金の償還等)

第45条 訴訟資金の貸付けを受けた者は、その償還期限が到来したときは、速やかに、貸付金の全額を返還しなければならない。ただし、規則で定める場合においては、市長は、直ちに、貸付金の全額を返還させ、又は貸付金の返還を猶予し、若しくは貸付金を分割して返還させることができる。

- 2 訴訟資金の貸付けを受けた者が当該訴訟の結果

得た額が当該貸付金の額に満たなかった場合その他規則で定める場合は、前項の規定にかかわらず、市長は、貸付金の全部又は一部の返還を免除することができる。

## 第5章の2 消費生活施策拠点施設

第45条の2 市は、横浜市消費生活総合センター(横浜市消費生活総合センター条例(昭和49年6月横浜市条例第39号)に基づき設置された施設をいう。)を、消費生活の啓発、消費生活に関する相談及び苦情の処理等の事業を実施し、もって市民の安全で快適な消費生活の実現に寄与するための拠点施設とするものとする。

## 第6章 雑則

### (適用除外)

第46条 第4章第1節の規定は、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律(昭和35年法律第145号)第2条第1項に規定する医薬品については、適用しない。  
2 第4章及び第5章の規定は、次に掲げるものについては、適用しない。

- (1) 医師、歯科医師その他これらに準ずる者として規則で定める者により行われる診療行為及びこれに準ずる行為
- (2) 商品若しくはサービス又はこれらの原材料その他のものの価格で、法令に基づいて規制されているもの

### (委任)

第47条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

### 附 則

この条例は、平成8年10月1日から施行する。

### 附 則(平成17年12月条例第122号)

この条例は、公布の日から施行する。ただし、第27条第1項第1号から第3号まで及び第5号の改正規定は、平成18年4月1日から施行

する。

附 則(平成 23 年 12 月条例第 50 号)抄

(施行期日)

1 この条例は、平成 24 年 4 月 1 日から施行する。

附 則(平成 26 年 9 月条例第 57 号)

この条例は、平成 26 年 11 月 25 日から施行する。



横浜市消費者教育推進の方向性(案)  
平成 27 年(2015)6月

横浜市経済局消費経済課  
〒231-0017 横浜市中区港町1-1  
TEL671-2568 FAX664-9533

目標 2 消費者教育推進の担い手の育成、担い手間の連携、市民との協働の実現

【取組】	【取組細目】
1 小中学校、高等学校及び特別支援学校における消費者教育を担う教職員への支援	2-①研修機会の提供や情報提供 2-②指導事例の検討や事例集作成など 2-③他の担い手との連携の促進
2 職域との連携による消費者教育の担い手の育成	2-①CSR活動としての消費者教育の支援、情報共有 2-②企業啓発教材の活用 2-③お客様相談室等消費者窓口等との連携
3 地域における消費者教育の担い手の拡充、育成	3-①地域の見守りネットワークへの消費生活に関する担い手の参画によるセーフティネットの強化 3-②消費生活推進員による地域での啓発の活性化（再掲）

目標 3 国・県等との連携及び庁内消費生活関連分野等との連携

【消費者庁・神奈川県との連携】

【関連する教育（環境教育、食育、金銭教育、法教育、国際理解教育等）との連携】

【庁内をはじめとする関係団体等との連携の推進】

\* 消費者教育推進の拠点

消費者教育の推進に関する基本的な方針において、消費者教育推進の拠点としてのセンターの設置が示されていることを受け、横浜市では従前から消費者施策に取り組んできた部門が連携、相互補完することにより「消費者教育センター」の機能を担います。

相互補完・連携し

「消費者教育センター」  
の機能を担う

経済局消費経済課（企画、施策検討）

横浜市消費生活総合センター  
（相談、啓発、場の提供）

各区地域振興課・教育委員会事務局・他の区局  
（各区・各領域における事業の推進）

横浜市消費者教育推進の方向性＜概要版＞

横浜市経済局消費経済課

〒231-0017 横浜市中区港町1-1

TEL 045-671-2568

FAX 045-664-9533

# 横浜市消費者教育推進の方向性〈概要版〉

横浜市では「横浜市消費生活条例（平成8年10月施行）」に基づき消費者行政を運営してきましたが、「消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）」及び「消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月閣議決定）」を参考に、第9次横浜市消費生活審議会報告書「新たな視点での消費者教育について」（平成26年7月）に基づき、消費者教育を総合的かつ体系的に推進するための基本的な考え方として、「横浜市消費者教育推進の方向性（案）」を策定しました。



# 1 横浜市消費者教育が目指すもの

「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の概念  
(平成 25 年 6 月閣議決定)

消費者の自立を支援  
・被害に遭わない消費者、合理的意思決定のできる消費者の育成

消費者市民社会※の形成に寄与  
・よりよい市場、よりよい社会の発展に積極的に関与する消費者の育成

横浜市消費者教育推進の方向性

「新たな視点での消費者教育」(第9次横浜市消費生活審議会 報告)

- ① 合理的な意思決定を行い自ら考え自立した消費者市民となる視点
- ② 消費者教育の担い手を意識しながら対象別課題と取組を検討
- ③ 横浜らしい消費者教育(国際都市、地域団体やNPO等との連携、消費生活推進員の活用)

※消費者市民社会  
…消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会(消費者教育の推進に関する法律第2条第2項)

# 2 横浜らしい消費者教育の推進

第9次横浜市消費生活審議会報告及び本市の課題(高齢化の進展への対応が必要である、施策が体系化されていない等)から2つの重点目標を設定しました。

## 【1】横浜市消費生活推進員(\*)による地域での啓発の活性化

- 地域に根差したきめ細やかな啓発の重要な担い手としての活動強化支援
- 研修や教材開発支援等によるスキルアップ、活動活性化を支援

\*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26年度現在では、約1,600の方が消費生活推進員として活動されています。

## 【2】地域における消費者教育の推進による高齢者、障害者

### への見守り強化

- 地域の既存の見守りネットワークとの連携
- 見守りを要する人だけでなく、見守る人も対象とした啓発強化

## 3 施策の体系化

「消費者市民社会の形成」の視点を盛り込みながら、3つの目標とその達成に向けた取組を定め、施策を体系化しました。

### 目標 1 発達段階（年代）や場の特性（領域）に応じた体系的な消費者教育の実施

【取組】	【取組細目】
1 学校等における消費者教育の推進	1-①幼児期 1-②小学校、中学校期 1-③③高等学校 1-④大学・専門学校等 1-⑤障害等により支援が必要な幼児・児童・生徒への消費者教育の推進 } における消費者教育の推進
2 地域社会における消費者教育の推進	2-①高齢者 2-②障害者 2-③若者 2-④成人一般 2-⑤地域の相互支援による消費者教育 } に対する消費者教育の推進
3 家庭における消費者教育の推進	3-①健やかな暮らしに関する消費者教育の推進（食育等） 3-②危害・危険から身を守るための消費者教育の推進 3-③情報社会のルール・モラルの啓発・教育
4 職域における消費者教育の推進	4-①消費者であるとともに家庭人・地域人でもある従業者への消費者教育の推進 4-②企業が消費者の声を改善に活かす仕組みづくりに必要な情報提供 4-③企業としての社会的責任意識を高める教育

## **「横浜市消費者教育推進の方向性(案)」に対する 修正提案の反映状況及び意見照会結果**

※該当箇所欄の頁数は、6月1日版の「横浜市消費者教育推進の方向性(案)」の頁に対応しております。



## 頂いた修正提案の反映状況

該当箇所	御意見	反映状況
全般	「教育という言葉は、上から目線に感じるので、共に学ぶとか、学んで育っていくような印象が広がると良いと思います。	15頁「4 横浜らしい消費者教育の推進」の冒頭に <b>「横浜市では、この方向性を策定するにあたっては、行政、市民、消費者団体等及び事業者等が、横浜市が進めている「市民協働」の考え方により、共に学んでいくという視点を持って検討しました。」</b> の一文を入れました。
全般	消費者市民社会という考え方が入ってきていますので、まず色々な人たちが抱えている情報を共有化して、できるところで対応していく社会をつくっていくこととなります。この社会づくりにおいて、横浜市がどのようにしていくかという話合いができればよい。	頂いた御意見は、今後、消費者教育推進地域協議部会や庁内関連部署との協議の場などで活かさせていただきます。
全般	消費生活推進員は自治会等からの推薦で委嘱をしているので、スポーツ推進員や青少年育成員等の地域で活動されている方がいる中で、このような方向性を策定して頂くことは大きな道筋になると思います。	この「方向性」に対する御期待ととらえ、着実に推進してまいります。
7頁 13頁等	「ライフステージの分類」で、高齢者を概ね65歳以上としているが、65歳以上でも、お元気で地域活動されている方もいて、一方でお体の調子を崩されている方もいます。 担い手となる方についても、考慮していかなければいけない。	16頁の重点目標及び21頁 取組2の「高齢者に対する消費者教育の推進」で <b>「担い手としての高齢者について」</b> の記載をしました。

