

第 11 次第 3 回横浜市消費生活審議会 議事次第

平成 30 年 9 月 7 日(金) 午後 3 時～
関内中央ビル 3 階 3 A 会議室

1 開 会

2 議 題

- (1) 会議録確認者の選出について
- (2) 施策検討部会報告
- (3) 消費者教育推進地域協議部会報告
- (4) 消費生活協働促進事業審査評価部会報告
- (5) 公募委員選考部会報告
- (6) 消費者被害救済部会報告
- (7) 第 11 次横浜市消費生活審議会報告
「横浜市における市内事業者との連携・協力の在り方」(案) について
- (8) 第 12 次横浜市消費生活審議会に向けて
- (9) その他

3 閉 会

【資 料】

- 資料 1 第 11 次横浜市消費生活審議会 委員名簿
- 資料 2 第 11 次第 3 回横浜市消費生活審議会 部会報告
- 資料 3 第 11 次横浜市消費生活審議会報告
「横浜市における市内事業者との連携・協力の在り方」(案)
- 資料 4 第 11 次横浜市消費生活審議会報告 概要版 (案)

第11次横浜市消費生活審議会委員名簿

平成30年5月14日現在

No	委員氏名	所 属
1	いけだ ぐんじ 池田 軍治	市民委員
2	いしかわ きいち 石川 貴一	市民委員
3	うめもと よしのぶ 梅本 佳伸	一般財団法人 家電製品協会 家電製品PLセンター センター長
4	えのもと ひでお 榎本 英雄	一般社団法人 横浜市工業会連合会 会長
5	おおさわ あや 大澤 彩	法政大学 法学部 教授
6	おおもり しゅんいち 大森 俊一	公益社団法人 日本訪問販売協会 専務理事
7	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
8	くりた ゆたか 栗田 裕	横浜商工会議所 小売部会長
9	さとう よしつぐ 佐藤 喜次	公益社団法人 消費者関連専門家会議 理事
10	しみず ふさよ 清水 房代	横浜市消費生活推進員 中区代表
11	すずき よしひと 鈴木 義仁	神奈川県弁護士会
12	たがや としこ 多賀谷 登志子	横浜市消費者団体連絡会 代表幹事
13	たなか まこと 田中 誠	神奈川県弁護士会
14	ながお じゅんじ 長尾 淳司	一般社団法人 日本クレジット協会 総務企画部長
15	まつばぐち れいこ 松葉口 玲子	横浜国立大学 教育学部 教授
16	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
17	よう なおこ 楊 直子	横浜市生活協同組合運営協議会 代表

敬称略：五十音順

第 11 次第 3 回横浜市消費生活審議会
部会報告書

平成 30 年 9 月 7 日

第 11 次横浜市消費生活審議会

施策検討部会報告書

<p>目 的</p>	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費生活に関する重要な事項の調査審議を行う。 ・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。 <p>【第 11 次の審議テーマ】（第 1 回消費生活審議会で決定） <u>「横浜市における市内事業者との連携・協力の在り方」</u></p> <p>市内事業者と連携・協力した取組みを推進するため、①事業者への情報伝達のあり方、②従業員への消費者教育の推進、③事業者と連携した消費者教育、④事業者と連携・協力した消費者被害防止の視点からの見守り等について審議を行う。</p>		
<p>構成委員 (◎は部会長)</p>	<p>梅本 佳伸 委員 榎本 英雄 委員 佐藤 喜次 委員 清水 房代 委員 ◎鈴木 義仁 委員 多賀谷 登志子 委員 村 千鶴子 委員</p>		
<p>開催状況</p>	<p>第 3 回</p>	<p>開催年月日</p>	<p>平成29年12月 4 日（月）</p>
		<p>議 題</p>	<p>(1) 会議録確認者の選出について (2) 事業者と連携・協力した他都市の取組事例について (3) 若年者に関する消費者問題について (4) 横浜市における事業者の認定・認証・登録制度について</p>
	<p>第 4 回</p>	<p>開催年月日</p>	<p>平成30年 3 月12日（月）</p>
		<p>議 題</p>	<p>(1) 会議録確認者の選出について (2) 第 11 次横浜市消費生活審議会報告「横浜市における市内事業者との連携・協力の在り方」について～これまでの審議状況と対応の方向性（案）～</p>
	<p>第 5 回</p>	<p>開催年月日</p>	<p>平成 30 年 6 月 13 日（水）</p>
		<p>議 題</p>	<p>(1) 会議録確認者の選出について (2) 第 11 次横浜市消費生活審議会報告（案） 「横浜市における市内事業者との連携・協力の在り方」について</p>

議事概要	(主な意見)	
	第3回	
	<p>【事業者と連携・協力した他都市の取組事例について】</p> <p>・千葉市で実施している、サッカーのプロスポーツチームと連携した試合会場での啓発事例は、若い人向けの啓発としては良いと思う。<u>本市でも、マリノスやベイスターズと連携したら良いのではないか。</u></p> <p>【若年者に関する消費者問題について】</p> <p>・若者は契約の際に契約書や約款をよく読まない傾向がある。また、「自分も同じ被害に遭うかもしれない」といった当事者意識の薄さが問題である。<u>若者に興味を持ってもらうための手法として、漫画を活用した啓発や通信事業者と連携してはどうか。</u></p>	
	第4回	
	<p>【対応の方向性（案）について】</p> <p>・事業者には、<u>消費者と事業者内の各部署や行政とのパイプ役を担うような部署の設置、人材の育成をしてもらう</u>と良いのではないか。</p> <p>・従業員教育を手軽に実施できる取組案として、<u>ネットを利用した学習教材の整備をしてはどうか。</u></p> <p>・事業者と連携した見守りの推進については、「<u>お助けカード</u>」の配布協力事業者を拡大し、例えば、<u>介護サービス事業者、コンビニエンスストア、タクシー会社</u>などと、新たに協力してはどうか。</p>	
第5回		
<p>【報告（案）について】</p> <p>・報告の確定後、実際に取組を進めるにあたり、「横浜市は事業者にこういうことを望んでいる」という姿勢では、誰もついてこない。「<u>一緒にやっていきましょう</u>」というような、あまり上から目線にならないような工夫が必要ではないか。</p> <p>・報告の中に横浜市のスタンスとして、「<u>事業者の皆さんと一緒にやっていきたい</u>」ということが、柔らかく表現されていると良いのではないか。</p> <p>・報告の内容については、「今後、どのように着手して進めていくのか」ということが大事ではないか。<u>4つの方向性のそれぞれの課題について、現実的に取り組めるところから着手し、中長期的に考えていかないと成果が出ないのではないか。</u></p>		
今後の予定	部会開催予定	なし
	開催予定時期	—
	審議内容等 (予定)	—

第 11 次横浜市消費生活審議会

消費者教育推進地域協議部会報告書

<p>目 的</p>	<p>構成員相互の情報交換を行うとともに、横浜市消費者教育推進計画の策定及び変更に関して、総合的、体系的かつ効果的な推進にかかる意見をを行うことを目的とする。</p>		
<p>構成委員 (◎は部会長)</p>	<p>池田 軍治 委員 大澤 彩 委員 栗田 裕 委員 ◎松葉口 玲子 委員</p> <p>〈専門委員〉 青木 美穂 専門委員 (教育委員会事務局北部学校教育事務所) 金子 延康 専門委員 (横浜市消費生活総合センター) 坂本 淳 専門委員 (公益財団法人横浜市国際交流協会) 杉澤 宏 専門委員 (公益財団法人横浜市老人クラブ連合会) 細川 哲志 専門委員 (社会福祉法人横浜市社会福祉協議会)</p>		
<p>開催状況</p>	<p>書面表決</p>	<p>開催年月日</p>	<p>平成30年 5 月28日(月)</p>
		<p>内 容</p>	<p>平成 30 年度横浜市消費者教育推進計画について</p>
	<p>第 2 回</p>	<p>開催年月日</p>	<p>平成30年 7 月13日 (金)</p>
		<p>議 題</p>	<p>(1) 会議録確認者の選出について (2) 平成 31 年度横浜市消費者教育推進計画について (3) 情報共有・意見交換 (4) その他</p>
<p>議事概要</p>	<p>第 2 回</p> <p>平成 29 年度計画の実施状況の振り返り及び平成 30 年度計画の進捗状況の確認を行い、「平成 31 年度横浜市消費者教育推進計画」に向けた意見交換や情報交換を行った。</p> <p>(主な意見)</p> <p>【若年者向けの消費者教育について】</p> <p>・学習指導要領を改訂している間に、成年年齢の引下げが決定したので、特に家庭科と、今度 <u>高校の教科がだいぶ変わり新しく「公共」という教科もでき、公共と家庭科の中で特に成年年齢の引下げを意識して、消費者教育的なことを重視しなければいけない</u>ということで学習</p>		

指導要領も考えて作られている。消費者教育に関しては消費者教育支援センターの研修などもこれから充実していくでしょうし、もちろんこちら（横浜市）の方も充実してやってくださると思うので、それを期待したいなど思う。

【高齢者の消費者被害未然防止について】

・消費者センターでの調査で70代ぐらいまでは一人当たりの被害額が100万円くらいなのが、80代になると一気に300万円に跳ね上がっているというような状況があるので、特に80代以上くらいの人向けに何かできないかなという気がする。

・町内会だとかサークル、会合、来てくれる人は来てくれただけで80パーセント達成されている。来ない方をどのように民生委員さんだとか色々な福祉の方と協力して顔を出してもらうか。来ない方を発掘して参加させる、来てもらう、魅力ある活動ということのPRをやってくれると良い。

・消費者保護のことをやるってということは結局、生活問題全体を扱うということなので、地域の昔ながらの何気ない、よもやま話をできるような地域を復活するには、どうしたら良いかということ。また、その時に個人情報保護法がネックなので、その在り方も含めて検討していくということ。

・後期高齢者というか認知症についてのお話があったが、成年後見人は弁護士や専門家しかできないが、それだけでは足りないので、市民後見人の養成講座をやっていたりする。その内容を見てみると、消費者保護や消費者被害の話というのは少しだけしか扱われていないので、そういうところできちっと組み込む必要があるのではないかと、ということを検討していくのも良い。

・特に 後期高齢者の方などは SNS などではなく身近なところで助け合う、更に そういう力を作っていくということが大事。きちんと把握して、情報共有して、コラボレーション・協働する、この3つの機能が落ちている、劣っているところをどう修復するかというようなこと。

【地域や区での取り組みについて】

・区役所の関わり方で、消費者教育というのは地域振興課が所管だが、例えば、民生委員であれば福祉保健課、高齢者であれば高齢・障害支援課などと 区の中でセクションが分かれるが、例えば、地域振興課に対して、民生委員に働きかけてくれといってもなかなか難しいので、区役所全体としてそういう気になってもらわないと、なかなか進まないのかなと思う。

【その他】

・消費者教育だけで縦割りでするのではなく、家族の在り方や地域の在り方を考えるようになっていくわけで、ある意味 そういうことを考えるきっかけとするための消費者教育という位置づけを少し意識するの

	<p>も良いかもしれない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オレオレ詐欺の場合は、銀行の ATM で振込をするというのが多いようだが、電話をしながら ATM を操作しているとカメラが感知するらしく、感知した場合は必ず職員が出ていくなど、<u>これから AI などが発展していくので、そのあたりの進歩も消費者教育と同時に大事 かな</u>と思う。 ・<u>何か起きると専門家が話してくれるが、被害が発生する前に啓蒙してくれば、被害が防げた のにと我々市民からみれば要望したい。日ごろから知識を社会に還元することが教育の原点。</u> 	
今後の予定	部会開催予定	なし
	開催予定時期	—
	審議内容等 (予定)	—

第 11 次横浜市消費生活審議会

消費生活協働促進事業審査評価部会報告書

目 的	<p>消費生活協働促進事業の募集内容の検討、実施団体の審査・選考、事業の評価などを行う。</p> <p><消費生活協働促進事業の概要> 市内活動団体から「消費者被害の未然防止」や「消費者市民社会の実現」に向けた取組を募集し、審査を経て採択された団体と横浜市が協働で事業を実施する。</p>					
構成委員 (◎は部会長)	<p>大森 俊一 委員 ◎河合 直美 委員 楊 直子 委員</p>					
開催状況	第 3 回	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">開催年月日</td> <td>平成30年5月8日（火）</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">議 題</td> <td>(1) 会議録確認者の選出について (2) 平成30年度消費生活協働促進事業審査について</td> </tr> </table>	開催年月日	平成30年5月8日（火）	議 題	(1) 会議録確認者の選出について (2) 平成30年度消費生活協働促進事業審査について
	開催年月日	平成30年5月8日（火）				
	議 題	(1) 会議録確認者の選出について (2) 平成30年度消費生活協働促進事業審査について				
	第 4 回	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">開催年月日</td> <td>平成30年6月29日（金）</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">議 題</td> <td>(1) 会議録確認者の選出について (2) 平成29年度消費生活協働促進事業の評価について</td> </tr> </table>	開催年月日	平成30年6月29日（金）	議 題	(1) 会議録確認者の選出について (2) 平成29年度消費生活協働促進事業の評価について
開催年月日	平成30年6月29日（金）					
議 題	(1) 会議録確認者の選出について (2) 平成29年度消費生活協働促進事業の評価について					
部会開催予定		なし				
開催予定時期		—				
審議内容等 (予定)		—				
今後の予定						

【平成 30 年度事業の審査・選定について】

6 団体 ※からの申込みがありました。審査の結果、次の 2 団体が選定されました。

※消費者被害の未然防止に向けた取組（2 団体）、消費者市民社会の実現に向けた取組（4 団体）

区分	実施団体	事業名	事業内容
消費者市民社会の実現に向けた取組	特定非営利活動法人 森ノオト (40万円補助)	横浜の地産地消を未来につなぐ編集会議&文化祭	横浜の地産地消の普及啓発と消費者市民社会の実現に向けた取組として、地産地消の恵みを味わい、学べる文化祭を開催する。開催にあたっては、市民から企画・運営に関わるメンバーを募り、月 1 回の編集会議を実施する。
	横浜市資源リサイクル事業協同組合 (40万円補助)	「地産地消」と「地域循環型びんリユースシステム」が織りなす環境配慮型消費行動のススメ	地産地消飲料の原料産地やリユースびんに関わる現場を巡るツアーと環境配慮型消費生活についての情報発信と意見交換を行なうシンポジウムを開催する。

【平成 29 年度事業の評価について】

区分	実施団体	事業内容（実施回数）	評価概要
消費者市民社会の実現に向けた取組	特定非営利活動法人 森ノオト (40万円補助)	横浜の農家、特に農産加工品分野をリードしてきた女性農業者を講師に、旬の作物の加工・保存技術や伝統文化等を学ぶ講座を開催。 (8回、延べ94名参加)	地域の伝統文化を伝えていくことや、女性の地位向上について学ぶことは、良いことだと思う。また、男性や年配の方など、幅広い方に参加していただいたことも意義があると思う。今後、他の団体と連携して取り組むことができれば、活動が広がると思われる。
	神奈川県ファイナンシャルプランナーズ協同組合 (380,553円補助)	市民の環境への意識を高めるため、家庭で出来る簡単なCO2削減の方法とその経済効果を明らかにするセミナーと相談会を開催。 (2回、延べ13名参加)	ファイナンシャルプランナーの団体が、消費者市民社会の実現に向けた取組をテーマに取り組んだことは、評価できると思うが、セミナー内容が難しかったようなので、座学中心ではなく、実験を行なうなど、何か興味を持ってもらえるような工夫が必要と思われる。

横浜の地産地消を未来につなぐ 連続セミナー + 文化祭 参加者募集!