1 6 頁等	<p>障害がある方も、常に見守られている一方の方もいれば、特に軽度の知的障害の方や精神障害の方もいらっしゃる事を考えると、そういう方たち自身が消費者市民としてどの程度自立ができるかという視点で、体系の中に落とし込めるといいと思います。</p>	<p>20 頁「障害等により支援が必要な幼児・児童・生徒への消費者教育の推進」及び 21 頁「障害者に対する消費者教育の推進」の項目に、<b><u>見守られるだけではない、自立した消費者という視点</u></b>を加えました。</p>
1 6 頁 2 1 頁 2 7 頁等	<p>周りがどんなに一生懸命見守ろうとしても、消費者市民社会という意識を持っていたとしても、生活のすべては把握できないことを考慮すべきです。</p>	<p>いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。</p>
1 6 頁 2 1 頁 2 7 頁等	<p>見守りの強化ということが、自立を阻止するわけではないことを意識すべきです。</p>	<p>上記④の<b><u>担い手としての高齢者</u></b>の記載や上記⑤の<b><u>自立した消費者という視点</u></b>を加えた記載にすることにより、自立を阻止するような印象を薄めました。</p>
1 6 頁等	<p>障害者本人自身も、能力に応じて、消費生活の社会の中で生きているので、学んでもらうことは大事だと思います。</p>	<p>上記④の<b><u>担い手としての高齢者</u></b>の記載や上記⑤の<b><u>自立した消費者という視点</u></b>を加えた記載にすることにより、自立を阻止するような印象を薄めました。</p>
2 4 頁 3 6 頁等	<p>例えばアフリカ産のものにこだわっているというイメージを、社会や消費者に打ち出すことも、企業のイメージを高めてお客様とのコミュニケーションを深めるという手段だと思うのです。この辺りをうまく表現できたらいいなと思います。</p>	<p>26 頁 取組 2 「CSR活動としての消費者教育の支援、情報共有」に、<b><u>企業イメージを高める事業者について記載</u></b>を追加しました。</p>
2 4 頁等	<p>言葉での表現ということだけではなくて、企業が取り組めるようなモチベーションやきっかけが必要だと思います。</p>	<p>26 頁 取組 2 「CSR活動としての消費者教育の支援、情報共有」に「<b><u>また、事業者が今後、企業活動を通じて消費者教育、啓発に取り組めるようなきっかけづくり等の検討を行います。</u></b>」を追加しました。</p>

30頁等	外国人の方だと、学校や職場のような物理的な領域にポジションがないことが多いので、地域社会において、外国人の関わりも意識するべきです。	22頁 「若者、成人一般に対する消費者教育の推進」に「 <b><u>また、外国人の方に対しても、日本の商取引習慣に関する情報や知識を得たりできるよう、地域の中で関わっていける方法等を検討していきます。</u></b> 」を追加しました。
19頁 22頁等	中学校の教科である技術では、例えば、割り箸とプラスチックの箸のどちらを使うかということを考えたりします。しかし、これらが消費者教育として意識されているかは疑問があります。	いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。
15頁等	消費生活推進員は、1期2年、最長6年できるのですが、推薦よりも、公募にした方が、活動がしやすくなります。 継続を希望される方は、続投できるようにするべきだと考えます。	いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。
24頁等	最近掃除をするのが企業の大事な社員教育となっています。こういう作業をほめたたえて、評価し、皆様で検証すると、横浜らしさが出てくると思います。	26頁 取組2 「CSR活動としての消費者教育の支援、情報共有」に「 <b><u>また、事業者が今後、企業活動を通じて消費者教育、啓発に取組めるようなきっかけづくり等の検討を行います。</u></b> 」を追加しました。
21頁等	民生委員が高齢者の見守りの場面でお便りをつくるときに、振り込め詐欺に気を付けようということを知らせたりするので、この辺りと連携を採るような仕組み作りが大事だと思います。	いただいた御意見につきましては、今後、改正消費者安全法に示された地域見守りでの連携等の参考とさせていただきます。
21頁等	横浜市に、消費生活に関する講座の講師を紹介するようなコーディネートする力があれば良いと思います。	いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。

21頁等	<p>保護司の「社会を明るくする運動」(法務省)に消費者教育が関係しているのであれば、地域の中で啓発する上で、協力していくべきです。</p>	<p>いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。</p>
15頁等	<p>消費生活推進員の方が地域のコーディネーターの役割を担っておりますが、その強化を考えるべきです。</p>	<p>今後の消費生活推進員制度運用の参考とさせていただきます。</p>
21頁等	<p>地域の老人会やバス旅行等の色々なところで、少しでもお時間を頂いて話をしたり、DVDを上映したりマンツーマンで話をするしかないのかもしれません。</p>	<p>いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。</p>
21頁等	<p>横浜市老人クラブ連合会には、18区の各区に老人クラブ連合会がありその区の老人クラブ連合会の単位クラブとしては、1700あります。</p> <p>平成27年度には、15の単位クラブで、あわせて90人くらいの高齢者の消費者被害の防止のための見守りサポーターをつくらうという話があります。</p>	<p>いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。</p>
30頁等	<p>第9次審議会の報告書では、外国人が多いとか国際機関が立地しているとか、そういうレベルの国際性が語られている印象を受けましたが、もうすでにグローバル社会に生きているんだということが表現できればいいなと思います。</p>	<p>9頁 (1)「消費者を取り巻く現状と横浜市の消費生活相談の状況」に「<b>越境消費者センター</b>」に関する記載及び「<b>今はまさにグローバル社会に生きているということを自覚して、様々な事象を見据えて対応し、主体的に情報収集していくことがより一層求められていくことが考えられます。</b>」の一文を追加しました。</p>
16頁等	<p>グループホームや通所系の施設の職員の方であるとか、自立生活アシスタントさんにも、消費者市民社会を意識として持ってほしい。</p>	<p>いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。</p>



## 「横浜市消費者教育推進の方向性(案)」に対する意見照会結果

- 1 照会期間  
平成 27 年 2 月～ 3 月末
- 2 消費者団体について
  - (1) 照会先 23 団体
    - ア 消費者のつどい連絡会構成員である消費者団体 10 団体
    - イ 消費者団体等協働促進事業実施団体（平成 18～26 年度） 10 団体
    - ウ その他の関係団体（市実施事業協力団体等） 3 団体
  - (2) 照会結果  
5 団体から意見をいただいた
  - (3) いただいた御意見及びその対応状況 資料 3 - 3 のとおり
- 3 横浜市消費生活推進員について
  - (1) 照会方法  
消費生活推進員制度運用 12 区において、地区代表会議開催時に依頼  
（消費生活推進員制度に関するアンケートと同時に実施）  
\*平成 26 年度の消費生活推進員数…1,613 人
  - (2) 照会結果  
216 人から回答、そのうち 10 人から意見をいただいた
  - (3) いただいた御意見及びその対応状況 資料 3 - 4 のとおり



## 頂いた御意見の反映状況（消費者団体）

該当箇所	御意見	反映状況
全般	目指す事がはっきりして、体系だてていると思われま	この「方向性」に対する御期待ととらえ、着実に推進してまいります。
全般	まずは「消費者市民社会」が示すものの浸透と広報等を行きわたらせる必要が有ると思われま	方向性の周知に努めてまいります。
全般	横浜市の特色的なところの「横浜市消費生活推進員」の全地域での活動をすすめてください。	いただいた御意見につきましては、今後の消費生活推進員制度運用の参考とさせていただきます、改正消費者安全法の地域見守りとも絡めて、推進員不在区への働きかけを進めてまいります。
その他	情報交換を図り、地域差がないような活動を支援してください。	いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。
33頁	「消費者団体等との協働による消費者教育啓発講座」について、消費者団体の年齢参加層は様々で広がりがあるので、重点2についても対象領域とした方がよいのではないか。	いただきました御意見を踏まえ、 <b>重点目標2についても対象領域に変更しました。</b>
その他	作文としてはよくできていると思います。ただ、従来から横浜市の消費経済課・消費生活総合センター・各区の地域振興課は、他の都市と比較して独立性がきわめて高く、外部からの提案は受け付けられない現状を何度も経験しています。もっと他都市のようにNPO法人を上手に活用していただけないでしょうか。	いただいた御意見につきましては、関係機関等との連携において、今後の参考とさせていただきます。