青果店
食料品販売関係

もっと
地産地消を
発信したい!

横浜の地産地消ネットワークにつながることで、
地産地消の魅力を伝える企画を自分で考えたり、
情報発信の手法を得ることができます。

子どもに安心な
地元の野菜を
食べさせたい!



主婦

会ってみたい
農家、生産者さんが
いる!



飲食店

地産地消を
普及するイベントを
やってみたいけど...



栄養士
食育関係者

料理家

地産地消を
引っぱっている人と
知り合いたい



農家
地産おこししたい人

対象者>> 地産地消に興味のある人、カフェやお店で地産地消を取り入れたい人、まちづくりに興味のある人、子どもに地域の食材を食べさせたい人

プログラム概要

会場はセミナー、文化祭ともにアートフォーラムあざみ野。プログラムの詳細、申し込み方法は裏面をご覧ください。

9月～

毎月1回の連続セミナー

ゲストによる話題提供 & 自分のやりたいことをまとめる
ワークショップを実施。学びながら生産者につながり、
2月のイベント「文化祭」で集大成の発表やイベントを
企画していきます。

GUEST



椿直樹さん
(料理人)



田部井美佳さん
(はまキッチン)



小池一美さん
(コマデリ)



北原まどか
(森ノオト)

2019年2月

イベントへの参加

「地産地消を未来につなぐ文化祭(仮)」(2019年2月)にてプログラム
参加者は出展、自身の企画を発表、発信できます。
「文化祭」=プログラム参加者の発表、企画ブース、企画講演の実現の場
横浜の女性農業者を招いて地産地消の恵みを味わえる料理を食べたり、
地産地消関連の書籍や小冊子などを一堂に集めて読むなど。
会場はアートフォーラムあざみ野「生活工房」を予定。

会いたい生産者さんへの取材、
セッティング～サポートします
生産者とのマッチング体制も万全です

横浜市環境創造局が協力。市内限定

第1回
9月4日(火)

GUEST:小池一美さん + 横浜市の農業について
「あおばを食べる収穫祭」を企画して + 基本レクチャー

第2回
10月2日(火)

GUEST:田部井美佳さん + 会いに行きたい
「地産地消を料理する喜び」 + 農家さんを考える

第3回
11月6日(火)

GUEST:北原まどか + 文化祭のテーマを決める
「地産地消を取材する楽しさ」 + 文化祭のテーマを決める

第4回
12月4日(火)

GUEST:椿 直樹さん + 企画を進める上での悩み発表
「横浜の食卓」の魅力 + 企画を進める上での悩み発表

第5回
1月15日(火)

中間プレ発表会、文化祭準備

2月23日(土)

文化祭本番

3月5日(火)

ふりかえりワークショップ

課題

生産者さんを取材し、
模造紙に学んだ
成果をまとめる

プログラム参加費:6000円(全6回+文化祭)

いずれも時間は9:45~11:45

ゲストプロフィール

小池一美さん



キッチンカー「コマデリ」代表。
自身が出会った生産者からの
食材にこだわって提供する。
青葉区にて地産地消マルシェ
「あおばを食べる収穫祭」を森
ノオトとともに主催。

北原まどか



NPO法人森ノオト理事長。ロー
カルウェブメディア「森ノオト」
編集長。生産者を講座講師とし
て招聘したりメディアで発信す
るなど情報発信者の立場から
の地産地消普及に取り組む。

田部井美佳さん



料理研究家。「はまキッチン」
代表。一つの素材から様々
な調理方法を提案し、無駄
なく使い切る料理を展開。料
理には国内外の文化を意識
している。

椿 直樹さん



「大ど根性ホルモン」「ど根性
キッチン」オーナーシェフ。異
業種団体「濱の料理人」発起
代表、農林水産省選定「地産
地消の仕事人」。著書「横浜の
食卓〜ど根性レシピ〜」。

申し込み

メールに下記を明記の上、
記載のメールアドレスまで送信してください。

定員
10名

- ①氏名 ②住所 ③電話番号 ④メールアドレス
- ⑤差し支えなければ所属、役職 ⑥参加動機

※お子様の同伴を希望されている方は、受付時にご一報ください。
一時預かりなどのご案内をいたします。

申し込み・問い合わせ先
NPO法人森ノオト

event@morinooto.jp
TEL:045-532-6941

会場

アートフォーラムあざみ野



横浜市営地下鉄・東急田園都市線 あざみ野駅下車 徒歩5分

NPO法人森ノオトは平成28、29年度「横浜の地産地消の普及啓発と消費者市民社会の実現に向けた取り組み」として横浜市経済局と協働で、地産地消の調味料講座や女性農業者を招いた旬の料理体験会を開催してきました。平成30年度は、地産地消を普及啓発できる人材育成事業として本事業を行います。普及啓発事業を自ら企画し、主体的に活動できる市民を育成する「連続セミナー」を通して、これまで地域農家や地産地消を牽引する人物を取材してきた経験とネットワークを生かし、森ノオトがコーディネート、サポートします。

未来をはぐくむ人のための生活マガジン

森ノオト

http://morinooto.jp/

地域情報やエコライフを発信するウェブメディア。エコクッキングや暮らしのエネルギーを考える講座、地産地消マルシェ「あおばを食べる収穫祭」を主催

11月 横浜リユースびんプロジェクト

地産地消産地を巡るバスツアー秋

予告

- ツアースケジュール
- 関内駅付近集合
 - 洗びん工場見学
 - 柴シーサイドファーム
 - ど根性キッチンにて昼食 & 講話
 - 関内駅付近にて意見交換会
 - 関内駅付近解散



開催日時: **11月中~下旬予定**
 集合場所: 関内駅付近(予定)
 定員: 20名予定
 参加費: 1000円
 締め切り: 11月上旬

大変ご好評を頂きました、
 去年のツアーの様子です♪

参加者10月初旬頃募集開始!

バスツアー、そして来年2月開催のシンポジウムの詳細は決まり次第Facebook等でお知らせ致しますので、是非ご確認ください!

リユースびんプロジェクトのFacebookはこちらから→
 もしくは「横浜リユースびん」で検索!



【企画・実施・問い合わせ】
RECYCLE Design 横浜市資源リサイクル事業協同組合(通称:リサイクルデザイン)
 〒221-0054 神奈川県横浜市神奈川区山内町13番地 TEL:045-444-2531 (担当:加藤、清水、戸川)
 [横浜型地域貢献企業【最上位】認定] FAX:045-444-2532
 [官公需適格組合認証取得・ISO14001認証取得] 営業時間:平日9:00~17:00(日・祝日休業)
 HP:http://www.recycledesign.or.jp/

8月2日 横浜リユースびんプロジェクト

地産地消産地を巡るバスツアー夏

「地産地消」「リユースびん」「あおみかん」
 3つのキーワードにまつわる場所を訪れ、現場の生の声と想いを聞く事ができるバスツアー。このツアーが終わった後、きっと貴方は3つのキーワードについて誰かに語りたくなっているはずです!
 横浜リユースびんプロジェクトについては裏面をご覧ください。

- タイムスケジュール
- 10:00 関内駅付近集合
 - 10:45 洗びん工場見学
移動時間 約50分
 - 12:30 ど根性キッチンにて昼食 & 講話
移動時間 約45分
 - 15:00 柴シーサイドファーム
移動時間 約30分
 - 16:15 関内駅付近にて意見交換会
 - 17:00 関内駅付近解散



びんについて、現役びん屋さんがわかりやすく解説!

こだわりの地産地消メニュー! そのこだわりの理由とは?

あおみかんのしずく誕生秘話! 「摘果(てきか)」を体験してみよう!



開催日時: **8月2日(木)**
 集合時間: 9:45(10:00出発)
 集合場所: 関内駅付近
 定員: 抽選20名
 参加費: 1000円
 締め切り: 7/19(木)
 申し込み先: mail@recycledesign.or.jp
 下部に記載した電話、メールフォームでもお申し込み頂けます。
 留意事項: 当日取材等が入る場合がありますのでご注意ください。
 タイムスケジュールは都合により変更になる場合があります。

※内容は変更になる場合があります。

電話でのお申し込み
 横浜市資源リサイクル事業協同組合
045-444-2531
 (担当:加藤・清水・戸川)
 平日9:00~17:00 日・祝日休み

メールフォームでのお申し込み
 「地産地消産地を巡るバスツアー」についてのお申し込みである旨を内容に必ずご入力ください。
 (お問い合わせ種別は選択しなくても大丈夫です)



ここ横浜でしか味わえない **あおみかんのしずく** があります



「あおみかんのしずく」とは
早摘み（摘果）した“あおみかん”を
100% 使用しました。
これまで味わったことのない爽やかな
酸味をお楽しみいただけます。
お店ではサワーが大人気！

地球に優しい
リユースびんを使用！

ビタミンたっぷり！
地元神奈川県産！

横浜市内の飲食店にて
限定販売！



摘果によって美味しく育った
「みかんのしずく」も人気です。

あおみかんのしずく取り扱い店舗はこちらです！
是非お立ち寄りください！

関内駅・横浜駅周辺の主な取扱い店舗地図（2018.5.25現在）



- ①ワインのお店 ムー
中区野毛町3丁目133-1
- ②マミーズタミー
中区野毛町2丁目86-7
- ③横浜漁酒場 ○う商店さん
中区宮川町2丁目49-2
- ④愛嬌酒場えにし 吉田町店
中区吉田町64-3
- ⑤ほおづき
中区住吉町5丁目63
- ⑥雨やどり
中区弁天通2丁目28



- ⑦○う商店yellow
西区岡野1丁目8-3
- ⑧○う商店別館
西区高島2丁目10-4
- ⑨横浜漁酒場 ○う商店
西区高島2丁目5-14
- ⑩ピアレストラン 味蕾亭
西区高島2丁目3-19



横浜リユースびんプロジェクトとは

オリジナルのリユースびんを製造し、地場の農産物を原料とした飲料を
充填、そして、地元の方々に消費していただくことで、
地産地消とCO2削減に繋がる、
市内の小学生が描いた環境絵日記を実現化したプロジェクトです。

このリユースびんを使用している
地産地消商品に賛同して下さる
サポーターが続々増加中！
新商品がどんどん増えるかも！？

横浜リユースびんプロジェクトに
ついての詳細は、QRコードから
動画をチェック！



リユースびんプロジェクトのきっかけとなった絵日記

「地球に優しいRびん」

僕の家の牛乳は、ビンに入っています。初めて見たとき、
「紙パックでもいいのに、なぜビンなんだろう。」と思いました。
お母さんに聞いてみたら、
「これはR（リターナブル）ビンだよ。」と教えてくれました。
使い終わったら水洗いして、大切にくり返し使うんです。
このビンは、50回以上くり返し使えるそうです。一年間に5回
使うとしたら、十年間も使える事になります。
みんなも、Rビンを使うようになれば、ゴミが減って、地球に優し
いと思います。（※本文をそのまま掲載しております）



リユースびんプロジェクトのFacebookはこちらから。
プロジェクトの歩みや、活動の報告をご覧いただけます。
もしくは「横浜リユースびん」で検索！

友人とこんな話をしてみませんか



あおみかんで割ったお酒飲んだ事ある？
早摘み（摘果）されたあおみかんは、
市場に出回らないから、レアなんだよ！

そうなんだ！どおりであおみかんってあんまり
聞かないと思った。美味しく飲んでるだけなのに、
CO2削減、ごみ削減、地産地消に貢献できるなんて、
ちょっとお得な気分だよ



しかも、小学生のアイデアからリユースびん
プロジェクトが始まったらいいよ！リユースびん
が流行ったら、未来の横浜は一体どうなる
かな？

いいね！友人を横浜に呼んで、
未来を予想し合ってみよう。
次はどこのお店で飲もうか！
（店舗は隣のページをチェック！）



農家の
お母さん発!

横浜の地産地消を 未来につなぐ体験講座

農家のお母さんのお話
季節の調理デモと試食

横浜の農業文化を耕してきた女性農業者たち。横浜市の「よこはま・ゆめ・ファーマー」、神奈川県「ふるさとの生活技術指導士」として活躍する農家のお母さんを囲み、起業家精神をもった生き方とともに、地域に伝わる季節の生活文化や、旬の作物をあますところなく味わう加工や調理の知恵を学びませんか?

2017 火
8/1

1st お盆料理と お盆飾り

講師 岡部妙子さん(緑区)



緑区で代々農業を営む岡部さんのお宅では、お盆にナスとキュウリで牛と馬の飾りをつくり、仏様を迎え送る風習があります。大勢の来客をおもてなしするお盆料理として、岡部家の定番は具だくさんの炊き込みご飯。子どもたちに伝えたい、昔ながらの伝承文化と地場野菜を味わうお盆料理を学びましょう。

会場 アートフォーラムあざみ野 3階生活工房



東急田園都市線、横浜市営地下鉄ブルーライン
あざみ野駅より徒歩5分

2017 木
9/28

2nd 旬の浜なしを 加工しよう!

講師 坂田静江さん(青葉区)



横浜のブランド果実として知られる浜なし。市内でいち早く梨の栽培を始めた坂田農園の静江さんから、横浜の果樹栽培についてお聞きします。期間限定で生産する「浜なしの焼肉のたれ」は名品!生産者ならではのたれの使い方や、浜なしのコンポートのつくりにかたを学びます。

会場 クッキングサロン ハマッツ子
(JA横浜都筑中川支店3階)



横浜市営地下鉄ブルーライン・グリーンライン
センター北駅より徒歩1分

時間 10:00~12:30

料金 各回 2,500円

定員 15名(先着順)

申し込み
方法

①参加希望回 ②氏名 ③生年月日 ④住所 ⑤電話番号 ⑥E-mailアドレス ⑦参加動機 を記入の上、

event@morinooto.jp までお申し込みください。

※提供された個人情報は、今回の事業実施のみに利用し、その他の目的で利用することはありません。



農家のお母さんに くらしの文化と食の知恵を教わろう!!

10月以降も毎月、女性農業者をゲストに季節にちなんだテーマで開催します!

※テーマは変更になる可能性があります。イラストはイメージです。

“おいしい”を
引き出すコツを
お伝えします!



2017

3rd
10月



秋に採れる野菜の加工

旬を迎える秋の味覚を、
生産者ならではのレシピで味わおう。

2018

6th
1月



白菜・大根など重量野菜の漬物

冬野菜の特徴を教わりながら、
料理上手なお母さんの味を体験。

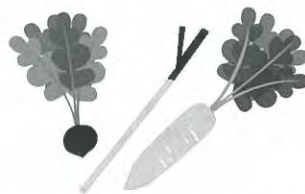
4th
11月



柑橘類のジャムやソース

一時期にたくさん採れる柑橘類。
無駄にせず保存、加工する知恵は必見!

7th
2月



横浜流冬野菜の加工

この季節にうまみが増す冬野菜。
地場野菜をおいしく味わおう!