30頁	「消費者教育センター」設立運営が急務と考えます。	この「方向性」に対する御期待ととらえ、着実に推進してまいります。
その他	ぜひ、消費経済課、消費生活総合センター、各区地域振興課と、消費者教育を推進しているNPOとの情報交換会を定期的で開催いただくよう強く提言します。	いただいた御意見につきましては、関係機関等との連携において、今後の参考とさせていただきます。
その他	当組合では独自主催にて各種セミナーを実施してきました。こうした活動は消費者への啓蒙活動を主眼としていますが、集客に問題があります。当組合主催セミナーに横浜市後援等がいただければ、参加人数のアップが期待できると考えます。	いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。
1頁 3頁等	これからの消費者教育の方向性が「被害に遭わない消費者から合理的な意思決定ができる自立した消費者に」と「被害を未然に防ぎ万一被害に遭ってしまった場合にも適切に対処できる能力」とあります。現状の被害状況が高齢者を中心にして右肩上がりになっていることを見ると方向性は理解できますが、現場の状況は相当の努力が迫られております。	いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。
15頁等	消費生活推進員は残念ながら「環境事業推進委員」、「保健活動推進員」等に比較して認知度はあまり高くはありませんが、地域で悪質商法被害防止の講座や食の安全の問題で立派な活動をしています。	横浜市消費生活推進員の皆様の地域に根差した活動に感謝しております。 消費生活推進員の認知度の向上に努めてまいります。
15頁等	消費生活推進員の活用性について、重点1、2の設定は消費者教育の現在求められている課題として賛成です。	この「方向性」に対する御期待ととらえ、着実に推進してまいります。

15頁等	<p>全区で推進員が活動できるように早急に改善をしていただきたいと思います。</p>	<p>いただいた御意見につきましては、今後の消費生活推進員制度運用の参考とさせていただきます、改正消費者安全法の地域見守りとも絡めて、推進員不在区への働きかけてまいります。</p>
15頁等	<p>消費生活推進員の任期が2年、最長で通算3期の6年となっています。これは他の横浜市の「環境事業推進委員」や「保健活動推進員」等の委嘱委員にはない制度になっています。最長6年の任期は廃止をすることで検討をお願いします。</p>	<p>いただいた御意見につきましては、今後の消費生活推進員制度運等の参考とさせていただきます。</p>
全般	<p>高齢化の加速やネット社会の急激な進展など消費者を取り巻く環境は大きく変化してきました。消費生活相談や消費者教育の充実等総合的な対策を進めていければと思います。</p>	<p>この「方向性」に対する御期待ととらえ、着実に推進してまいります。</p>
全般	<p>消費者を対象とする消費者教育は、現況では欠かせないことと思うが、この策定書で見えてくることは、前面に消費者対策というおぼろげな問題のみである。</p>	<p>いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。</p>
全般	<p>教育は人を人たらしめる基本中の基本で、人間の土台となるところである。これが一本の核になる。その上で積み上げていく家庭教育、学校教育、そして二つを覆い繋ぐ地域社会教育がある。</p> <p>学校と家庭の連携はもっと大切になる。</p>	<p>いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。</p>

<p>全般</p>	<p>地域の中で学習してきた私たちのような任意団体の本当の仕事は、学校の現場に行き、生徒たちを地域のコミュニティセンターに誘い、正しい消費者教育をすることであり、地域の高齢者団体との連携、一軒ずつの訪問も欠かせない。もっと、市と連携し、多方向へ出向けられるようなシステムの構築を希望したい。</p>	<p>いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。</p>
<p>全般</p>	<p>今の子供たちが将来悪の道に進まない唯一の方法は“教育”しかありません。現在の消費者対策のもっとも基本となるものは、“人をだまさない人づくり”であると思います。</p>	<p>いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。</p>

## 資料 3 - 4

## 頂いた御意見の反映状況（消費生活推進員）

御 意 見	反 映 状 況
<p>あまり難しいことはわかりませんが、これからは③施策の体系化〈目標1・2・3〉が最も大事だと思います。子どものうちから消費者教育の取組みは必要です。</p>	<p>いただいた御意見につきましては、今後の参考とさせていただきます。</p>
<p>アンケートの内容がわかりにくかった（2件）。</p>	<p>趣旨を明確にお伝えできなかったことについては申し訳ありませんでした。わかりやすい表現を心掛けてまいります。</p>
<p>〈概要版〉を読んでもいったい何を教育しようとしているのかよくわからない。具体的にポイントを絞り込んで示さないと、せつかくの構想も無駄になるような気がする。そもそも「消費者教育」とはなんなのか、何を教育するのかを明確にする必要があるように思う。</p> <p>消費者教育を進めるのであれば、便利、楽、安い…といったことだけではなく、持続可能な商品を見極める目を養うことなど、これから成熟した社会を目指すために賢い消費者を育てる具体的な施策を期待します。</p>	<p>わかりやすい表現を心掛けてまいります。いただいた御期待に添えられるような施策を考えていけるよう、庁内連携等を進めてまいります。</p>
<p>消費生活推進員の定義がよくわからなかった。</p>	<p>消費生活推進員の定義等につきましては、推進員制度運用の中でお示しさせていただきます。</p>
<p>「2つの重点項目については、常々そうであれば、と思っていました。3つの目標は「やっところまでできましたか」という思いです。なぜなら多くのひとは「自分は消費者？」と思っているからです。</p>	<p>方向性で体系化した施策を着実に推進してまいります。</p>
<p>消費生活被害の防止だけでなく、環境や生産者などに負担をかけない消費活動についても啓発しアピールしていく必要がある。無責任に安いものだけを求めることで、自然環境とその住民、低賃金労働者、児童労働者に対して消費者が「加害者」になるケースがある。</p>	<p>いただいた御意見につきましては、今後の教育・啓発の参考とさせていただきます。</p>

<p>消費者教育については、今までは学生としてもきちんと学習する場がないまま、社会人となり、家庭・子供それぞれにまつわる経済活動においてトラブルに巻き込まれる事例が多いように思っていましたので、今回のような消費者教育推進は必要であると思います。</p>	<p>この「方向性」に対する御期待ととらえ、着実に推進してまいります。</p>
<p>地域における見守り活動は、具体的にどのように関わるのかが問題。</p>	<p>今後、地域における見守り活動を進めていく際に、具体性のある内容となるよう考えてまいります。</p>
<p>高齢者が年々増えている中で、見守り隊は絶対必要。推進員としてもぜひ参加したい。</p>	<p>この「方向性」に対する御期待ととらえ、着実に推進していくとともに、消費生活推進員制度の運用において参考にさせていただきます。</p>



平成27年度横浜市消費者教育推進計画【案】

資料 4

No.	施策・事業名	事業概要	平成27年度の取組(事業計画)	平成27年度予算額	平成26年度実績(速報値)	重点項目					方向性で定めた目標・取組					年 代					領 域				所管・関連
						重点項目1	重点項目2	目 標	取組	掲載ページ	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成 人 期			学校等	地域	家庭	職域				
															若者	成人一般	高齢期								
1	消費者団体等との協働による消費者教育啓発講座	消費者団体等から市民の発想や手法を活かした消費者教育啓発講座等の事業を受け、各団体と協働で実施する。	・消費者教育啓発講座、消費生活相談事業などを市民の発想や手法を活かした事業提案を市内消費者団体等から募集し、消費生活審議会の消費者団体等協働促進事業審査評価部会で審査・選考の上、実施団体を決定し、活動支援を行う(6月中に実施団体決定予定)。	838千円 【内訳】 ・団体への補助金 800千円 (@300千円×2団体、@100千円×2団体) ・事務費 38千円	・神奈川県ファイナンシャルプランナーズ協同組合(300千円) ・特定非営利活動法人横浜市まちづくりセンター(300千円) ・特定非営利活動法人FPネットワーク神奈川(100千円) ・よこはま消費生活「講師の会」(100千円)	◎	◎	目標1	1	P.19~21												消費者団体等 経済局			
2	消費者教育ポータルサイトの周知、活用促進	高齢者や障害者への見守りを行う方や子育て中の方に対し、自学可能な教材等や情報が掲載されたポータルサイトの周知をおこなう。	・消費経済課ホームページへの掲載 ・掲載可能な媒体の調査及び調整			○	◎	目標1	1	P.19~21												経済局			
3	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市民向け啓発パンフレット「きれいなまちに」の制作 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 ④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」	①820千円 ②1,000千円 ③1,350千円 ④5,392千円	①発行部数:10,000部(平成27年3月末時点) ②地下鉄、バス、シーサイドライン等広告枠(10月~11月に出稿) ③タウンニュースへの記事掲載(平成27年3月26日) ④パンフレット発行部数:190,000部 リーフレット発行枚数:117,000枚(平成27年3月末時点)		◎	目標1	1	P.19~21												資源循環局			
4	展示・情報資料室	消費生活に関する図書・資料・DVD、視覚障害者への録音テープ、聴覚障害者への字幕ビデオ、消費者教育啓発パネルなどを貸し出す。	・消費者教育関連図書の充実	387千円	・平成27年3月現在 ビデオ・DVD 633巻、図書3,945冊所蔵 ・貸出実績:ビデオ・DVD196巻、図書158冊 ・配架用図書124冊、DVD1巻購入			目標1	1	P.19~21												消費生活総合センター			
5	リデュース(発生抑制)の促進	市民・事業者・行政の協働によるリデュースを推進する。	①簡易包装法品の推進 ②レジ袋・割り箸の削減キャンペーンの実施	①100,000円 ②0円	①株式会社イオンと連携したキャンペーン(平成26年6月21日実施) ②株式会社スリーエフと連携したキャンペーン(平成26年10月21日~平成27年11月20日)			目標1	1	P.19~21												資源循環局			
6	食の安全の普及・啓発	「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供を行う。	「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供を行う。	なし	・食品衛生監視指導計画や食中毒発生・違反食品措置状況、行事における食品取扱指導要領等をWEB上で公開し、食品衛生に関する情報提供を行った。			目標1	1	P.19~21												健康福祉局			
7	消費者及び食に関する事業者への取組み	市民や食に関する事業者を対象とした食品衛生に関する講習会を開催する。(661回、29,106人)	市民や食に関する事業者を対象とした食品衛生に関する講習会を開催する。	なし	・市民や食に関する事業者を対象とした食品衛生に関する講習会を開催した。 ・全691回、35,246人(平成26年度末)			目標1	1	P.19~21												健康福祉局			
8	乳幼児の親・妊産婦対象の食育の情報提供	保育園児、妊産婦へチラシ・パンフレット等を配布する。 市ウェブサイトへ私立保育所の給食メニューを掲載する。 食育イベントで食育に関する情報提供を行う。	【健康福祉局保健事業課】 ・よこはま食育イベント(4回) ・食と農の祭典への食育フォーラムの出展(11/4) 【こども青少年局保育・教育人材課】 【こども青少年局保育・教育人材課】 ・引き続き、市ウェブサイトへ保育所の給食メニューを掲載する。 食育研修会で、食育に関する講演、事例発表等を行う。	【健康福祉局保健事業課】 453,600円 (食育全体:6,106,000円) 【こども青少年局保育・教育人材課】 食育定例研修会 ・食育研修会 講師謝金 60,000円 ・調理実習 講師謝金 44,000円	【健康福祉局保健事業課】 ・よこはま食育イベント(5回) ・かながわ食育フェスタへの出展(7/30) 【こども青少年局保育・教育人材課】 ・食育定例研修会 ○食育研修会 実施日:11月11日参加者数:189人 ○調理実習 実施日:2月19日参加者数:32			目標1	1	P.19												健康福祉局 こども青少年局			
9	子どもの安全に関する情報の周知	「子どもを事故から守る!プロジェクト」(消費者庁)の周知を図る。 「子ども安全メールfrom消費者庁」の周知を図る。 子どもに関わる重大事故、注意喚起情報を発信する。	安全情報、注意喚起情報に関する消費経済課ホームページを作成する。					目標1	1	P.19~21												経済局			
11	国際理解教育との連携	市内に所在する国際関係機関との連携を深め、在住外国人に対する消費者啓発の手法について検討する。	「地球を支える食と農業ってスゴイ?展」や「よこはま国際フェスタ2015」等のイベントにおいて国際機関による市民向けの展示・講演を実施		「よこはま国際フェスタ2014」や「よこはま国際フォーラム2015」において国際機関による市民向けの展示・講演を実施			目標1	1	P.19~21												経済局 (公財)横浜市国際交流協会、ITTO(国際熱帯木材機関)、FAO(国際連合食糧農業機関)駐日連絡事務所、JICA(国際協力機構)等			

平成27年度横浜市消費者教育推進計画【案】

資料 4

No.	施策・事業名	事業概要	平成27年度の取組(事業計画)	平成27年度予算額	平成26年度実績(速報値)	重点項目		方向性で定めた目標・取組			年代					領域				所管・関連	
						重点1	重点2	目標	取組	掲載ページ	幼児期	小・中学生期	高校生期	成人期			学校等	地域	家庭		職域
														若者	成人一般	高齢期					
12	食品ロス削減に向けた普及・啓発	食べ残しをしないことを呼び掛けるキャンペーンの実施や、食べ残しの削減に協力する飲食店等(食べきり協力店)の取組を様々な機会を活用して消費者へPRし、意識の向上を図る	①市内イベントでの啓発ブース出展 ②広報啓発物(ちらし、横断幕、啓発物品)の制作 ③食べきり協力店事業に関する市民周知用のポスターやテーブルポップを作成	①0円 ②2,832,000円 ③約550,000円	①市内イベントでの啓発ブース出展 ・神奈川食育フェスタ(平成26年7月30日) ・京急上大岡駅前ブース設置(平成26年10月8日) ・本郷市場まつりブース出展(平成26年10月26日) ・「地球と人によさしい環境展@洋光台」ブース出展(平成27年1月31日) ②チラシ発行枚数:72,000枚 啓発物品制作数:10000セット ③食べきり協力店登録店舗数:579店舗			目標1	1	P.19~21										資源循環局 教育委員会事務局	
13	環境教育出前講座	生物多様性及び地球温暖化防止、水や緑の保全・再生、資源の循環、3R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。 例:生物多様性でYES! 等	【環境創造局】 ・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。 【資源循環局】 ・小中学校を対象とした出前講座の実施 【水道局】 ・地域サービスセンターでは、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、出前水道教室を実施しています。	680千円 なし 500千円	参加人数 8,180人 (環境創造局:5,807人、温暖化対策統括本部:2,373人) 【平成27年3月31日時点】 ・出前講座実施校数:244校 (平成27年3月末時点) 水道出前教室 開催回数 163回 参加者数 14,623人 出張出前講座 開催回数 9回 参加者数 838人 合計 開催回数 172回 参加者数 15,461人 (平成27年3月31日現在)			目標1	1	P.19~21										環境創造局 温暖化対策統括本部 資源循環局 道路局 建築局 水道局	
14	専門家派遣による出前講座	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校、高等学校及び特別支援学校へ派遣し、消費者教育に関する出前講座を実施する。	・教育委員会事務局との連携の元、市立小・中学校、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座を行う。18回計画	1,235千円	・小学校21回、中学校2回 ・テーマ:物や金銭の使い方等(小学校)、契約・消費者保護、消費者被害防止等(中学校)			目標1	1	P.19										経済局	
15	専門家派遣による親子金銭教育講座	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・中学校へ派遣し、PTA活動などでの親子金銭教育出前講座を実施する。	・市立学校の学校単位の親子、区部PTA等を対象に専門家講師派遣による教育・啓発を実施する。 ・テーマ:おこづかいの使い方、買い物の仕方、インターネット・携帯電話利用の危険性等 ・5回計画	270千円	・3校80人			目標1	1	P.19											経済局
16	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。	・主に小中学生を対象とした工場見学会の実施	0円	・未確定(平成27年6月16時点)			目標1	1	P.19											資源循環局
17	夏休み子ども簡易テスト教室	小学生を中心に簡易な実験を通じて、賢い消費者を育成するための教室を開催する。	・簡易な実験を通して消費生活について身近に感じることと興味を持ってもらうような教室を開催する。夏休み期間中に2回。	61千円(一部参加者実費負担あり)	・2回38人 「プロコリーのDNAを取り出してみよう! ~表示についても学ぼう~」			目標1	1	P.19											消費生活総合センター
18	子ども消費生活セミナー	身近な事を題材にした消費生活に関する教室を子供を対象に開催する。	・夏休み期間中に2回計画	133千円(参加費収入あり)	・2回44人 ・慶応大学のサークルと連携し、漢字・落語による啓発講座と、工作教室の2部構成で開催した。			目標1	1	P.19											消費生活総合センター
19	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、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する。	・トラブル事例と注意点、消費生活総合センターへの相談を紹介したチラシを、教育委員会事務局を経由して、各学校へ電子メール配信する。4回予定	なし				目標1	1	P.19											消費生活総合センター
20	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民の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、FMラジオ、大学、図書館、区役所連携等) ・広報(ホームページ、パンフレット等)	13,635千円	・講座数 377 ・参加者数 35,408人			目標1	1	P.19~21											温暖化対策統括本部