5th
12月



こんにゃくとお正月料理

お正月を迎えるための料理の言い伝えと
おもてなし料理をご紹介します。

8th
3月



春のぼたもち

ぼたもちにまつわる習わしとともに、
“ふるさとの味”として習得しよう。

本講座の目的

私たちのくらしと密接に関わる日々の「消費」。環境を大切に
する食材や地域の野菜を選ぶなど、日々の消費行動がよりよい市場や社会をつくることにつながります。これを「消費者市民社会」と呼びます。本講座は、横浜市経済局とともに、「消費者市民社会の形成」を目指す、消費生活協働促進事業として実施します。横浜の地産地消をリードしてきた女性農業者と交流し、保存や活用の知恵を学ぶことで、地産地消をより進めるとともに地域の伝承文化を次世代に受け継いでいきます。

地域で見つけるエコの種

森ノオト

<http://morinooto.jp/>



横浜市青葉区を拠点に、エコを切り口にしたウェブメディアでの情報発信やイベントの企画、運営をおこなっているNPOです。約40名の子育て世代がライターとなり、地域情報やエコライフを発信。エコクッキングや暮らしのエネルギーを考える講座、地産地消マルシェなどをおこなっています。

主催：特定非営利活動法人 森ノオト
〒227-0033 横浜市青葉区鴨志田町818-3
TEL:045-532-6941 / FAX:045-985-9945

共催：アートフォーラムあざみ野(男女共同参画センター横浜北)

後援：横浜市環境創造局、JA横浜

写真提供(坂田静江さん):タウンニュース社

農家の
お母さん発!

横浜の地産地消を 未来につなぐ体験講座

横浜の農業文化を耕してきた女性農業者たち。横浜市の「よこはま・ゆめ・ファーマー」、神奈川県「ふるさとの生活技術指導士」として活躍する農家のお母さんを囲み、季節の伝承文化や旬の農産物の加工の知恵を学びませんか。

2017 火
10/10

3rd

秋祭りと 農家のおもてなし料理



講師 加工倶楽部かながわ

豊作を祝う秋のお祭り。キャベツ農家のお母さんチームが行事の習わしとともに、時短で豪華な農家のおもてなし料理を実演！旬のキャベツを美味しく味わうドレッシングもご紹介。



会場 クッキングサロン ハマツ子
(JA横浜都筑中川支店3F)

2017 水
11/29

4th

フキさんの 塩麴と甘酒



講師

平野フキさん
(都筑区)

発酵ブームに先駆けて塩麴や甘酒を商品化してきたフキさん。80代の“スーパーおばあちゃん”のダイナミックな人生、冬の料理に活用したい塩麴と甘酒レシピは必見。



会場 アートフォーラムあざみ野
3F生活工房

2017 水
12/6

5th

手作りこんにやくと 正月料理



講師

三澤百合子さん
(青葉区)

手作りのこんにやくってどんな味？秋に収穫するこんにやくいもから、こんにやく作りを実演。お正月の言い伝えと正月料理を、百合子お母さんから学びます。



会場 アートフォーラムあざみ野
3F生活工房

時間 10:00～12:30

料金 各回 2,500円

定員 15名

内容

- 横浜の女性農業者の生き方についてのお話
- 季節の伝承文化のお話
- 調理デモと試食、交流



申し込み方法

- ①参加希望回 ②氏名 ③生年月日 ④住所 ⑤電話番号
⑥E-mailアドレス ⑦参加動機 を記入の上、

event@morinooto.jp までお申し込みください。

※提供された個人情報は、今回の事業実施のみに利用し、その他の目的で利用することはありません。

農家のお母さんに 2018 くらしの文化と食の知恵を教わろう!!

2018年1月～3月も、毎月季節のテーマで開催します!

“おいしい”を
引き出すコツを
お伝えします!



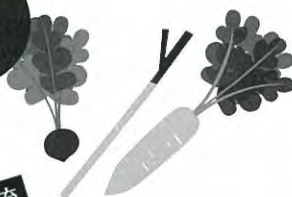
6th
1月



白菜・大根など 重量野菜の漬物

冬野菜の特徴を教わりながら、
料理上手なお母さんの味を体験。

7th
2月



横浜流

冬野菜の加工

この季節にうまみが増す冬野菜。
地場野菜をおいしく味わおう!

8th
3月



春のぼたもち

ぼたもちにまつわる習わしとともに、
“ふるさとの味”として習得しよう。

講座の様子

8月のテーマはお盆飾りとお盆料理。農家のお母さんから、地域に
伝わるお盆の習わしを聞きながら、キュウリとナスで馬と牛のお盆
飾りを作りました。各地の伝承文化を共有し合い、旬の食材を使った
料理に舌鼓を打ちました。「若い世代にぜひ伝えたい」との声が多く、
とても満足度の高い講座でした!



10月~12月の会場

〈クッキングサロンハマツ子〉

10/10

横浜市営地下鉄ブルーライン・グリーンライン
センター北駅より徒歩1分



〈アートフォーラムあざみ野〉

11/29

12/6

東急田園都市線、横浜市営地下鉄ブルーライン
あざみ野駅より徒歩5分



本講座の目的

私たちのくらしと密接に関わる日々の「消費」。環境を大切にする食
材や地域の野菜を選ぶなど、日々の消費行動がよりよい市場や社会
をつくることにつながります。これを「消費者市民社会」と呼びます。
本講座は、横浜市経済局とともに、「消費者市民社会の形成」を目指す、
消費生活協働促進事業として実施します。横浜の地産地消をリード
してきた女性農業者と交流し、保存や活用の知恵を学ぶことで、
地産地消をより進めるとともに地域の伝承文化を次世代に受け継
いでいきます。

地域で见つける
エコの種 **森ノオト** <http://morinooto.jp/>

横浜市青葉区を拠点に、エコを切り口にしたウェブメディアでの情報発信や
イベントの企画、運営をおこなっているNPOです。約40名の子育て世代が
ライターとなり、地域情報やエコライフを発信。エコクッキングや暮らしの
エネルギーを考える講座、地産地消マルシェなどをおこなっています。

主催：特定非営利活動法人 森ノオト
〒227-0033 横浜市青葉区鴨志田町818-3
TEL:045-532-6941 / FAX:045-985-9945
共催：アートフォーラムあざみ野(男女共同参画センター横浜北)
後援：横浜市環境創造局、JA横浜



農家の
お母さん発!

横浜の地産地消を 未来につなぐ体験講座

横浜の農業文化を耕してきた女性農業者たち。横浜市の「よこはま・ゆめ・ファーマー」、神奈川県「ふるさとの生活技術指導士」として活躍する農家のお母さんを囲み、季節の伝承文化や旬の農産物の加工の知恵を学びませんか。

2018 木
1/18

6th



大根の漬物と 大根ステーキ



講師 かるべ 苅部みつほさん

保土ヶ谷区で代々続く苅部家は、オリジナルのブランド野菜「苅部大根」「苅部ねぎ」という品種をつくるほどの野菜づくりの達人。直売店「FRESCO」の看板娘に、大根料理のコツを学びます。



会場 クッキングサロン ハマツ子
(JA横浜都筑中川支店3F)

2018 土
2/24

7th



竹林の中でつくる 竹の「ひな巻き寿司」



講師 まゆの会

桃の節句までもうすぐ。農家の仲間たちの秘密基地・竹林で、竹のひな巻き寿司をつくります。火であつたまつて、豚汁を飲んで、心も体もポカポカに。

※この回はお子様連れでの参加もOK。
巻き寿司の追加も可(1本500円)

会場 飯田神社脇の竹林
(泉区上飯田町)

2018 水
3/28

8th



よもぎ団子と 季節野菜のすいとん



講師 野路幸子さん

春の味覚を体いっぱい味わいましょう! 出始めのよもぎでつくるお団子は、目にも鮮やかな緑が特徴。米粉や小麦も地元・青葉区田奈町産です。野路さんの畑からの採れたて野菜ですいとんも。



会場 アートフォーラムあざみ野
3F生活工房

時間 10:00~12:30

料金 各回 2,500円

定員 15名

内容

- 横浜の女性農業者の生き方についてのお話
- 季節の伝承文化のお話
- 調理デモと試食、交流



申し込み方法

- 参加希望回
- 氏名
- 生年月日
- 住所
- 電話番号
- E-mailアドレス
- 参加動機

event@morinooto.jp までお申し込みください。

※提供された個人情報、今回の事業実施のみに利用し、その他の目的で利用することはありません。

農家のお母さんに教わった くらしの文化と食の知恵



講座の様子

8月は「お盆飾りとお盆料理」。地域に伝わるお盆の慣わしを聞きながら、農家の定番お盆料理を教わりました。



9月は希少な「浜なし」のスイーツ。ジューシーな浜なしの焼肉のたれの活用法や、コンポートのつくり方を学びました。



10月は秋祭り料理。炊き込みごはんに煮しめに天ぷらに……とお腹がいっぱいになるほど農家のお母さんのおもてなしを受けました。



11月は塩麴と甘酒のつくり方と、活用法(予定)。
12月は手作りこんにやくとお正月料理(予定)。



「農家の女性のたくましい生き方に感動した」
「料理のコツをていねいに教えてもらって目からウロコだった」と大好評！
参加者同士の交流や、話も弾む試食タイムも、本講座の魅力です。

本講座の目的

私たちのくらしと密接に関わる日々の「消費」。環境を大切にする食材や地域の野菜を選ぶなど、日々の消費行動がよりよい市場や社会をつくることにつながります。これを「消費者市民社会」と呼びます。本講座は、横浜市経済局とともに、「消費者市民社会の形成」を目指す、消費生活協働促進事業として実施します。横浜の地産地消をリードしてきた女性農家と交流し、保存や活用の知恵を学ぶことで、地産地消をより進めるとともに地域の伝承文化を次世代に受け継いでいきます。

1月～3月の会場

1/19

〈クッキングサロンハマツ子〉

横浜市営地下鉄ブルーライン・グリーンライン
センター北駅より徒歩1分



2/24

〈飯田神社脇の竹林〉

横浜市泉区上飯田町2517(車での上来可)
相鉄いずみ野線「いずみ野」駅よりバス「飯田神社前」下車すぐ
※飯田神社駐車場に集合します。



3/28

〈アートフォーラムあざみ野〉

東急田園都市線、横浜市営地下鉄ブルーライン
あざみ野駅より徒歩5分



地域で見つける
エコの種

森ノオト

<http://morinooto.jp/>

横浜市青葉区を拠点に、エコを切り口にしたウェブメディアでの情報発信やイベントの企画、運営をおこなっているNPOです。約40名の子育て世代がライターとなり、地域情報やエコライフを発信。エコクッキングや暮らしのエネルギーを考える講座、地産地消マルシェなどをおこなっています。

主催：特定非営利活動法人 森ノオト

〒227-0033 横浜市青葉区鴨志田町818-3

TEL:045-532-6941 / FAX:045-985-9945

共催：アートフォーラムあざみ野(男女共同参画センター横浜北)

後援：横浜市環境創造局、JA横浜



市民が参加できる CO2削減とエシカル消費

(エシカル消費とは:環境・社会・人に配慮した商品やサービスを選ぶこと!)



★ 子供達の未来の為にCO2の削減をしたいが
家庭で出来ることはないのだろうか？

★ 2日間のセミナーで「家庭でのCO2削減」「シェアリングによる環境的・家計的
メリット」「地産地消の木材活用と山林保護」「エコ住宅」を例に環境と家計を
リンクして解説します。



無料

第1回 セミナー&相談会

①セミナー

[日時] 10月1日(日)10:30~12:20

②ミニ相談

[時間] 12:30~13:00

[会場] かながわ県民センター 302号
(横浜駅西口から徒歩5分)

[募集] 先着30名様

[お申込み] Tel: 045-315-0121

E-Mail: info@fp-kanagawa.com

詳細は裏面をご覧ください

1部 「家庭でのCO2削減と その効果」

家庭での電気製品や太陽光発電からCO2が
どの程度削減でき、どの程度光熱費が節約
できるか？ 環境への影響、CO2の削減効
果と経済効果をデータでお話します。



講師: 森田 守氏
環境カウンセラー、
うちエコ診断士、
神奈川県地球温暖化防止
活動推進員

2部 「シェアリングエコノミー の仕組みと問題点 ~家計改善のポイント~」

シェアリングエコノミーは、遊休資産を提供す
る側と利用する側の両者にメリットがある仕
組みです。
一時的な流行現象ではなく長く続けることが
重要です。



講師: 池 俊夫氏
2004年にカーシェアリング
普及推進協議会を設立。

神奈川県ファイナンシャル
プランナーズ協同組合
代表理事

講座申込方法

募集開始日:9月11日(月) 募集締切日:9月24日(日)

お申し込みは以下の3通りの方法のいずれかでお申し込みをお願いします

- 1.電話: 045-315-0121
(電話受付時間 10時~17時、土日祝日を除く)
- 2.ファックス: 以下の欄にご記入の上 045-315-0122へ送信
- 3.メール: info@fp-kanagawa.com 宛てに以下の項目を送信

<FAXでお申し込みの場合>

セミナー開催日10月1日(日)

ふりがな	無料相談(予約が必要です)	
お名前	希望	希望しない
E-Mail	電話	
ご住所(〒)	FAX	

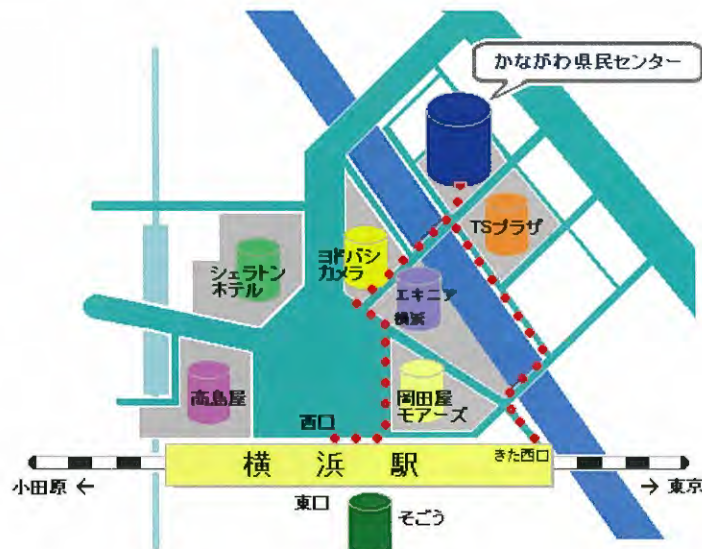
お申込者の個人情報は当組合のセミナー関連にのみ使用いたします。第三者に提供したり、他の目的で使用はいたしません。

ご注意 FAXまたはメールでお申し込みの場合は、9月27日までに申し込み結果の連絡が届かない場合は下記にお問い合わせください。

神奈川県ファイナンシャルプランナーズ協同組合
〒221-0835 横浜市神奈川区鶴屋町2-21-8 第1安田ビル 7F
電話・FAX・E-mailは上記をご参照ください。

セミナー会場 かながわ県民センター (横浜駅西口から徒歩5分)

横浜市神奈川区鶴屋町2-24-2



市民が参加できる CO2削減とエシカル消費

(エシカル消費とは:環境・社会・人に配慮した商品やサービスを選ぶこと!)



★ 子供達の未来の為にCO2の削減をしたいが
家庭で出来ることはないのだろうか？

★ 2日間のセミナーで「家庭でのCO2削減」「シェアリングによる環境的・家計的
メリット」「地産地消の木材活用と山林保護」「エコ住宅」を例に環境と家計を
リンクして解説します。



無料

第2回 セミナー&相談会

①セミナー

[日時] 10月29日(日)13:30~15:20

②ミニ相談

[時間] 15:30~16:00

[会場] かながわ県民センター 306号
(横浜駅西口から徒歩5分)

[募集] 先着30名様

[お申込み] Tel: 045-315-0121

E-Mail: info@fp-kanagawa.com

詳細は裏面をご覧ください

1部

「地産地消の木材を使った 住宅の普及・山林の有効 活用によるエシカル消費」

普段から山に入り、3Dスキャナーを使用した
山林資源数値化による有効活用と地元産業
の活性化を提案しています。セミナーでは
木工製品などの例も解説します。



講師: 小林 照夫氏
(株)トータルソリューション
代表取締役、
ファイナンシャルプランナー、

山林環境問題と地球温暖化
防止に取り組んで活動中

2部

「住宅新時代に備える 省エネ住宅の動向と税優遇」

2020年から一般住宅にも省エネ住宅が
義務化されます。セミナーでは省エネ
基準・ゼロエネルギー住宅にふれ、その
税制上のメリットとその使い方を解説し
ます。



講師: 長谷川良行氏
ファイナンシャルプラン
ナー(CFP)、
宅地建物取引士。

消費者の視点に立った
住宅セミナーで定評が
ある。

講座申込方法

募集開始日:9月11日(月) 募集締切日:10月21日(日)

お申し込みは以下の3通りの方法のいずれかでお願いします

- 1.電話: 045-315-0121
(電話受付時間 10時~17時、土日祝日を除く)
- 2.ファックス: 以下の欄にご記入の上 045-315-0122へ送信
- 3.メール: info@fp-kanagawa.com 宛てに以下の項目を送信

<FAXでお申込みの場合>

セミナー開催日10月29日(日)

ふりがな	無料相談(予約が必要です)
お名前	希望 希望しない
E-Mail	電話
ご住所(〒)	FAX

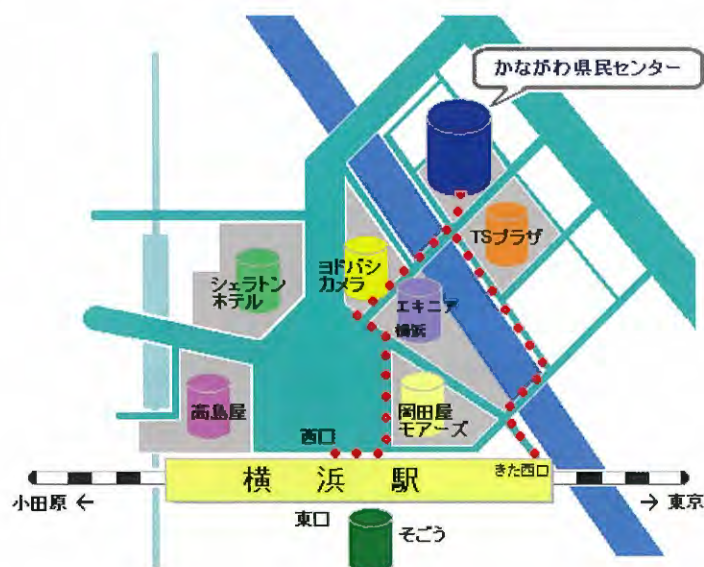
お申込者の個人情報は当組合のセミナー関連にのみ使用いたします。第三者に提供したり、他の目的で使用はいたしません。

ご注意 FAXまたはメールでお申込みの場合は、9月27日までに申し込み結果の連絡が届かない場合は下記にお問い合わせください。

神奈川県ファイナンシャルプランナーズ協同組合
〒221-0835 横浜市神奈川区鶴屋町2-21-8 第1安田ビル 7F
電話・FAX・E-mailは上記をご参照ください。

セミナー会場 かながわ県民センター (横浜駅西口から徒歩5分)

横浜市神奈川区鶴屋町2-24-2



第 11 次横浜市消費生活審議会

公募委員選考部会報告書

目 的	<p>審議会において、消費者を代表する委員の一部を市民からの公募による委員とすることにより、市民の立場からの意見及び提案等を政策形成過程に活用するとともに、審議会を市民に開かれたものとし、市民との協働による消費者行政の実現を図ることを目的とする。</p> <p>(第 6 次横浜市消費生活審議会から実施)</p>		
構成委員	<p>田中 誠 委員 ◎長尾 淳司 委員 松葉口 玲子 委員 楊 直子 委員</p>		
開催状況	第 1 回	開催年月日	平成 30 年 5 月 14 日 (月)
		議 題	(1) 部会長・会議録確認者の選出について (2) 第 12 次消費生活審議会委員公募のスケジュール案及び関係事項について
	第 2 回	開催年月日	平成30年 8 月 8 日 (水)
		議 題	(1) 会議録確認者の選出について (2) 応募者の選考について (3) その他
公募概要 (第 1 回部会 審議事項)	応募資格	消費者問題に関心があり、平日の昼間に開催される会議に出席できる、市内在住の20歳以上の方	
	募集人員	若干名	
	募集期間	平成 30 年 5 月 28 日～平成 30 年 6 月 27 日	
	応募方法	郵送、持参、ファックス、電子メール	
	選考方法	応募用紙に記載されているこれまでの活動経歴・自己PR・志望動機及び作文(「消費者問題について関心のある事項や必要と考える取組」)を総合的に審査して選考	
選考結果概要 (第 2 回部会 審議事項)	募集結果	15名 (男性12名、女性 3 名) ※前回 9 名	
	選考結果	2 名 (男性 1 名、女性 1 名)	
今後の予定	部会開催予定	なし	
	開催予定時期	—	
	審議内容等 (予定)	—	

第 11 次横浜市消費生活審議会

消費者被害救済部会報告書

目 的	消費者から申出のあった消費生活上の被害に対し、消費生活総合センターにおいて、被害救済のための必要な助言その他の措置をとったにもかかわらず、解決することが困難であった紛争について、あっせん及び調停等を行うことを目的とする。		
構成委員 (◎は部会長)	石川 貴一 委員 大澤 彩 委員 ◎田中 誠 委員 長尾 淳司 委員		
開催状況	第 2 回	開催年月日	平成30年 8 月31日(金)
		議 題	(1) 会議録確認者の選出について (2) 相談、あっせんの状況について
議事概要	<ul style="list-style-type: none"> 平成 29 年 7 月～平成 30 年 6 月の期間中に消費生活総合センターで対応した消費生活相談について、当部会への付託要件に適合する案件がなかったことを、報告・質疑応答の上、確認した。 平成 29 年度消費生活相談の概要、「はれのひ株式会社」に関する消費者被害への経済局の対応、県及び指定都市との合同での事業者指導実施について、事務局から報告があり、質疑応答を行った。 		
今後の予定	部会開催予定	なし	
	開催予定時期	—	
	審議内容等 (予定)	—	

「はれのひ株式会社」に関する消費者被害への経済局の対応等について（報告）

昨年度、「はれのひ株式会社」に関する消費者被害が市内在住者に拡大したことを受け、経済局として対応した内容等についてご報告します。

1 経緯

「成人の日」当日の平成 30 年 1 月 8 日（月）に、振り袖のレンタルや販売などを手掛ける「はれのひ株式会社」（本社・横浜市中区）の店舗が突如として閉鎖され、着物が準備できずに成人式に参加できない新成人が出るなど、多くの被害が発生しました。

その後、「はれのひ株式会社」代表取締役と連絡がとれない状況が続きましたが、平成 30 年 1 月 26 日（金）に横浜地方裁判所が「はれのひ株式会社」の破産手続の開始を決定し、平成 30 年 6 月 20 日（水）には、横浜市内で債権者集会が開催されました。

2 経済局の対応

(1) 経済局消費経済課職員による調査（平成 30 年 1 月 9 日（火）12 時 14 分現地到着）

横浜市消費生活条例に基づく立入調査を実施するため、経済局消費経済課の職員が事業者の本社及び市内店舗へ行きましたが、事業者が不在だったため、立入調査は実施できませんでした。

(2) 「はれのひ」特別相談窓口の設置（平成 30 年 1 月 9 日（火）記者発表）

ア 概要

設置場所：横浜市消費生活総合センター（以下「センター」という。）

期 間：平成 30 年 1 月 9 日（火）13 時～

電話番号：0 4 5 - 8 4 5 - 6 6 6 6

受付時間：平日 9：00～18：00 土日 9：00～16：45

相談方法：電話及び来所相談（予約不要） ※通常は来所相談の場合は予約が必要

イ 相談状況

相談件数：391 件（うち、来所相談は 21 件）

※最後の相談は平成 30 年 2 月 13 日

契約金額：約 1 億 2,800 万円

※契約金額は相談者からの申し出による金額で、契約金額の最高額は約 120 万円、平均金額は約 33 万円

主な相談内容：

「今年の成人式のための着物セットの購入・レンタル等をしたが届かなかった」

「来年以降のための契約をしているが大丈夫だろうか」

（内訳）「今年（平成 30 年）の成人式」に関する相談：191 件

「来年（平成 31 年）以降の成人式」に関する相談：200 件

ウ センターの対応

事件発生当初は、「領収書や申込書、事業者からのお知らせの手紙など、証拠となるものを保管する」、「クレジットカード払いの場合は、クレジットカード会社に状況について一報を入れる」等といった助言を、また、破産管財人の決定後は、手続きについて助言を行う等の支援を実施しました。

(3) 横浜市「はれのひ」被害者特別法律相談窓口の設置

(平成 30 年 1 月 16 日 (火) 記者発表) ※神奈川県弁護士会のご協力により設置

ア 概要

期 間：平成 30 年 1 月 18 日 (木) ～31 日 (水)、平日の 10 日間

時 間：9 時～12 時、13 時～16 時 (1 回 30 分)

※1 日 6 時間で計 12 回、10 日間で合計 120 回の相談枠

場 所：市庁舎 1 階 市民相談室

受 付：経済局消費経済課への電話による事前予約

対応者：神奈川県弁護士会所属の特に消費者問題に詳しい弁護士

費 用：無料

イ 実施結果

相談件数：106 件

相談種別：今年 (平成 30 年) の成人式に関する相談 38 件

来年 (平成 31 年) 以降の成人式に関する相談 62 件

その他 3 件

不明 3 件

支払方法：現金 41 件

クレジット 51 件

現金とクレジット (両方) 11 件

不明 3 件

助言内容：民法、特定商取引に関する法律、破産法等の関係法令の説明

法人の破産手続き

カード会社や信販会社への連絡 など

3 「はれのひ」事件のその後の経過について

(1) 破産申立決定 (平成 30 年 1 月 26 日)

同日、破産申立代理人による記者会見が行われました。

(2) 第 1 回債権者集会 (平成 30 年 6 月 20 日)

配当の見込みがないため、横浜地方裁判所が同日に破産手続きを打ち切る廃止決定を出しました。

(3) 着物等の返還について

破産管財人によると、着物類、アルバム、写真データ等、「はれのひ株式会社」に残っていたもののうち顧客のものと認められるものは、概ね返還を終えているとのこと。

(4) 事実上の事業譲渡について

破産管財人によると、「はれのひ株式会社」のすべての在庫品類について、一括して「装いの道株式会社」へ譲渡され、その旨、「はれのひ株式会社」の顧客約 2,000 名に対し、文書で連絡をしたとのこと (平成 30 年 5 月)。これにより、来年以降の成人式のために、「はれのひ株式会社」とレンタル契約をしていた顧客から申込みがあった場合、予約した着物 (振袖、帯) があればその物を、「装いの道株式会社」から無償でレンタルしていただける見通しとのこと。

横浜市における市内事業者との 連携・協力の在り方

— 報告（案） —

平成 30（2018）年〇月

第 11 次横浜市消費生活審議会

目次

はじめに	1
第1章 市内事業者及び消費生活相談の状況	2
1 市内事業者の状況	2
(1) 事業所数及び従業者数	2
(2) 中小企業者・小規模企業者の数	3
2 本市消費生活相談件数の状況	4
(1) 消費生活相談の推移	4
(2) 年代別の相談件数と相談発生率	4
(3) 若者の消費生活相談	5
ア 若者相談の特徴（その1：販売方法・手口別）	5
イ 若者相談の特徴（その2：商品・役務名別）	5
(4) 成年年齢の引下げ	7
(5) 高齢者の消費生活相談	8
ア 消費生活相談の推移	8
イ 相談者の種別	8
ウ 高齢者の相談が占める割合の多い商品・役務	9
エ 高齢者の支払金額	10
第2章 消費者関連法の現状と横浜市の対応	11
1 消費者関連法の整備	11
(1) 消費者契約法の改正	11
ア 「不当な勧誘」の取消しに関する改正	11
イ 「不当な契約条項」の無効に関する改正	11
(2) 消費者団体訴訟制度	12
ア 差止請求	12
イ 被害回復	16
2 消費者教育の推進	18
(1) 消費者教育推進法	18
(2) 消費者教育の推進に関する基本的な方針	18
(3) 横浜市消費者教育推進の方向性	19
(4) 横浜市消費者教育推進計画	19
3 事業者と連携した消費者被害防止の視点からの見守り	20

第3章 事業者と横浜市が連携・協力するにあたっての課題と方向性... 21

1 市内事業者と連携・協力するにあたっての課題	21
(1) 事業者との情報共有の推進における課題	21
(2) 従業員への消費者教育の推進における課題	21
(3) 事業者と連携した一般人向けの消費者教育の推進における課題	21
(4) 事業者と連携した消費者被害防止の視点からの見守りの推進における課題	21
2 市内事業者と連携・協力するにあたっての対応の方向性	22
対応の方向性1 事業者との情報共有の推進	22
(1) 業界団体等と連携した情報共有の推進	22
(2) 消費者対応における事業者の体制整備の促進	23
対応の方向性2 従業員への消費者教育の推進	23
(1) インターネット環境を利用した学習教材の整備	23
(2) 事業者における取組を評価する仕組みの検討	24
対応の方向性3 事業者と連携した一般人向けの消費者教育の推進	25
(1) スポーツチーム等との連携	25
(2) ACAP と連携した消費者教育の実施	25
(3) 若者が興味、関心のある分野における事業者との連携	26
(4) 事業者・学生・行政の協働による消費者教育の実施	26
対応の方向性4 事業者と連携した消費者被害防止の視点からの見守りの推進	28
(1) 協働ネットワークにおける見守りの拡充	28
(2) 商店街との連携強化	28
おわりに	29

《付属資料》

1 第11次横浜市消費生活審議会委員名簿	32
2 審議経過	33

はじめに

昨今、少子高齢化の進展や商品・サービスの多様化・複雑化、高度情報化・グローバル化の急速な発展等により、消費者が主体的に適切な判断を下すことが困難なケースもある。

「第3期消費者基本計画」（平成27年3月閣議決定）においては、「事業者が消費者を重視した事業活動、すなわち消費者志向経営を行うことが健全な市場の実現につながる」という意味で、事業者や事業者団体が消費者政策を推進する上での重要な主体として位置づけられた。今後、本市においても、消費者志向経営の理念に基づく取組が一層進展されれば、消費者が安心して商品やサービスを購入できるような環境が構築され、消費者トラブルの減少や消費の拡大を通じた「経済の好循環」の実現などが期待される。

また、「消費者教育の推進に関する法律」の施行（平成24年12月）により、事業者・事業者団体に対して、消費者教育の推進のために、自主的に活動することや従業員に対する研修の実施等が努力義務として規定され、本市においても事業者と連携した取組を推進していく必要がある。

さらに、第10次横浜市消費生活審議会報告（平成28年9月）において、高齢者の消費者被害防止に向けた見守りの新たな担い手として、「事業者との連携について検討が必要である」という報告がなされた。加えて、成年年齢を18歳に引下げる民法改正案が成立した（平成30年6月13日）ことから、消費者被害の防止を目的とした見守りを検討するうえでは、高齢者のみではなく、若者も含めたすべての消費者を対象としていくことが望まれる。

なお、これらの取組を進めていく上では、事業者に対し消費者行政情報を提供するとともに、消費者保護の重要性を理解していただく必要があるが、そのための連携体制も同時に構築していく必要がある。