平成27年度横浜市消費者教育推進計画【案】

資料 4

No.	施策・事業名	事業概要	平成27年度の取組(事業計画)	平成27年度予算額	平成26年度実績(速報値)	重点項目		方向性で定めた目標・取組			年代					領域				所管・関連		
						重点1	重点2	目標	取組	掲載ページ	幼児期	小・中学生期	高校生期	成人期			学校等	地域	家庭		職域	
														若者	成人一般	高齢期						
21	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。	・市内産農産物の一斉供給 ・「食育だより」の発行(年3回) ・スーパー食育スクール(文部科学省委託事業)の実施(戸塚区名瀬小学校)	4,429千円	・市内産農産物の一斉供給 ・「食育だより」の発行(年3回)			目標1	1	P.19~21											教育委員会事務局	
22	啓発用ポスター・リーフレットの配布	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、市内高等学校に配布する。	・関東甲信越ブロック(10都県、6政令市、1強)国民生活センター)悪質商法被害防止キャンペーンの一環として作成した啓発用ポスター、リーフレット等を高等学校、大学等に配布する。 ・ポスター180枚、リーフレット7,000枚作成	146千円	・「その話、悪質商法カモ…」ポスター290枚、リーフレット13,000部を作成し、市内高等学校、大学等に配布した。			目標1	1	P.20											消費生活総合センター	
23	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・教育を実施する。	・啓発物の掲出、配布、イベント協力等を実施する。	257千円	・専門学校学生のデザイン協力を得た若者向け啓発 ・横浜市立大学の学生広報ワークショップが発行編集しているタウン誌への広告掲載(平成26年10月、27年3月) ・4大学の新生オリエンテーションでの若者向け啓発講座(出前講座)(再掲) ・計量啓発イベントへの学生参加等			目標1	1	P.20												(公財)横浜市消費者協会
24	出前講座(大学等)	大学等が開催する悪質商法に関する講座へ講師を派遣する。	・悪質被害の未然防止と早期解決を図ることを目的として、新入生のオリエンテーションでの講座を開催する。 ・年間5回を計画	その他の出前講座と一括で計上 教材購入費、事務費	・6回 2,045人			目標1	1	P.20												消費生活総合センター
25	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。		・夏期(8~9月)受入れ2人			目標1	1	P.20												経済局 (公財)横浜市消費者協会 市内大学
26	新成人に対する消費者教育・啓発	新有権者ダイレクトメール『はたちブック』に、新成人に対する消費者教育・啓発に関する記事を掲載する。	・市消費生活総合センターに掲載記事作成の協力を得て、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の消費者教育・啓発記事を掲載する。	35千円	・36,500部			目標1	1	P.20												経済局 消費生活総合センター 選挙管理委員会
27	若者向け消費者啓発	若者向け媒体(情報紙等)等を利用した悪質商法手口などの啓発を行う。	・高校生新聞などに、対象年代に応じた悪質商法未然防止に関する啓発記事・広告を掲載する。	1,188千円	・県内の全高校生へ配付される高校生新聞「H!」にネットトラブルに関する記事等を掲載(平成26年12月5日発行、210,000部)			目標1	1	P.20												消費生活総合センター
28	交通安全教室	交通局は、警察や区役所と連携し、高齢者を対象とした交通安全に関する啓発活動を行っているほか、小学校や地域のイベント等に参加し、実際のバスを使用した運転席から見る死角体験や車いす・高齢者疑似体験を行う交通安全教室など、地域の皆様と連携した取り組みを行っています。	・首都高交通安全キャンペーン(本庁)長津田第二小学校(若葉台営業所) ・その他調整		・学校関係10校 ・中途障害者地域活動センター4地区 ・その他イベント参加3回			目標1	1	P.19~21												交通局
29	悪質商法被害未然防止講座	①シニア大学へ講師派遣し、悪質商法被害未然防止や高齢者の見守りに関する講座を行う。 ②ウイング横浜の研修へ講師を派遣し、高齢者や障害者と接する福祉従事者向け等に講義を行う。	①各区で開催されるシニア大学へ講師を派遣する。 ②ウイング横浜の定期研修の一部へ組込んでもらい講義を行う。	83千円 (公益財団法人横浜市老人クラブ連合会からの負担金収入64千円あり)	①16回、868人 ②9回、1,137人	◎	◎	目標1	2	P.21~22												消費生活総合センター 市老人クラブ連合会 ウイング横浜
30	地域活動の担い手発掘に向けた情報共有	地域に根ざした関係機関との情報共有、連携を深めることにより、地域での見守りや消費者教育・啓発の担い手を拡充する。	・消費者教育推進地域協議会や消費者教育推進庁内連絡会(仮称)等の機会に関係機関等との情報交換を進めていく。			◎	◎	目標1	2	P.21~22												経済局 区地域振興課 区福祉保健課 区・地区社会福祉協議会 地域包括支援センター 市内大学 等

平成27年度横浜市消費者教育推進計画【案】

資料 4

No.	施策・事業名	事業概要	平成27年度の取組(事業計画)	平成27年度予算額	平成26年度実績(速報値)	重点項目		方向性で定めた目標・取組		年 代					領 域				所管・関連			
						重点1	重点2	目 標	取組	掲載ページ	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成 人 期			学校等		地域	家庭	職域
															若者	成人一般	高齢期					
31	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。	・地区代表への事務費、旅費相当分の助成、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表彰、表彰及び新任者研修の開催、地域に向けた情報発信支援、地区活動用の啓発教材・物品の購入及び開発、活動活性化モデル事業を行う。	8,288千円 【主な内訳】 ・活動活性化モデル事業2,663千円 ・教材等購入・作成2,745千円 ・地区代表への助成906千円 ・表彰、新任者研修経費640千円	・推進員数1,614人(地区数149地区) ・地域での消費者被害未然防止啓発講座開催回数 294回 ・年間地区活動回数1,025回 ・研修参加者数 309人 ・表彰者数27人 ・総付の〇×クイズ及びシナリオを7種類作成し、12区役所へ配付 ・オリジナル事業:8区でイベント開催、活動事例集や啓発用グッズの作成	◎	○	目標1	2	P.21~22									経済局 推進員制度運用区			
32	高齢者利用施設への講師派遣	地域ケアプラザ等の高齢者利用施設に講師(消費生活相談員)を派遣し、消費者被害未然防止に関する講座を行う。	・高齢者利用施設へ講師を派遣し、講座開催主催者のニーズに合わせた資料や啓発グッズを利用した啓発講座を行う。 ・年間20回を計画	その他の出前講座と一括で計上 教材購入費、事務費	10回、187人	◎		目標1	2	P.21~22									消費生活総合センター			
33	消費者被害未然防止啓発	高齢者向けリーフレットを作成し、配布する。	・高齢者にとって見やすくわかりやすい内容のリーフレット及びポスターを作成し、出前講座等で活用するほか、市内病院での掲出・配架を行う。	その他の啓発資料やグッズ作成と一括で計上 印刷製本費、事務費	・契約のきりふだ(高齢者編)5,000部作成、出前講座で活用 ・高齢者向けリーフレット(A4判見開き)120,000部作成、横浜市老人クラブ連合会安全委員に配布	◎		目標1	2	P.21~22									消費生活総合センター			
34	地域に根ざした高齢者向け消費者啓発	情報が届きにくい高齢者に対する、福関係者との連携による消費者啓発等を実施する。	・日常的に地域で高齢者と接点の多い区・地区社協の方々に対して、地域での催し等の中で短時間の呼びかけ(①悪質商法に気をつけよう②何かあったらセンターに相談しよう)を行ってもらうための「情報バック」等の啓発物を提供する。	210千円 印刷製本費、事務費	区、地区社会福祉協議会へ情報バック、見守りガイドブック、シール等の啓発物14,000部配布	◎		目標1	2	P.21~22									消費生活総合センター 区・地区社会福祉協議会			
35	出前講座(地域団体、高齢者施設運営者等)	①消費生活推進員や自治会・町内会等が開催する悪質商法に関する講座へ講師派遣する。 ②消費者団体等が開催する悪質商法に関する講座へ講師派遣する。	(①、②共通) ・参加人数や規模に合わせた進め方、主催者のニーズに合わせた資料や啓発グッズを活用した講座を開催する。 ・悪質被害の未然防止と早期解決を図ることを目的とする。 ・①、②合わせて年間45回を計画	その他の出前講座と一括で計上 教材購入費、事務費	41回4,007人	◎		目標1	2	P.21~22									経済局 消費生活総合センター			
36	消費者団体等との協働による消費者教育啓発講座(再掲)	消費者団体等から市民の発想や手法を活かした消費者教育啓発講座等の事業提案を受け、各団体と協働で実施する。	・消費者教育啓発講座、消費生活相談事業などを市民の発想や手法を活かした事業提案を市内消費者団体等から募集し、消費生活審議会の消費者団体等協働促進事業審査評価部会で審査・選考の上、実施団体を決定し、活動支援を行う(6月中に実施団体決定予定)。	838千円 【内訳】 団体への補助金 800千円 (◎300千円×2団体、◎100千円×2団体) ・事務費 38千円	・神奈川県フィナンシャルプランナーズ協同組合(300千円) ・特定非営利活動法人横浜市まちづくりセンター(300千円) ・特定非営利活動法人FPネットワーク神奈川(100千円) ・よこはま消費生活「講師の会」(100千円)	◎	◎	目標1	2	P.21~22									消費者団体等 経済局			
37	食品表示・安全講座	消費者の食品の表示・安全に対する知識や理解を深めることを目的に、食に関する講演会を開催する。	1回計画(時期未定)	1,283千円	・1回250人(平成27年1月) ・安全でおいしい食品を選ぶために～食品表示から考える～			目標1	2	P.21~22									消費生活総合センター			
38	消費生活教室	参加者アンケート等を基に消費者団体や消費生活推進員と検討したテーマ等により、消費生活に関する幅広い知識を提供する。	・区との共催にも取り組み、地域での開催も含めて年12回計画。 ・食の乱消費、水環境の施設見学会、暮らしの中のカビ毒、携帯電話・インターネットの落とし穴、等)	691千円	・12回(土曜開催1、施設見学1、区との共催10) ・1,747人 ・生命保険の基礎知識、高齢者専用ホームの基礎知識、環境にやさしい住まいのお掃除術 等			目標1	2	P.21~22									消費生活総合センター 共催区役所 消費者団体等			
39	簡易テスト教室	食品等についての簡易なテストを通じ、身近な生活に関して科学的に考え、正しい知識を得るための教室を開催する。	・参加者募集型で、くらしに関わる時直を待たず、身近な生活に関する科学的な実験を伴う方法で実施する。8回計画	479千円	・10回238人 ・「おいしいお酢の話と不思議なお酢の子カラの体験、住まいのプチ掃除と簡単そうじ術 等			目標1	2	P.21~22									消費生活総合センター			
40	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学習副読本の配付 ②ヨコハマ3R夢！ポスターコンクールの実施 ③子ども向け環境学習ホームページ「イーオタウン」の運営	①5,054千円 ②418千円 ③360千円	①制作部数:36,300部 ②応募総数:1684点 ③アクセス数:6412アクセス			目標1	2	P.21~22									資源循環局			
41	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、早期啓発を行う。	22,964千円	決算額:21,839,273円(平成27年3月末時点) ※啓発の回数等は各区で実施しているため未把握。			目標1	2	P.21~22									資源循環局 環境創造局			