これらの状況を踏まえ、第11次横浜市消費生活審議会では、平成29年2月から平成30年6月にかけて5回にわたり、市内事業者に対する消費者保護等に関する情報提供の在り方、市内事業者と連携・協力した消費者教育や見守りの推進等について議論を重ねてきた。なお、議論にあたり市内事業者については、消費者契約法改正や消費者裁判手続特例法の施行を踏まえ、これらの影響があると考えられる、消費者と直接接して販売や役務（サービス）の提供を行っている事業者（BtoC）を主な対象と想定した。

本報告は、横浜市が市内事業者と手を携えながら、これらの課題解決を図っていくための連携・協力の在り方と対応の方向性を示したものである。

第1章 市内事業者及び消費生活相談の状況

1 市内事業者の状況

まずは、市内事業者の状況について把握した。

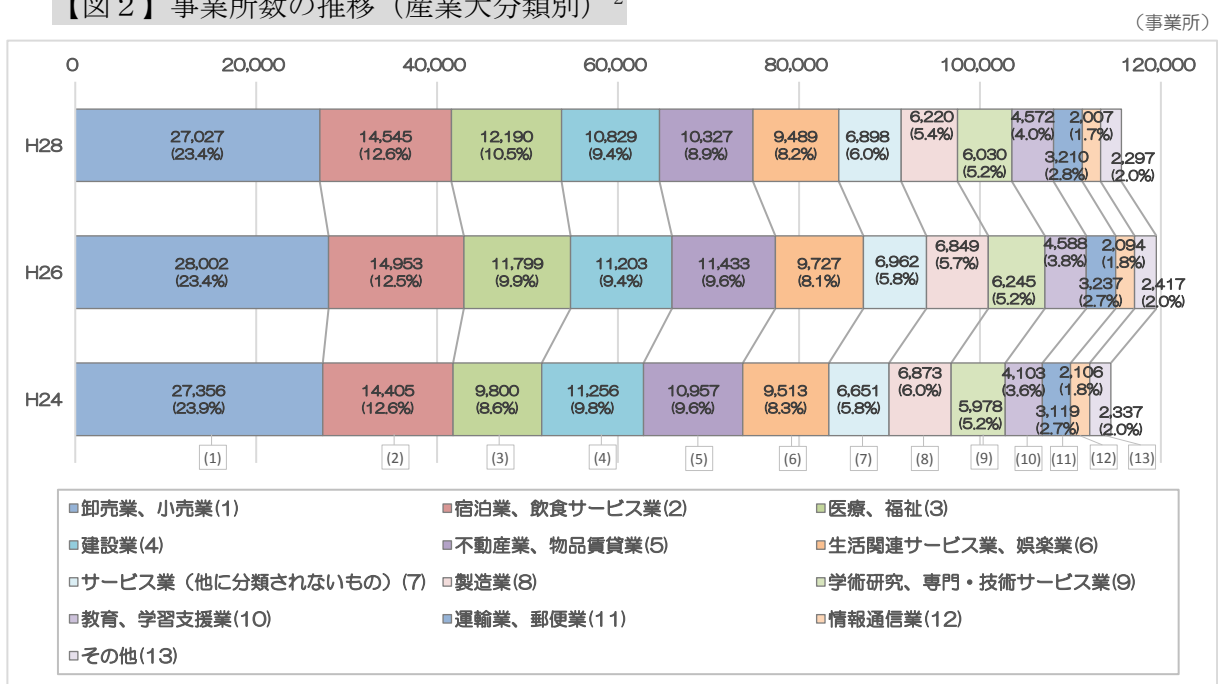
(1) 事業所数及び従業者数

平成 28 年度における市内事業所数は 115,641 事業所¹、従業者数 1,491,654 人【図 1】で、事業所数を産業大分類別に比べると「卸売業・小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「医療、福祉」の順に多い状況となっている【図 2】。

【図 1】 事業所数、従業者数の推移²



【図 2】 事業所数の推移 (産業大分類別)²



¹ 経済活動が行われている場所ごとの単位で従業員と設備を有し物の生産や販売、サービスの提供が継続的に行われているものを事業所という。

² データで見る横浜経済 2017 (横浜市経済局)【図 1～図 4】

(2) 中小企業者・小規模企業者の数

平成 26 年度における市内の中小企業者数³は、76,784 者で市内全体の 99.6%を占め、そのうち 82.5%は小規模企業者となっている。従業者数は 629,081 人と市内全体の 63.0%を占め、大企業の約 2 倍となっている【図 3】。

また、産業大分類別に見ると、中小企業者の数は高い順に「卸売業・小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「建設業」となっている【図 4】。市内事業者の多くを中小企業が占めていることから、市内事業者との連携・協力の在り方を議論する上では、中小企業の性質や状況を踏まえ検討していく必要がある。

【図 3】 中小企業者・小規模企業者数及び従業者数（平成 26 年全国・神奈川県比較）²
 <企業者数>

	企業者数	中小企業者			大企業者	総数
		構成比	うち小規模企業者	構成比		
全国	3,809,228	99.7%	3,252,254	85.1%	11,110	3,820,338
神奈川県	199,958	99.7%	169,491	84.5%	572	200,530
横浜市	76,784	99.6%	63,613	82.5%	317	77,101

<従業者数> (単位：人)

	従業者数	中小企業者			大企業者	総数
		構成比	うち小規模企業者	構成比		
全国	26,466,676	65.2%	5,920,617	14.6%	14,146,587	40,613,263
神奈川県	1,404,473	70.2%	311,030	15.5%	597,108	2,001,581
横浜市	629,081	63.0%	123,905	12.4%	369,194	998,275

中小企業基本法における中小企業者の範囲及び小規模企業者の定義

業種	中小企業者（下記のいずれか）		小規模企業者
	資本金額、又は出資総額	常時使用する従業員数	常時使用する従業員数
①製造業、建設業、運輸業、その他の業種（②～④を除く）	3億円以下	300人以下	20人以下
②卸売業	1億円以下	100人以下	5人以下
③サービス業	5,000万円以下	100人以下	5人以下
④小売業	5,000万円以下	50人以下	5人以下

【図 4】 中小企業者・小規模企業者数（平成 26 年産業大分類別）²
 (単位：企業者)

	企業者数	中小企業者		
		構成比	うち小規模企業者	構成比
横浜市 合計	76,784	100.0%	63,613	100.0%
鉱業、採石業、砂利採取業	2	0.0%	-	-
建設業	9,630	12.5%	9,168	14.4%
製造業	5,882	7.7%	5,003	7.9%
電気・ガス・熱供給・水道業	18	0.0%	15	0.0%
情報通信業	1,610	2.1%	1,106	1.7%
運輸業、郵便業	1,558	2.0%	1,062	1.7%
卸売業、小売業	15,679	20.4%	11,827	18.6%
金融業、保険業	624	0.8%	604	0.9%
不動産業、物品賃貸業	9,077	11.8%	8,865	13.9%
学術研究、専門・技術サービス業	5,221	6.8%	4,421	6.9%
宿泊業、飲食サービス業	9,685	12.6%	7,820	12.3%
生活関連サービス業、娯楽業	6,989	9.1%	6,237	9.8%
教育、学習支援業	2,482	3.2%	2,016	3.2%
医療、福祉	5,496	7.2%	3,672	5.8%
複合サービス事業	4	0.0%	4	0.0%
サービス業（他に分類されないもの）	2,827	3.7%	1,793	2.8%

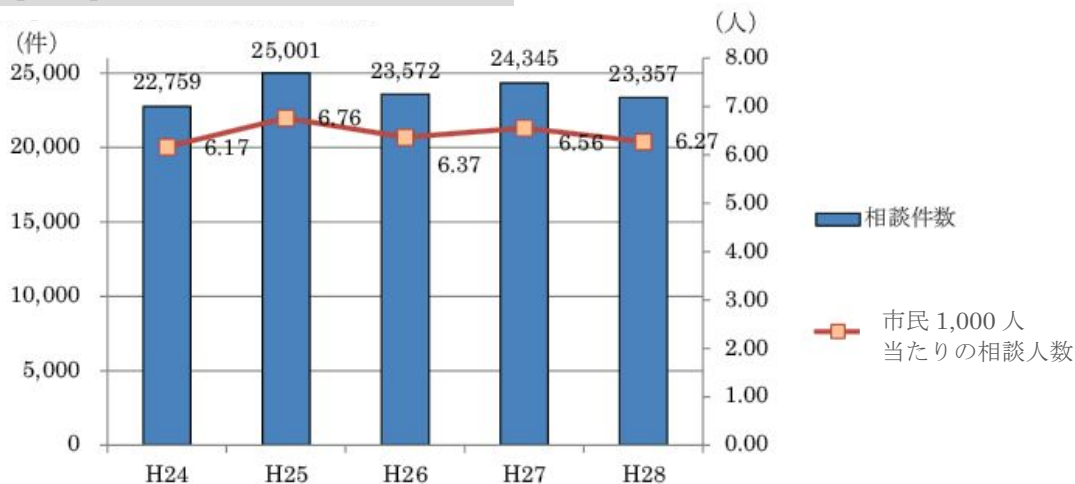
³ 市内に本社・本拠のある個人事業主+会社（株式会社、有限会社、合名会社等）で会社以外の法人（独立行政法人、財団法人、医療法人等）は含まない。また、「農業」、「漁業」は除く。

2 本市消費生活相談件数の状況

(1) 消費生活相談の推移

平成 28 年度の相談件数は 23,357 件で、過去 5 年間では、22,000 件から 25,000 件の間をほぼ横ばいで推移しており、高止まりの状況がある【図 5】。

【図 5】過去 5 年間の相談件数の推移⁴

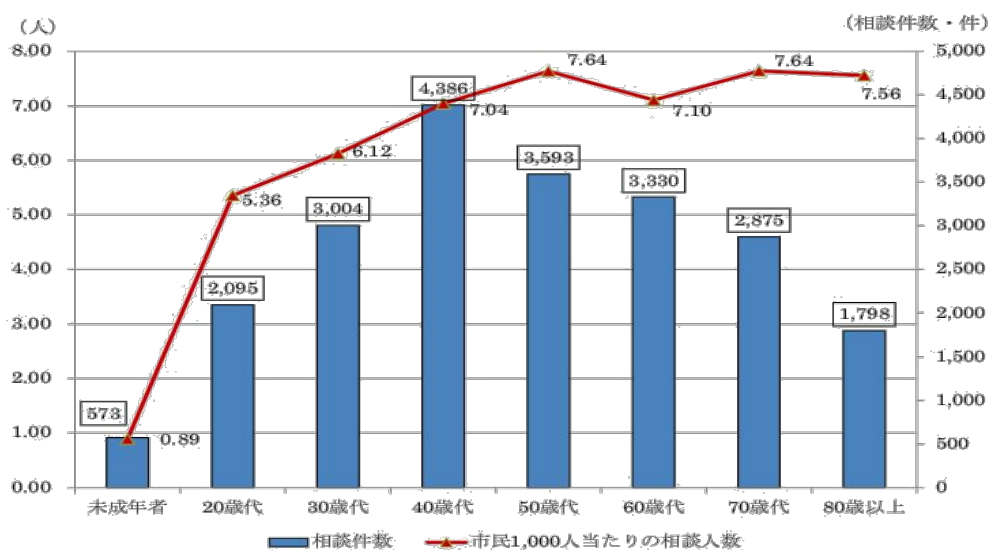


(2) 年代別の相談件数と相談発生率

平成 28 年度に寄せられた相談を契約当事者の年代別にみると、20 歳代から 50 歳代にかけては、市民 1,000 人当たりの相談人数の割合が徐々に増加し、消費生活相談の発生率が高くなっていくことが分かる。

また、未成年の 0.89 と比較すると 20 歳代は 5.36 と急増しており、成人になり契約をする機会が増えることで消費生活相談が急増するものと思われる。このことから、成人を迎える前の準備段階として早期に消費者教育に取り組むとともに、社会人に対しても消費者被害に関する啓発や教育を実施していくことが重要であると言える【図 6】。

【図 6】契約当事者の年代別内訳⁴



⁴ 「平成 28 年度 消費生活相談の動向」(横浜市消費生活総合センター)【図 5、6】、【表 1～表 4】

(3) 若者の消費生活相談

ア 若者相談の特徴（その1：販売方法・手口別）

未成年者の相談に多い販売方法・手口などの特徴としては、アダルト情報サイトの登録料金を請求されるなどの「ワンクリック請求」や「SNS」を通じて商品を購入するといったインターネットに関連するものが上位を占める【表1】。

一方、20歳代では未成年者とは大きく異なり、売買契約の際に無理やりサラ金等から借金させたり、クレジット契約を組ませたりする「クレ・サラ強要商法」など、実際の契約行為に絡む相談が多くなっている。

また、販売組織の会員となり、他の人を新たに勧誘し商品等を販売することでマージンが得られるという「マルチ・マルチまがい」の割合等が、社会人経験の浅い20歳代になると高くなる【表2】。特に、人間関係を利用して広がることの多いマルチ商法は、大学生等の間で流行っているため、被害拡大防止のため、「自分にも同じことが起こるかもしれない」という意識を当事者である若者にもってもらう必要がある。

【表1】未成年者の相談が占める割合の多い販売方法・手口等⁴

順位	販売方法・手口等	未成年者が占める割合	未成年者の相談件数	相談全体	◆代表的な相談事例
1	ワンクリック請求	11.3%	191	1,696	◆中学生の息子がスマホで検索をしていたら、有料サイトに登録され代金を請求されたようだ。どうすべきか。
2	ポルノ・風俗	10.8%	193	1,787	◆スマートフォンで無料アダルトサイトを見ていて動画再生しようとしたら、登録となり料金を請求された。
3	個人間売買	9.1%	21	230	◆フリマアプリで財布を購入し代金を支払ったが、商品が届かない。
4	SNS	6.0%	22	364	◆SNSを通じてライブのチケットを購入し代金は指定された講座に振り込んだが、チケットが届かない。
5	電子広告	5.4%	350	6,462	◆未成年の娘が親に内緒で500円の丰胸サプリをネットで注文した。お試し購入だと思ったら定期購入だったのでキャンセルしたい。

注 契約当事者が19歳以下の相談のうち、販売購入形態、内容等キーワード（複数選択）が20件以上のものを抽出し、未成年者の相談が相談全体に占める割合が、多い順に表示している。

【表2】20歳代の相談が占める割合の多い販売方法・手口等⁴

順位	販売方法・手口等	20歳代が占める割合	20歳代の相談件数	相談全体	◆代表的な相談事例
1	クレ・サラ強要商法	86.0%	49	57	◆友人に誘われ起業家育成セミナーの契約をした。消費者金融で借金をして代金を払ったが解約したい。
2	アポイントメントセールス	58.2%	53	91	◆ジュエリーデザイナーを名乗る若い女性から電話があり店に向いたところ、断り切れず高額なネックレスを購入してしまった。解約したい。
3	マルチ・マルチまがい	46.4%	96	207	◆友人の紹介で基礎化粧品マルチ組織に加入して、クレジットカードで化粧品代金を支払ったが、儲かるとは思えないので解約したい。
4	長時間勧誘	41.7%	40	96	◆突然訪問してきた事業者から長時間執拗な勧誘を受け、投資用マンションの購入に同意してしまった。断りたい。
5	サイドビジネス商法	40.9%	141	345	◆お金を稼ぐ方法を教えるという広告を見て、起業の為のコンサルティングサービスの契約をしたが、解約して返金してほしい。

注 契約当事者が20歳代の相談のうち、販売購入形態、内容等キーワード（複数選択）が20件以上のものを抽出し、20歳代の相談が相談全体に占める割合が、多い順に表示している。

イ 若者相談の特徴（その2：商品・役務名別）

未成年者は、「アダルト情報サイト」が第1位、「オンラインゲーム」が第2位、内容が不明確な有料サイト使用料を請求されるなどの「デジタルコンテンツ一般」が第3位となっており【表3】、「アダルト情報サイト」や「デジタルコンテンツ一般」といった、架空請求等に関する相談が多い。