平成27年度横浜市消費者教育推進計画【案】

資料 4

No.	施策・事業名	事業概要	平成27年度取組(事業計画)	平成27年度予算額	平成26年度実績(速報値)	重点項目		方向性で定めた目標・取組		年代					領域				所管・関連			
						重点項目1	重点項目2	目標	取組	掲載ページ	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期			学校等		地域	家庭	職域
															若者	成人一般	高齢期					
42	ごみ・環境情報の積極的な提供(再掲)	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市民向け啓発パンフレット「きれいなまちに」の制作 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 ④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」	①820千円 ②1,000千円 ③1,350千円 ④5,392千円	①発行部数:10,000部(平成27年3月末時点) ②地下鉄・バス、シーサイドライン等広告枠(10月～11月に掲出) ③タウンニュースへの記事掲載(平成27年3月26日) ④パンフレット発行部数:190,000部 リーフレット発行枚数:117,000枚(平成27年3月末時点)	◎	目標1	2	P.21～22											資源循環局		
43	展示・情報資料室(再掲)	消費生活に関する図書・資料・DVD、視覚障害者への録音テープ、聴覚障害者への字幕ビデオ、消費者教育啓発パネルなどを貸し出す。	・消費者教育関連図書の充実	387千円	・平成27年3月現在 ビデオ・DVD 633巻、図書3,945冊所蔵 ・貸出実績:ビデオ・DVD196巻、図書158冊 ・配架用図書124冊、DVD1巻購入		目標1	2	P.21～22											消費生活総合センター		
44	リデュース(発生抑制)の促進(再掲)	市民・事業者・行政の協働によるリデュースを推進する。	①簡易包装法品の推進 ②レジ袋・割り箸の削減キャンペーンの実施	①100,000円 ②0円	①株式会社イオンと連携したキャンペーン(平成26年6月21日実施) ②株式会社スリーエフと連携したキャンペーン(平成26年10月21日～平成27年11月20日)		目標1	2	P.21～22											資源循環局		
45	食の安全の普及・啓発(再掲)	「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供を行う。	「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供を行う。	なし	・食品衛生監視指導計画や食中毒発生・違反食品措置状況、行事における食品取扱指導要領等をWEB上で公開し、食品衛生に関する情報提供を行った。		目標1	2	P.21～22											健康福祉局		
46	消費者及び食に関する事業者への取組み(再掲)	市民や食に関する事業者を対象とした食品衛生に関する講習会を開催する。(661回、29,106人)	市民や食に関する事業者を対象とした食品衛生に関する講習会を開催する。	なし	・市民や食に関する事業者を対象とした食品衛生に関する講習会を開催した。 ・全691回、35,246人(平成26年度末)		目標1	2	P.21～22											健康福祉局		
47	地域に密着した情報発信等(再掲)	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。	・主に小中学生を対象とした工場見学会の実施	0円	・未確定(平成27年6月16時点)		目標1	2	P.21～22											資源循環局		
48	環境教育出前講座(再掲)	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、3R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。 例:生物多様性でYES! 等	【環境創造局】 ・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。 【資源循環局】 ・小中学校を対象とした出前講座の実施 【水道局】 ・地域サービスセンターでは、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、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、出前水道教室を実施しています。	680千円 なし 500千円	参加人数 8,180人 (環境創造局:5,807人、温暖化対策統括本部:2,373人) 【平成27年3月31日時点】 ・出前講座実施校数:244校 (平成27年3月末時点) 水道出前教室 開催回数 163回 参加者数 14,823人 出張出前講座 開催回数 9回 参加者数 838人 合計 開催回数 172回 参加者数 15,461人 (平成27年3月31日現在)		目標1	2	P.21～22 P.21～22 P.21～22											環境創造局 温暖化対策統括本部 資源循環局 道路局 建設局 水道局		