一方、20歳代は「不動産賃借」、「エステサービス」など実際の契約行為を伴う相談が増加している。

また、「デジタルコンテンツ一般」などの相談は未成年者と同様、上位を占めており【表4】、インターネットを通じて得られる情報が基となってトラブルになるケースが多いのが、若者の特徴と言える。

【表3】 契約当事者が未成年者の商品・役務別上位5位⁴

(単位：件【対平成24年度増減率(%)】)

順位	商品・役務名	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
1	アダルト情報サイト	352	404	380	300	184 【▲47.7】
2	オンラインゲーム	44	41	42	36	42 【▲4.5】
3	デジタルコンテンツ一般 ⁵	35	27	19	50	33 【▲5.7】
4	健康食品	3	7	7	27	21 【600.0】
5	テレビ放送サービス	6	9	9	9	13 【116.7】

【表4】 契約当事者が20歳代の商品・役務別上位5位⁴

(単位：件【対平成24年度増減率(%)】)

順位	商品・役務名	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
1	不動産賃借	205	182	148	170	175 【▲14.6】
2	アダルト情報サイト	218	265	330	278	150 【▲31.2】
3	デジタルコンテンツ一般 ⁵	117	67	60	113	121 【3.4】
4	エステサービス	89	125	97	91	93 【4.5】
5	他のデジタルコンテンツ ⁶	29	24	22	34	67 【131.0】

⁵ 「デジタルコンテンツ一般」は、内容が不明確な有料サイト利用料の架空請求等に関する相談

⁶ 「他のデジタルコンテンツ」は、「SNS」、「占いサイト」、「懸賞サイト」、「ダウンロードしたセキュリティソフト」等に関する相談

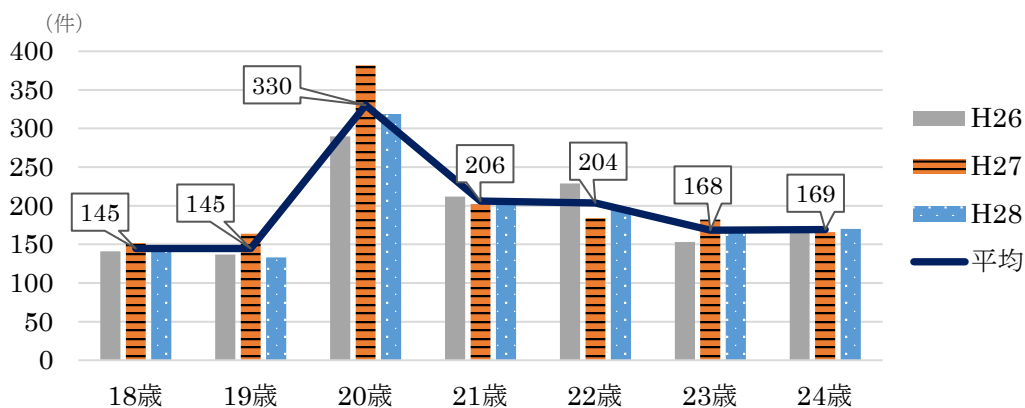
(4) 成年年齢の引下げ

公職選挙法の改正（平成 27 年 6 月）により、選挙年齢が 18 歳に引き下げられその附則（第 11 条）として民法等の成年年齢について、検討を加える旨が定められ、平成 30 年 6 月 13 日に成年年齢を 18 歳に引下げる民法改正案が成立した。成年年齢が引き下げられると、未成年取消権を行使することができなくなり 18 歳、19 歳が知識や経験、判断力不足につけ込まれ、悪質業者に狙われる恐れがある。

18 歳から 24 歳における各年齢の消費生活相談件数をみると、3 か年の平均が 18 歳、19 歳は 145 件だったのに対し、20 歳は 330 件と約 2.3 倍増加している【図 7】。

成年に達することで、契約や購入をする機会が増えたり、中には未成年をターゲットにしてもしょうがないと思っている悪質な事業者が、20 歳の誕生日を迎えた直後を狙って勧誘を行うことも見込まれ、相談件数が突出して多くなる傾向がある。

【図 7】 契約当事者が 18 歳から 24 歳における相談件数（H26～H28）



【参考①】 若者は SNS をきっかけに商品購入⁷

「消費生活に関する意識調査」（消費者庁・2016 年度）によると、「SNS で情報を見たことがきっかけで商品購入・サービス利用をした」経験について尋ねたところ、10 歳代後半の女性を中心に、20 歳代までの若者において、経験があると回答した割合が高くなっている。

「友達や芸能人・有名人がアップやシェアをした情報」がきっかけで商品購入・サービス利用をしたという回答については、10 歳代後半と 20 歳代で「友達」が 3 割、「芸能人・有名人」が 2 割となり、全体平均（「友達」14.3%、「芸能人や有名人」8.9%）を大きく上回った。

特に若者や女性は、商品購入やサービス利用について、友達や芸能人、有名人の SNS から得る情報やつながりをきっかけにしたり、多用したりしていることが分かる。

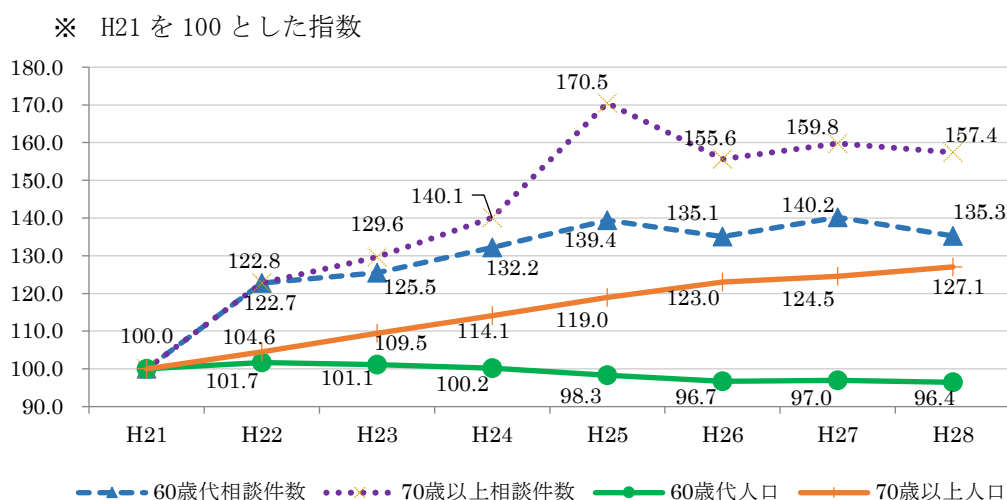
⁷ 平成 29 年版消費者白書（消費者庁）第 1 部第 3 章第 1 節 若者の消費行動

(5) 高齢者の消費生活相談

ア 消費生活相談の推移

平成 21 年度に横浜市消費生活総合センターに寄せられた消費生活相談を 100 とした場合、平成 28 年度は 60 歳代で 135.3% 増と増加傾向にある。特に、60 歳代に関してはその間、人口が 3.6% 減少しており人口が減っているにも関わらず、消費生活相談が増加している状況にある。また、70 歳以上に関しても、人口が 127.1% 増だったのに対し、消費生活相談は 157.4% 増と、人口が増える割合以上に消費生活相談が急増していることがわかる【図 8】。

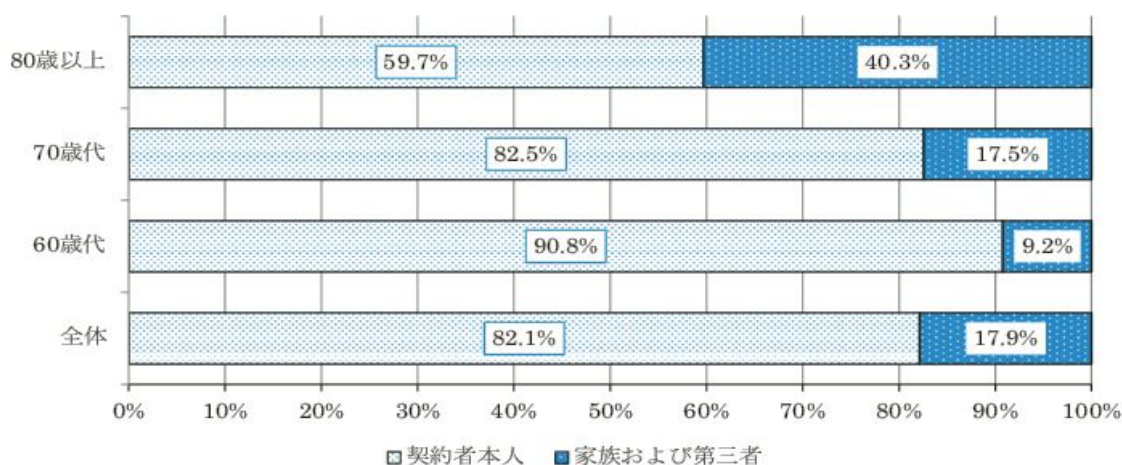
【図 8】 横浜市における高齢者の消費生活相談と人口の推移 (H21~H28)



イ 相談者の種別

家族や見守る立場の方など、契約者本人以外からの相談の割合が大きいのは 80 歳以上で、その約 4 割が家族及び第三者からの相談となっている【図 9】。想定される理由としては、高齢者本人が身体的・精神的な問題により相談することが困難である場合や被害に遭ったことに気付いていないケースが理由のひとつと考えられ、家族や第三者による見守りを強化することにより、高齢者の消費者被害を防止できる可能性があると言える。

【図 9】 高齢者の相談に占める「相談者の種別」割合 (H28)⁸



⁸ 「高齢者の消費生活相談」(平成 29 年 12 月)(横浜市消費生活総合センター)【図 9、表 5】

ウ 高齢者の相談が占める割合の多い商品・役務

高齢者の相談が占める割合の多い商品・役務の上位 10 品目をみると、第 1 位が「山林」、第 2 位が「公社債」、第 3 位が「老人ホーム」となっており、高齢者に架空のもうけ話を持ち掛ける相談が目立つ。

また、在宅していることが多い高齢者が、「ふとん類」、「新聞」、「工事・建築」に関する契約を、自宅に訪問してきた事業者に勧誘され契約するといった、訪問販売によるトラブルが多いのも、高齢者の特徴の一つと言える【表 5】。

【表 5】 高齢者の相談が占める割合の多い商品・役務 (H28) ⁸

順位	商品・役務名	高齢者の相談が占める割合	高齢者の相談件数	全年代の相談全体	代表的な相談事例
1	山林	94.0%	47	50	◆山林を高く買い取ると事業者に言われたが、実際には他の土地(山林)と交換契約で高額な代金を請求された。
2	公社債	91.7%	55	60	◆銀行と航空会社を名乗る人から、社債の購入枠があると不審な電話がある。
3	老人ホーム	83.6%	56	67	◆老人ホームの入居権を譲ってほしい、老人ホームの入居権が当たった等の不審な電話。
4	株	81.1%	43	53	◆銀行や証券会社を名乗り、「株券を購入したいのであなたの名前を貸してほしい」などと不審な電話。◆証券会社から、マイナンバーを通知する書面が届いた。通知は必要か。
5	ふとん類	63.6%	63	99	◆独居、認知症傾向のある高齢者等が家庭訪問で、次々とふとんを購入させられた。
6	新聞	60.4%	125	207	◆高齢の母が複数の新聞を交互に再来年まで契約していると分かった。解約したい。
7	ファンド型投資商品	60.2%	74	123	◆新たなビジネス、債権、内容の不明なファンド等への投資でもうかると言われ出資したが怪しい、連絡が取れない。
8	固定電話サービス	60.0%	72	120	◆契約している事業者より、サービスが終了する新コースの契約をするよう勧誘されたが、本当か。
9	普通生命保険	59.2%	74	125	◆高齢の両親が勧められ保険の契約(転換)をしたが、保険料、契約内容が説明と違う。
10	工事・建築	55.3%	511	924	◆点検に来た事業者に勧められリフォームの契約をしたが、高額な契約なので解約したい。

注 契約者年齢が 60 歳以上の相談のうち、商品・役務名で相談件数が 40 件以上のものを抽出し、前年代の件数と比較し、割合の多い順に表示している。

【商品・役務名の説明】 ※ PIO-NET 分類・キーワードマニュアル (2015 年版) より

○ファンド型投資商品

運用者が一人又は複数の者から資金を集め、運用し、そこから生じる収益の配当又は財産について、出資者に配分を行うもの。

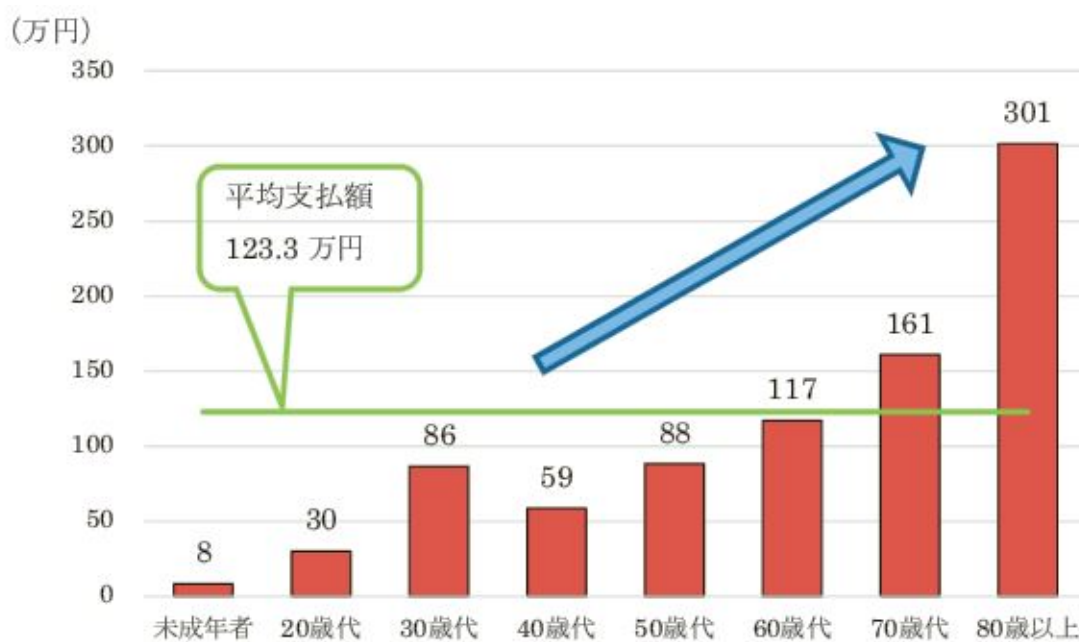
○普通生命保険

共済や特定生命保険(変額保険、解約返戻金変動保険、外貨建て保険、変額個人年金保険、投資型年金保険等)を除く民間の生命保険

エ 高齢者の支払金額

平成 28 年度に寄せられた消費生活相談のうち、実際に 1 円以上支払った 5,589 人について見てみると、平均支払額は『123.3 万円』となっているが、年代別に見ると、年代が上がるほど平均支払額も高くなり、特に 80 歳以上では、『301 万円』と突出して高くなっていることが分かる【図 10】。

【図 10】 契約者年代別の平均支払額 (H28) ⁹



⁹ 「高齢者の消費生活相談」(平成 29 年 12 月)(横浜市消費生活総合センター)【図 10】

1 消費者関連法の整備

(1) 消費者契約法の改正

消費者契約法は事業者と消費者の間にある情報格差・交渉力により生じる消費者被害を救済するために制定され（平成13年4月施行）、高齢化の進展を始めとした社会経済情勢の変化等に対応するため、直近では、平成28年度（平成29年6月施行）¹⁰及び平成30年度（平成30年6月15日公布）に改正が行われた。

同法は、民法の特別法として消費者と事業者間の消費者契約に幅広く適用（労働契約以外）される民事ルールのため、消費者と契約行為を行う事業者は、知っておくべき法律の一つである。

法改正の情報や消費者行政情報は消費者庁がホームページで公表しており、誰もが簡単に見られる環境が整っている。しかし、日頃から意識的に確認をしない限り、多くの事業者は、情報が掲載されているという認識がなく、見逃してしまっている可能性が高い。

特に、「不当な契約条項」の改正については、約款等の修正が生じる場合も考えられるため、リスクマネジメントの要素としても事業者にとっては重要な情報となる。また、本市の現状としては市内事業者に対して、積極的な消費者行政情報の提供に取り組めておらず、消費者庁の努力のみでは不十分であると言える。

ア 「不当な勧誘」の取消しに関する改正

勧誘時の不当な行為により、消費者に誤認・困惑等があり、それによって契約をしたとき、消費者は契約を取り消すことができる。平成28年の改正では、新たに過量な内容の契約の取消しに関する規定の追加等がされ、平成30年に成立した改正案では、就活中の学生の不安を知りつつ、「このままでは一生成功しない、この就活セミナーが必要」と告げ勧誘をするといった、社会生活上の経験不足の不当な利用や、認知症など加齢等による判断力の低下の不当な利用等が、取り消しうる不当な勧誘行為として追加された。

イ 「不当な契約条項」の無効に関する改正

消費者の利益を不当に害する契約条項は、契約書等に記載されていても無効となり、その条項は効力を持たなくなる。平成28年の改正では、新たに消費者の解除権を放棄させる条項等【参考②】がまた、平成30年に成立した改正案では、消費者の後見等を理由とする解除条項等が「不当な契約条項」として追加された。

【参考②】消費者の解除権を放棄させる条項

（例）携帯電話端末の売買契約における「ご契約後のキャンセル・返品、返金、交換は一切できません。」という条項 など

¹⁰ 「知っていますか？消費者契約法」（消費者庁）

(2) 消費者団体訴訟制度

消費者団体訴訟制度とは、①消費者と事業者との間には情報の質・量・交渉力の格差があること、②訴訟には時間・費用・労力がかかり、少額被害の回復に見合わないこと、③個別のトラブルが回復されても、同種のトラブルがなくなるわけではないこと、などから内閣総理大臣が認定した消費者団体に特別な権限が付与され、消費者に代わって訴訟などをすることができる制度である。この制度は、「差止請求」（平成 19 年 6 月施行）と「被害回復」（平成 28 年 10 月施行）の 2 つの制度からなっている¹¹。

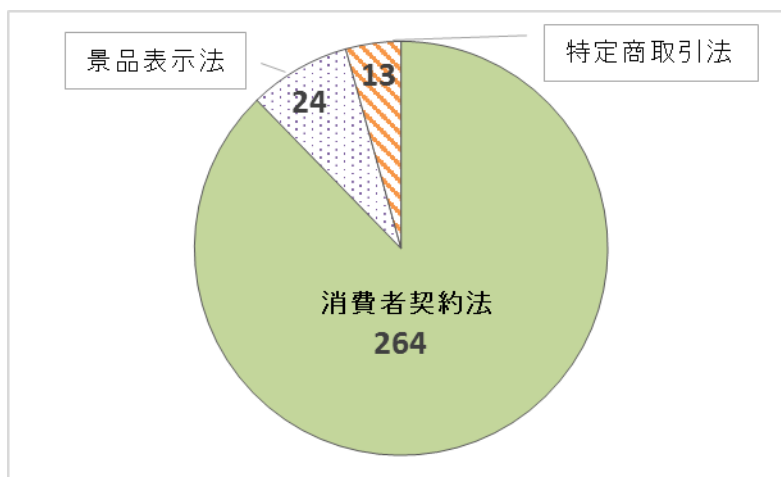
ア 差止請求

適格消費者団体¹²は不特定多数の消費者の利益を擁護するため、「消費者契約法」、「景品表示法」、「特定商取引法」、「食品表示法」に違反する不当な行為について、事業者に対し差止めを求めることができる（消費者契約法第 12 条）。具体的に差し止める項目としては、「不当な勧誘」、「不当な契約条項」、「不当な表示」などがある。

過去の事例を見ると、大手事業者に対しても差止請求の申入れ等が行われおり、その背景としては、事業者が悪意で違法性のある約款等を使用していたということではなく、消費者契約法が施行される前から使用していた約款等が、法律と照らし合わせてよく見てみたら違反していた、という状況も見受けられ、消費者契約法が浸透していないことが伺える【参考③（P14、15）】。

また、差止請求された 301 事案のうち、264 事案とその 8 割以上が消費者契約法に基づく事案となっている【図 11】。

【図 11】 差止請求の根拠法令¹³



¹¹ 「消費者団体訴訟制度」とは（消費者庁）

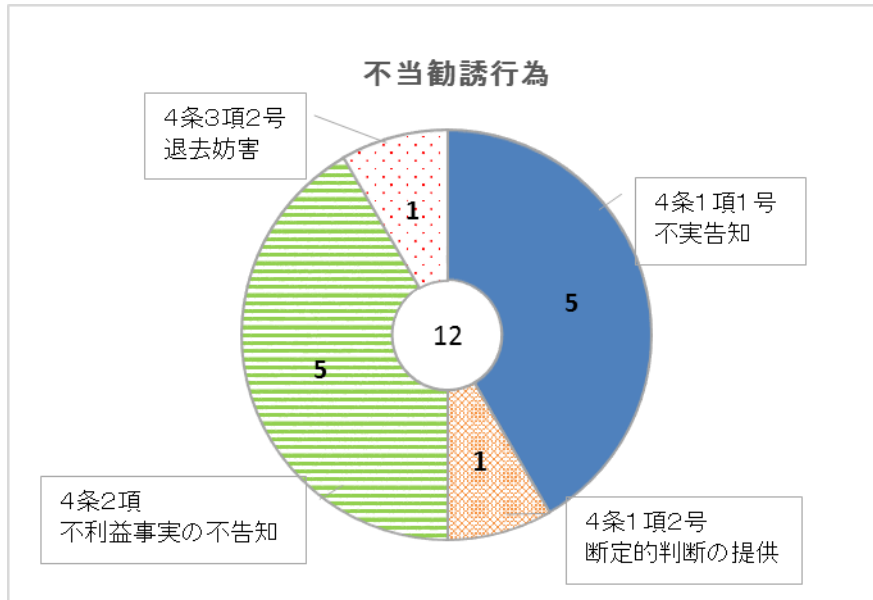
http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/collective_litigation_system/about_system/

¹² 不特定多数の消費者の利益を擁護するために、差止請求権を適切に行使できる専門性などの要件を満たしたうえで、内閣総理大臣によって認定された消費者団体を「適格消費者団体」という（平成 30 年 8 月現在、全国に 19 団体）。

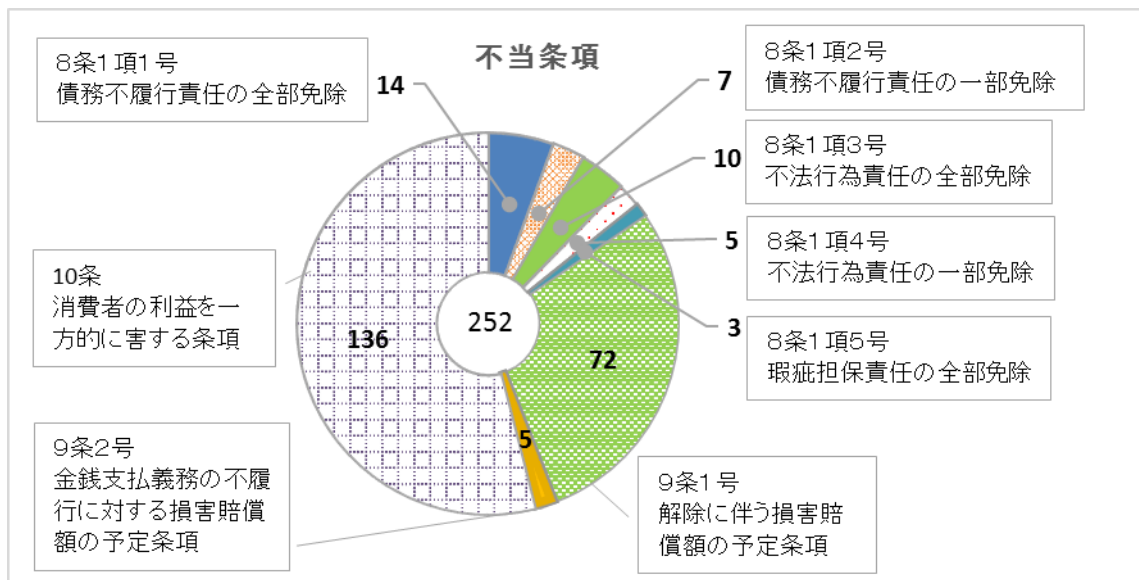
¹³ 消費者団体訴訟制度「差止請求事例集」（消費者庁）＜平成 25 年 7 月 5 日時点のデータ＞

さらに、その 264 事案の中でも「不当な契約条項」に対する差止請求が 252 事案と圧倒的に多いことがわかり【図 12、図 13】、消費者契約法が事業者に十分に知られていないことがわかる。

【図 12】 消費者契約法に基づく「不当勧誘行為」の差止請求の内訳¹³



【図 13】 消費者契約法に基づく「不当条項」の差止請求の内訳¹³



【参考③】 大手事業者の差止請求に係る判決等¹⁴

事業者名	株式会社アイダ設計（建築請負契約）
経過	平成 25 年 7 月：申入れ、平成 27 年 8 月：契約書類改訂 平成 28 年 8 月：合意
<p>【内容】</p> <p>●解除に伴う違約金条項…手付金（請負代金額の 20%程度）及び中間金の放棄による解除は、注文者が確認申請前後に契約を解除する場合及び注文者の債務不履行により事業者が解除する場合に必ず請負金額の 20%を支払う旨の解除に伴う違約金を定める条項ということになる。注文者が契約を解除する際の賠償額について、事業者が生じる平均的な損害の額を超えて定めており、消費者契約法第 9 条 1 号に該当する。 →事業者が生じる損害は消費者が賠償し、その内容は事業者が書面により提示するように改正</p> <p>●裁判管轄条項…管轄裁判所について、そこでしか第 1 審の裁判が認められない専属的合意管轄を規定することは消費者の権利を一方的に制限するものであり（遠方の支店の利用者でも管轄裁判所でなければならない）、消費者契約法第 10 条に該当する。 →管轄裁判所の規定を削除</p>	

事業者名	旭化成ホームズ株式会社（建築請負契約）
経過	平成 26 年 5 月：申入れ、平成 26 年 12 月：契約書類改訂 平成 27 年 1 月：合意
<p>【内容】</p> <p>●解除に伴う違約金条項・損害賠償条項…消費者が契約を解除する場合に契約手付金の全額及び諸費用のうち既に支出した金額の合計額を、違約金とする条項は、業者が生じる平均的な損害の額を超えて定めており、消費者契約法第 9 条第 1 号に該当する。 →契約解除に伴う損害額を消費者が賠償する規定に改正</p> <p>●工事の延期・中止の損害賠償条項…工事の延期や中止が 60 日以上になった場合に、消費者の責に帰すことができない場合であっても一方的に消費者に損害賠償責任を負わせる規定は、消費者に不当に不利益を与えており、消費者契約法第 10 条第 1 号に該当する。 →消費者の責に帰すべき事由がない場合を除外とする規定を追加</p>	

¹⁴ 特定非営利活動法人 消費者機構日本 <http://www.coj.gr.jp/zesei/index.html>

事業者名	積水ハウス株式会社（建築請負契約）
経過	平成 26 年 11 月：申入れ、平成 27 年 7 月：契約書類改訂 平成 27 年 8 月：合意
<p>【内容】</p> <p>●解除に伴う違約金条項…消費者の都合による契約解除の場合に手付金を違約金として事業者が受取ることとする条項は、事業者が生じる平均的な損害の額を超えて定めており、消費者契約法第 9 条第 1 号に該当する。 →事業者が、解除時点までの設計業務報酬と損害を消費者に請求できる規定に改訂（当該事業者の説明では、標準的な設計業務報酬の額は、付帯工事を除いた請負代金総額の 3%相当額程度となるとのこと。）</p>	

事業者名	住宅情報館株式会社（旧城南建設）（建築請負契約）
経過	平成 27 年 5 月：申入れ、平成 28 年 6 月：合意 平成 28 年 7 月：契約書類改訂
<p>【内容】</p> <p>●着工前契約解除時の本体工事価格 10%の違約金条項…着工前の解除の場合に企画料及び調査料として本体工事価格の 10%の違約金を支払い、10%を超えた場合にはその額についても支払う規定は、事業者が生じる平均的な損害の額を超えた定めで、消費者契約法第 9 条第 1 号に該当する。 →設計業務費用をその進捗に応じて賠償請求できる規定に改正</p> <p>●建物引渡遅延に伴う違約金を超える請求を認めない条項…事業者の債務不履行により生じた消費者の損害に対する賠償として、遅滞に応じて請負金額に年利 10%の割合で計算した違約金を支払い、その他一切の賠償を請求できない条項は、民法と比較して、消費者に不当に不利益であり、消費者契約法第 10 条に該当する。 →他の一切の賠償を請求できないとする規定を削除</p> <p>●工事の変更・追加に伴う費用を全額発注者に求める条項…事業者が責がある場合に生じた工事の変更および追加についても全額を消費者に負担させる条項は、民法と比較して消費者の義務を加重させる条項であり、民法に規定する信義誠実の原則に反して消費者の利益を一方的に害しており、消費者契約法第 10 条に該当する。 →事業者が責がある場合を除外する規定を追加</p> <p>●天災その他不可抗力による損害を発注者に求める条項…天災などの不可抗力による損害について、消費者に損害賠償責任を負わせている条項は、民法と比較して消費者の義務を加重させる条項であり、民法に規定する信義誠実の原則に反して消費者の利益を一方的に害しており、消費者契約法第 10 条に該当する。 →損害額の負担は両者協議により定めることに変更</p>	