平成27年度横浜市消費者教育推進計画【案】

資料 4

No.	施策・事業名	事業概要	平成27年度の取組(事業計画)	平成27年度予算額	平成26年度実績(速報値)	重点項目			方向性で定めた目標・取組			年 代					領 域				所管・関連	
						重点1	重点2	目 標	取組	掲載ページ	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成 人 期			学校等	地域	家庭		職域
															若者	成人一般	高齢期					
49	ヨコハマ・エコ・スクール(YES)(再掲)	『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体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、FMラジオ、大学、図書館、区役所連携等) 広報(ホームページ、パンフレット等)	13,635千円	・講座数 377 ・参加者数 35,408人			目標1	2	P.21~22											温暖化対策統括本部	
50	交通安全教室(再掲)	交通局は、警察や区役所と連携し、高齢者を対象とした交通安全に関する啓発活動を行っているほか、小学校や地域のイベント等に参加し、実際のバスを使用した運転席から見る死角体験や車いす・高齢者疑似体験を行う交通安全教室など、地域の皆様と連携した取り組みを行っています。						目標1	2	P.21~22												交通局
51	情報社会の消費者教育	情報リテラシーを取り扱う事業者団体やNPO法人等との連携を深め、情報に関する消費者教育の手法等について検討する。	・関係機関との情報共有を推進する。					目標1	3	P.22~23												経済局 関係事業者団体 NPO法人 等
52	消費者教育ポータルサイトの周知、活用促進(再掲)	高齢者や障害者への見守りを行う方や子育て中の方に対し、自学可能な教材等や情報が掲載されたポータルサイトの周知をおこなう。	・消費経済課ホームページへの掲載 ・掲載可能な媒体の調査及び調整			○	◎	目標1	3	P.22~23												経済局
53	ごみ・環境情報の積極的な提供(再掲)	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市民向け啓発パンフレット「きれいなまちに」の制作 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 ④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」	①820千円 ②1,000千円 ③1,350千円 ④5,392千円	①発行部数:10,000部(平成27年3月末時点) ②地下鉄、バス、シーサイドライン等広告枠(10月~11月に掲出) ③タウンニュースへの記事掲載(平成27年3月26日) ④パンフレット発行部数:190,000部 リーフレット発行枚数:117,000枚(平成27年3月末時点)			◎	目標1	3	P.22~23											資源循環局
54	展示・情報資料室(再掲)	消費生活に関する図書・資料・DVD、視覚障害者への録音テープ、聴覚障害者への字幕ビデオ、消費者教育啓発パネルなどを貸し出す。	・消費者教育関連図書の充実	387千円	・平成27年3月現在 ビデオ・DVD 633巻、図書3,945冊所蔵 ・貸出実績:ビデオ・DVD196巻、図書158冊 ・配架用図書124冊、DVD1巻購入			目標1	3	P.22~23												消費生活総合センター
55	リデュース(発生抑制)の促進(再掲)	市民・事業者・行政の協働によるリデュースを推進する。	①簡易包装法品の推進 ②レジ袋・割り箸の削減キャンペーンの実施	①100,000円 ②20円	①株式会社イオンと連携したキャンペーン(平成26年6月21日実施) ②株式会社スリーエフと連携したキャンペーン(平成26年10月21日実施)			目標1	3	P.22~23												資源循環局
56	食の安全の普及・啓発(再掲)	「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供を行う。	「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供を行う。	なし	・食品衛生監視指導計画や食中毒発生・違反食品措置状況、行事における食品取扱指導要領等をWEB上で公開し、食品衛生に関する情報提供を行った。			目標1	3	P.22~23												健康福祉局
57	乳幼児の親・妊産婦対象の食育の情報提供(再掲)	保育園児、妊産婦へチラシ・パンフレット等を配布する 市ウェブサイトへ私立保育所の給食メニューを掲載する 食育イベントで食育に関する情報提供を行う。	【健康福祉局保健事業課】 ・よこはま食育イベント(4回) ・食と農の祭典への食育フォーラムの出展(11/4) 【子ども青少年局保育・教育人材課】 ・引き続き、市ウェブサイトへ保育所の給食メニューを掲載する。 ・食育に関する講演、事例発表等を行う。	【健康福祉局保健事業課】 453,600円 (食育全体:6,106,000円) 【子ども青少年局保育・教育人材課】 食育定例研修会 ・食育研修会 講師謝金 60,000円 食育研修会で、食育に関する講演、事例発表等を行う。 調理実習 講師謝金 44,000円	【健康福祉局保健事業課】 ・よこはま食育イベント(5回) ・かながわ食育フェスタへの出展(7/30) 【子ども青少年局保育・教育人材課】 ・食育定例研修会 ○食育研修会 実施日:11月11日参加者数:189人 ○調理実習 実施日:2月19日参加者数:32人			目標1	3	P.22~23												健康福祉局 子ども青少年局
58	子どもの安全に関する情報の周知(再掲)	「子どもを事故から守る!プロジェクト」(消費者庁)の周知を図る。 「子ども安全メールfrom消費者庁」の周知を図る。 子どもに関わる重大事故、注意喚起情報を発信する。	安全情報、注意喚起情報に関する消費経済課ホームページを作成する。					目標1	3	P.22~23												経済局
59	子ども消費生活セミナー(再掲)	身近な事を題材にした消費生活に関する教室を子供を対象に開催する。	・夏休み期間中に2回計画	133千円(参加費収入あり)	・2回44人 ・慶応大学のサークルと連携し、漢字・落語による啓発講座と、工作教室の2部構成で開催した。			目標1	3	P.22~23												消費生活総合センター

平成27年度横浜市消費者教育推進計画【案】

資料 4

No.	施策・事業名	事業概要	平成27年度の取組(事業計画)	平成27年度予算額	平成26年度実績(速報値)	重点項目		方向性で定めた目標・取組				年 代				領 域				所管・関連		
						重点 1	重点 2	目 標	取組	掲載ページ	幼児期	小・中 学生期	高校生期	大学・専 門学校 等	成 人 期			学校等	地域		家庭	職域
															若者	成人一般	高齢期					
60	交通安全教室(再掲)	交通局は、警察や区役所と連携し、高齢者を対象とした交通安全に関する啓発活動を行っているほか、小学校や地域のイベント等に参加し、実際のバスを使用した運転席から見る死角体験や車いす・高齢者疑似体験を行う交通安全教室など、地域の皆様と連携した取り組みを行っています。	調整中					目標1	3	P.22~23										交通局		
61	消費生活教室(再掲)	参加者アンケート等を基に消費者団体や消費生活推進員と検討したテーマ等により、消費生活に関する幅広い知識を提供する。	区との共催にも取り組み、地域での開催も含めて年12回計画。 防犯対策、浄水場の施設見学会、暮らしの中のどじ毒、携帯電話・インターネットの落とし穴、等)	691千円				目標1	3	P.22~23										消費生活総合センター 共催区役所 消費者団体等		
62	出前講座(企業等)	企業等が主催する消費生活に関する講座へ講師派遣する(有料)。	・企業が行う新人研修等への講師派遣。 5回計画	その他の出前講座と一括で計上 教材購入費、事務費 企業からの負担金@12千円				目標1	4	P.23										消費生活総合センター		
63	消費者団体等との協働による消費者教育啓発講座(再掲)	消費者団体等から市民の発想や手法を活かした消費者教育啓発講座等の事業提案を受け、各団体と協働で実施する。	・消費者教育啓発講座、消費生活相談事業などを市民の発想や手法を活かした事業提案を市内消費者団体等から募集し、消費生活審議会の消費者団体等協働促進事業審査評価部会で審査・選考の上、実施団体を決定し、活動支援を行う(6月中に実施団体決定予定)。	838千円 【内訳】 団体への補助金 800千円 (@300千円×2団体、@100千円×2団体) 事務費 38千円		◎	◎	目標1	4	P.23										消費者団体等 経済局		
64	消費者教育ポータルサイトの周知、活用促進(再掲)	高齢者や障害者への見守りを行う方や子育て中の方に対し、自学可能な教材等や情報が掲載されたポータルサイトの周知をおこなう。	・消費経済課ホームページへの掲載 掲載可能な媒体の調査及び調整			○	◎	目標1	4	P.23~25										経済局		
65	ごみ・環境情報の積極的な提供(再掲)	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市民向け啓発パンフレット「きれいなまちに」の制作 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 ④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」	①820千円 ②1,000千円 ③1,350千円 ④5,392千円			◎	目標1	4	P.23~25										資源循環局		
66	展示・情報資料室(再掲)	消費生活に関する図書・資料・DVD、視覚障害者への録音テープ、聴覚障害者への字幕ビデオ、消費者教育啓発パネルなどを貸し出す。	・消費者教育関連図書の充実	387千円				目標1	4	P.23~25										消費生活総合センター		
67	リデュース(発生抑制)の促進(再掲)	市民・事業者・行政の協働によるリデュースを推進する。	①簡易包装法品の推進 ②レジ袋・割り箸の削減キャンペーンの実施	①100,000円 ②0円				目標1	4	P.23~25										資源循環局		
68	食の安全の普及・啓発(再掲)	「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供を行う。	「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供を行う。	なし				目標1	4	P.23~25										健康福祉局		
69	消費者及び食に関する事業者への取組み(再掲)	市民や食に関する事業者を対象とした食品衛生に関する講習会を開催する。(661回、29,106人)	市民や食に関する事業者を対象とした食品衛生に関する講習会を開催する。	なし				目標1	4	P.23~25										健康福祉局		
70	教職員向け消費者教育セミナーの実施	特別支援学校教員を対象に、家計管理や巻き込まれやすい金融トラブルの仕組みと対処法についてのセミナーを実施する。	・特別支援学校の教員向けの消費者教育セミナーを開催(年2回)	なし		◎		目標2	1	P.25										教育委員会事務局		
71	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。	・特別支援学校の進路担当者等から、卒業後のトラブルについての事例を集め、障害児のある幼児児童生徒に対し、消費者教育として必要な内容を検討する。 ・様々な障害種に対応する消費者教育教材の在り方について検討する。	なし		◎		目標2	1	P.26										教育委員会事務局 経済局		

平成27年度横浜市消費者教育推進計画【案】

資料 4

No.	施策・事業名	事業概要	平成27年度の取組(事業計画)	平成27年度予算額	平成26年度実績(速報値)	重点項目		方向性で定めた目標・取組		年代						領域				所管・関連		
						重点1	重点2	目標	取組	掲載ページ	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期			学校等	地域		家庭	職域
															若者	成人一般	高齢期					
72	専門家派遣による消費者教育教員研修	弁護士やファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校及び高等学校教師による教科別研究会等に派遣する。	・教育委員会事務局との連携の元、市立小・中学校、高等学校教科別研究会に専門家講師を派遣する。3回計画	170千円	・教科別研究会2回(中学家庭科、中学社会科)			目標2	1	P.25											経済局	
73	消費者教育ライブラリー	市内小・中学校、高等学校及び特別支援学校に消費者教育に関するビデオやDVD等を出し出す。	・教材購入及び貸出を行う。 平成27年4月現在ビデオ156種類、CD-ROM9種類、DVD78種類、図書21種類、計264種類300点	60千円	・DVD8本、CD-ROM1枚追加 ・貸出実績:ビデオ・DVD86本、図書1冊			目標2	1	P.25											経済局	
74	啓発教材の配布	消費者教育に関するパンフレット等を市立小・中学校及び高等学校に配布する。	・市立小・中学校、高等学校及び特別支援学校へ教材を配布する。	2,310千円	・小学校7校 中学校4校 高等学校14校 特別支援学校5校に配布			目標2	1	P.25											経済局	
75	簡易テスト指導教室(教員対象)	学校での消費者教育等で活用できる簡易なテスト方法を学ぶ教室を開催する。	・小・中学校、高等学校及び特別支援学校の教員を対象として、夏休み期間中に2回計画	79千円(一部参加者実費負担あり)	・2回31人 ・食品表示の基礎知識・強調表示と味覚テスト			目標2	1	P.25											消費生活総合センター	
76	効果的な消費者教育教材の作成に向けた検討	教科別研究会などの場で、教育現場で活用しやすい教材について、意見交換をしながら教材開発を目指す。	・消費者教育用教材「消費者市民社会の員として持続可能な社会を目指した『意思決定能力の育成』」の活用への活用(市立中学校14校に配布)		・消費者教育用教材「消費者市民社会の員として持続可能な社会を目指した『意思決定能力の育成』」を協力して作成			目標2	1	P.26											経済局 教育委員会事務局	
77	法教育との連携	教育機関、弁護士会等との連携を深め、法教育の手法について検討する。	・関係機関との情報共有を推進する。					目標2	1	P.25~26											経済局 教育委員会事務局 横浜弁護士会 神奈川県司法書士会	
78	展示・情報資料室(再掲)	消費生活に関する図書・資料・DVD、視覚障害者への録音テープ、聴覚障害者への字幕ビデオ、消費者教育啓発パネルなどを出し出す。	・消費者教育関連図書の充実	387千円	・平成27年3月現在 ビデオ・DVD 633巻、図書3,945冊所蔵 ・貸出実績:ビデオ・DVD196巻、図書168冊 ・配架用図書124冊、DVD1巻購入			目標2	1	P.25~26											消費生活総合センター	
79	職域との連携強化	事業者団体等との連携を深め、企業による消費者教育、従業員に対する消費者教育を推進する。	・商工会議所等関係機関との情報交換、共有による掘り起し。 ・消費者生活推進員対象の研修への市職員受講呼びかけ		・平成26年度消費者力向上カレッジ(横浜市消費生活推進員スキルアップ研修) 28人			目標2	2	P.26											経済局 関係事業者団体 NPO法人 等	
80	地産地消を推進する人材の育成	農家や農協の食農教育実践者への支援を行う。	・はまふどコンシェルジュの育成・支援 ・直売ネットワークの活動支援 ・地産地消サポート店の活動支援 ・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)	5,341千円	・はまふどコンシェルジュ講座の開催1回(連続5回講座) ・はまふどコンシェルジュへの支援 補助・奨励による活動支援14件 フォローアップ研修会の実施1回 ・直売ネットワークの研修会開催2回 ・地産地消サポート店への活動支援 フォローアップ研修会の実施1回 ・活動の発表と情報交換の場の設			目標2	2	P.26											環境創造局	
81	環境教育出前講座(再掲)	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、3R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。 例:生物多様性でYES! 等	【環境創造局】	680千円	・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。			目標2	2	P.26											環境創造局 温暖化対策統括本部 資源循環局 道路局 建築局 水道局	
			【資源循環局】	なし	・出前講座実施校数:244校 (平成27年3月末時点)																	
			【水道局】	500千円	・地域サービスセンターでは、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・関心の理解を深めてもらうこと、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、出前水道教室を実施しています。																	



平成27年度横浜市消費者教育推進計画【案】

資料 4

No.	施策・事業名	事業概要	平成27年度の取組(事業計画)	平成27年度予算額	平成26年度実績(速報値)	重点項目		方向性で定めた目標・取組			年 代					領 域				所管・関連		
						重点 点1	重点 点2	目 標	取組	掲載ページ	幼児期	小・中 学生期	高校生期	大学・専 門学校 等	成 人 期			学校等	地域		家庭	職域
															若者	成人一般	高齢期					
82	地域に密着した情報発信等(再掲)	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。	・主に小中学生を対象とした工場見学会の実施	0円	・未確定(平成27年6月16時点)			目標2	2	P.26										資源循環局		
83	ヨコハマ・エコ・スクール(YES)(再掲)	『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民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、FMラジオ、大学、図書館、区役所連携等) ・広報(ホームページ、パンフレット等)	13,635千円	・講座数 377 ・参加者数 35,408人			目標2	2	P.26										温暖化対策統括本部		
84	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。	・2区をモデル区として実施する。 ・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	1,200千円 区への予算配付@600千円×2区		◎	○	目標2	3	P.27										経済局 区地域振興課		
85	金融教育との連携	県金融広報委員会、日本FP協会等との連携により、金融教育を推進する。	・関係機関との情報共有を推進する。					目標2	3	P.27											経済局	
86	消費者及び食に関する事業者への取組み(再掲)	市民や食に関する事業者を対象とした食品衛生に関する講習会を開催する。(661回、29,106人)	市民や食に関する事業者を対象とした食品衛生に関する講習会を開催する。	なし	・市民や食に関する事業者を対象とした食品衛生に関する講習会を開催した。 ・全691回、35,246人(平成26年度末)			目標2	3	P.27										健康福祉局		
88	地域活動の担い手発掘に向けた情報共有(再掲)	地域に根ざした関係機関との情報共有、連携を深めることにより、地域での見守りや消費者教育・啓発の担い手を拡充する。	・消費者教育推進地域協議会や消費者教育推進庁内連絡会(仮称)等の機会に関係機関等との情報交換を進めていく。			◎	◎	目標2	3	P.27										経済局 区地域振興課 区福祉保健課 区・地区社会福祉協議会 地域包括支援センター 市内大学 等		
89	環境行動を実践する人づくり(再掲)	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夢学習副読本の配付 ②ヨコハマ3R夢！ポスターコンクールの実施 ③子ども向け環境学習ホームページ「イーオタウン」の運営	①5,054千円 ②418千円 ③360千円	①制作部数:36,300部 ②応募総数:1684点 ③アクセス数:6412アクセス			目標2	3	P.27										資源循環局		
90	環境事業推進委員による啓発活動(再掲)	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。	22,964千円	決算額:21,839,273円(平成27年3月末日時点) ※啓発の回数等は各区で実施しているため未把握。			目標2	3	P.27										資源循環局 環境創造局		
91	地産地消を推進する人材の育成(再掲)	農家や農協の食農教育実践者への支援を行う。		調 整 中				目標2	3	P.27											環境創造局	

## 地方消費者行政に対する国の財政支援（※）について

※自治体へは都道府県からの補助金交付

- 平成 29 年度までは新規事業開始が可能
- 主な交付金事業メニュー
  - 消費生活相談機能整備・強化事業
  - 消費生活相談員等レベルアップ<sup>°</sup>事業
  - 消費生活相談体制整備事業
  - 地域社会における消費者問題解決力の強化に関する事業  
(消費者教育推進、消費者団体支援、リーダー育成等)
  
- 横浜市での主な活用状況（平成21年度から活用）
  - 相談受付時間の延長（平成21、22年度～）
  - 相談員の法律研修充実、相談業務における弁護士等からの助言機会拡充  
(平成21年度～)
  - 食品表示・安全に関する講演会の開催（平成21年度～）
  - 啓発資料・グッズの作成、広報の拡充（平成21年度～）
    - ・携帯メールマガジン（22～）
    - ・外国籍市民相談通訳（22）
    - ・シネマアドバタイジング（21・22・24）
    - ・消費生活実態調査（23）
    - ・車内・駅貼ポスター（23～）
    - ・ラッピングバス（23・24）
    - ・高校生新聞への広告掲載（24～）
    - ・啓発ムービー（24）
    - ・ラジオCM（25・26）
    - ・推進員モデル事業（23～）