イ 被害回復

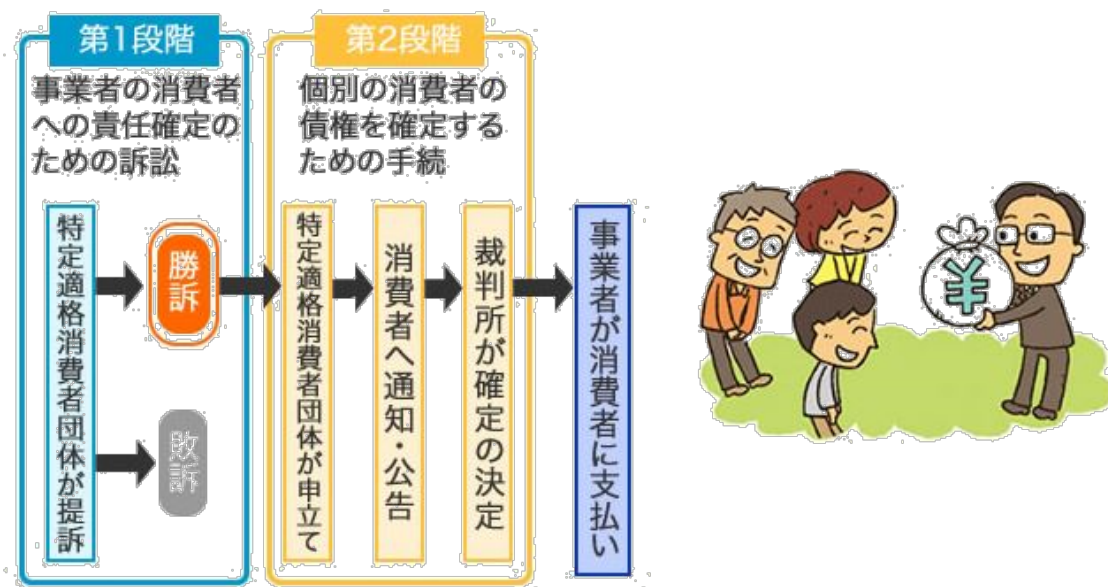
消費者裁判手続特例法¹⁵が平成28年10月に施行され、特定適格消費者団体¹⁶が消費者に代わり、被害の集団的な回復を求めることが可能となった。これは、差止請求制度を一步進めたものであり、想定される事例としては「事業者が返還すべき金銭を不当に支払わない場合」、「物に瑕疵がある場合」、「詐欺的な悪徳商法」などがある。

被害回復までの流れは2段階に分かれており【図14】、第1段階では、特定適格消費者団体が事業者の責任確定のための提訴を行う。消費者は第1段階で出た勝訴判決や和解の結果を踏まえて、第2段階の手続への加入の有無を決めることができる。

次に、第2段階の手続に加入した消費者の債権を特定適格消費者団体が集約して裁判所に届け出を行い、裁判所により確定された金銭を事業者が消費者に支払うことになる。消費者は第1段階で事業者の責任が確定してから手続に加入すれば良いので、泣き寝入りの減少が見込まれかつ、個々に訴訟を起こす場合に比べて時間・費用・労力が大幅に軽減することが期待されている。

一方、第2段階で裁判所が確定した支払いに事業者が応じない場合、強制執行も可能なため、事業者はあらかじめ、関連する法律の改正状況を把握するなど、消費者被害の未然防止に取り組み、同法による訴訟リスクの低減を図っていく必要がある。なお、この「被害回復」の実例はまだ報告されていない。

【図14】「被害回復」制度の手続の概要¹¹



¹⁵ 正式名称：消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例法

¹⁶ 適格消費者団体になるための要件に加え、被害回復を適切に行うことができる新たな要件を満たしたうえで、内閣総理大臣によって認定された適格消費者団体を「特定適格消費者団体」という（平成30年4月現在、全国に3団体）。

【参考④】消費者志向経営の促進に向けた消費者庁の取組¹⁷

【図 15】消費者志向経営とは

事業者が、

消費者全体の視点	・消費者全体の視点に立ち、消費者の権利の確保及び利益の向上を図ることを経営の中心と位置付ける。
健全な市場の担い手	・健全な市場の担い手として、消費者の安全や取引の公正性の確保、消費者に必要な情報の提供等を通じ、消費者の信頼を獲得する。
社会的責任の自覚	・持続可能で望ましい社会の構築に向けて、自らの社会的責任を自覚して事業活動を行う。

※消費者と直接取引をする事業者に限らない。

➡ 消費者とのコミュニケーションの深化

「消費者志向経営推進組織（プラットフォーム）」の発足

・消費者庁は、消費者志向経営の幅広い普及を図るため、平成 28 年 10 月に「消費者志向経営推進キックオフシンポジウム」を開催。事業者団体や消費者団体、そして消費者庁を始めとした行政機関で構成される消費者志向経営推進組織（プラットフォーム。以下「推進組織」という。）を発足した。推進組織では、「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」等の推進活動を全国的に展開している。

「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」

・事業者が自主的に消費者志向経営を行うことを自主宣言・公表し、宣言内容に基づいて取組を実施し、その結果をフォローアップして、公表する活動。推進組織では各事業者の自主宣言や取組を消費者庁ウェブサイト内に掲載し、消費者・社会へ広く発信している。

さらに、推進組織では平成 30 年度から、「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」参加企業を対象に、優れた取組に対し、「消費者志向経営優良事例表彰」の募集を開始し、消費者志向経営の推進を図っている。

【図 16】消費者志向自主宣言・フォローアップ活動について

事業者	推進組織（プラットフォーム）
宣言	可視化（見える化） ・公表された内容を消費者、社会へ広く発信（推進組織のホームページ等） ・シンポジウム・セミナー等を通じた周知活動 ・優良事例の公表、表彰など
行動	
結果	

¹⁷ 平成 29 年版消費者白書（消費者庁）第 2 部第 1 章第 5 節 消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成

2 消費者教育の推進

(1) 消費者教育推進法

消費者教育を総合的・一体的に推進することを目指し、平成24年12月に「消費者教育の推進に関する法律」（以下「推進法」という。）が施行された。

推進法では、事業者・事業者団体に対して、国や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こと、消費者教育の推進のために、自主的に活動すること（推進法第7条¹⁸⁾、従業員に対する研修の実施（推進法第14条¹⁹⁾）等が努力義務として規定されている。

しかし、事業者においては、売り上げを上げることが優先される考え方であるのが一般的である。そのため、中には目先の利益が重要視され、消費者被害を防ぐといった視点には目が向きにくいことが考えられ、事業者においては、消費者教育や従業員教育の優先順位は高くない状況があると言える。

(2) 消費者教育の推進に関する基本的な方針

推進法の施行を受け、国や地方公共団体、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体等幅広い消費者教育の担い手の指針として「消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月28日閣議決定）」（以下、「基本的な方針」という。）が定められた。

基本的な方針では、社会人に対する消費者教育については体系的な取組がされにくい現状があるとされている。

その背景としては、事業者は即戦力となる人材を求めており、自社内で従業員を育てていくゆとりがないことが要因の一つとして考えられる。このような状況で、労力や時間を割いて、従業員への消費者教育に取り組むことは極めて困難であることが予想される。

¹⁸⁾ 消費者教育の推進に関する法律 第7条（事業者及び事業者団体の努力）

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。

¹⁹⁾ 消費者教育の推進に関する法律 第14条（事業者及び事業者団体による消費者教育の支援）

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。

(3) 横浜市消費者教育推進の方向性

推進法では、消費者教育推進計画（以下、「推進計画」という。）の策定が都道府県及び市町村の努力義務とされた。本市では推進計画を策定するにあたり横浜市消費者教育推進の方向性（以下、「方向性」という。）を策定し（平成27年9月）、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を5つの方向性に分類した【参考⑤】。

【参考⑤】「横浜市消費者教育推進の方向性」における5つの方向性

- 〈方向性1〉 効果的な情報発信の強化
- 〈方向性2〉 横浜市消費生活推進員等による地域での啓発の活性化
- 〈方向性3〉 高齢者等を消費者被害から守るための消費者教育の推進
- 〈方向性4〉 生活領域や年代に応じた消費者市民の育成を目指した教育の推進
- 〈方向性5〉 担い手の育成、協働の推進、関連分野との連携

(4) 横浜市消費者教育推進計画

本市推進計画は上記方向性を踏まえて本市が推進している消費者教育事業が、概観できるよう単年度計画として毎年策定している。

推進計画に掲載された過去3年間の事業数を方向性4の生活領域ごとに比較すると、全体的に事業数が増加している一方、職域を対象とする事業の増加や事業数そのものが少ない状況で【参考⑥】、就労している世代への消費者教育が十分に行き届いていないことがわかる。

【参考⑥】生活領域ごとの実施状況（横浜市消費者教育推進計画）

単位：事業

生活領域	分布	27年度	28年度 (対前年増減)	29年度 (対前年増減)
事業の全体数：183			事業の全体数：227	事業の全体数：245
学 校	◎	27	33 (+6)	34 (+1)
	○	17	20 (+3)	22 (+2)
地 域	◎	46	62 (+16)	67 (+5)
	○	10	12 (+2)	13 (+1)
家 庭	◎	31	37 (+6)	44 (+7)
	○	26	30 (+4)	28 (-2)
職 域	◎	12	18 (+6)	20 (+2)
	○	14	15 (+1)	17 (+2)

◎…事業の直接の対象

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

＜変化の状況＞

全体的に増えたが、比較すると学校及び職域の増が少ない。また、事業数としては地域が一番多く、職域が一番少ない。

3 事業者と連携した消費者被害防止の視点からの見守り

平成 26 年 6 月に改正された消費者安全法において、国及び地方公共団体は高齢者等を支えるための地域の見守りネットワークの構築に努めることとされた。また、第 10 次横浜市消費生活審議会報告（平成 28 年 9 月）において、高齢者の消費者被害を防止するため、「事業者との連携を検討する必要がある」という方向性が示された。この報告に基づき、本市では、平成 29 年度から事業者と連携・協力した消費者被害未然防止のための見守りの推進に取り組み始めた【参考⑦】。

具体的には、横浜市消費生活総合センターの連絡先を記載した名刺サイズの「お助けカード」を消費者被害から守る必要がある高齢者等に、市内事業者から配布いただくというもの。

事業者における見守り活動については、事業者が地域社会の役に立ちたいという思いで役割を担っている一方、非常にデリケートな部分もあり、訪問してきた事業者に対し「何か商品を勧められるのではないかと、高齢者に不安を与えてしまう可能性もあるため、どの範囲まで参画していくべきか」という課題がある。

【参考⑦】事業者と連携した「お助けカード」の配布について（平成 30 年 3 月 31 日時点）

No.	配布先・取組開始時期	配布枚数	配布対象・方法
1	携帯事業者 3 社（NTT ドコモ、KDDI、ソフトバンク）	70,000 枚	・スマホを新規購入した、市内在住の 65 歳以上の方に配布（スマホ版）
	平成 29 年 9 月から		
2	神奈川県生活協同組合連合会 ※ 平成 29 年 8 月 29 日に「高齢者の消費者被害防止に関する協定」を締結	50,000 枚	・神奈川県生活協同組合連合会に加盟する生協と協力して、夕食や食材の宅配時などの場面で気になる高齢者の方に配布（クーリング・オフ版） ・大学生協で大学生向けに配布（スマホ版）
	平成 29 年 9 月から		
3	損害保険ジャパン日本興亜(株) ※ 平成 29 年 10 月 19 日に「地域活性化に関する包括連携協定」を締結	29,800 枚	・代理店において既契約者の契約更新等でご自宅に訪問した際に配布（クーリング・オフ版）
	平成 29 年 11 月から		
4	日本郵便(株)南関東支社 ※ 平成 30 年 1 月 26 日に「高齢者の消費者被害防止に関する協定」を締結	19,000 枚	・書留や速達など、郵便配達社員が対面配達をする際、声掛けをしながら配布（クーリング・オフ版）
	平成 30 年 2 月から		

▽お助けカード：横浜市消費生活総合センターの連絡先を記載した名刺サイズのカード
第 1 弾（クーリング・オフ版）



1 市内事業者と連携・協力するにあたっての課題

第1章及び第2章を踏まえ、横浜市において市内事業者と連携・協力した取組の在り方を審議し、現状における課題を次のように抽出した。

(1) 事業者との情報共有の推進における課題

消費者行政情報を市内事業者に十分に届けられておらず、消費者関連法の改正状況等を事業者が把握できていないという課題がある。

また、中小企業が圧倒的に多い本市においては、専門の担当者を割く人的余裕のない事業者の状況を踏まえ、事業者がわかりやすく簡単に情報を把握し事業活動に活かせるような連携や、情報共有を図っていくことが必要である。

さらに、消費者保護の取組の必要性が全社員の共通認識となるよう、行政が積極的に働きかけ、円滑な連携体制を構築していくことが重要である。

(2) 従業員への消費者教育の推進における課題

本市の施策として、就労している世代を対象とした啓発・教育に取り組めていないという課題がある。

しかし、事業者と連携した従業員教育の推進を図るにあたっては、消費者教育推進法で事業者に求められている従業員教育が、努力義務の範囲であることや、常に存続していくための売り上げが求められ、特に中小企業では人的ゆとりも少ないといった事業者の性質を十分理解することが重要である。

さらに、事業活動において様々な知識を習得する必要がある事業者に対し、消費者保護についても取り組む必要があると認識してもらえるような位置づけや仕組みの検討をする必要がある。

(3) 事業者と連携した一般人向けの消費者教育の推進における課題

消費者教育の担い手として、事業者の専門的な知識を活用した取組が期待されているが、本市においては事業者との連携が十分ではないという課題がある。

また、「自分たちも消費者教育の担い手」になり得るという意識がない事業者が多いことも連携した取組が進まない要因の一つとして考えられ、取組を推進するための意識づけや動機づけが必要である。

(4) 事業者と連携した消費者被害防止の視点からの見守りの推進における課題

高止まりの高齢者の消費者被害を防止するには、高齢者を見守る協働のネットワークを広げていく必要があり、地域で事業活動をする事業者に協働の担い手として活躍してもらう必要がある。

しかし、昨今は、個人情報に対する意識の高まりもあることから、見守り活動が事業者の営業活動と混同されることがないよう、事業者との協働の在り方を検討する必要がある。また、事業者に見守り活動の協力を依頼する際は、業務の支障とならない範囲にとどめ、継続的に実施できる内容とする必要がある。

2 市内事業者と連携・協力するにあたっての対応の方向性

これまでみてきたとおり、消費者政策を推進する上では商品・サービスの提供者である事業者との連携が期待されているが、協力体制を築く上では、営利企業が事業を継続させるために必要とされる事業者の性質を考慮する必要がある。

また、積極的に消費者教育や見守り活動に取り組んでもらえるよう、事業者にとってメリットや魅力のある仕組みを同時に検討していくことが求められる。

これらを踏まえ、横浜市においては、

営利活動が基本の事業者の考え方を十分に理解し、 共に歩むため、効果的な情報共有と協働の推進を目指す

を基本的な考え方とし、次のとおり対応の方向性について提言する。

対応の方向性 1 事業者との情報共有の推進

(1) 業界団体等と連携した情報共有の推進

本市においては、事業者に向けた消費者行政情報の提供が進んでおらず、行政が積極的に働きかけを行い、協力関係を築いていく必要がある。その際、市内には多くの業界団体や労働組合が組織され、各団体が発行・発信している広報媒体がある。まずは、これらを活用し継続的に情報共有していくことで、事業者における消費者保護への理解や意識を深め、連携した取組の推進を図ることが可能であると考え【参考⑧】。

また、例えば、事業者に対し、法改正情報を提供するにあたっては、A4用紙1枚程度の分量にするなど、最低限覚えてほしい内容に絞る必要がある。その他最近被害の多い事例について、注意喚起をする際などは、興味を持って読んでもらえるよう、目を引く情報の示し方等について、工夫をする必要がある。

さらに、消費者志向経営の考え方や取り組むメリットをわかりやすく伝えることで、事業者内での消費者保護の重要性が更に深まることが期待できる。

【参考⑧】 経済局関連団体の広報媒体

◆ 一般社団法人 横浜市工業会連合会

名 称	市工連かわらばん（情報紙）＜年6回＞
内 容	販路拡大、社員の確保・育成等に関する実施事業のお知らせ、他機関からの情報提供等
対 象	会員企業等（約2,000会員）

◆ 横浜商工会議所

名 称	横浜商工会議所メールマガジンサービス（メールマガジン）＜月2回＞
内 容	事業活動のお知らせ、部会・支部情報、企業支援・金融などの経営情報、セミナー・講習会情報、簿記・そろばんなどの各種検定情報など
対 象	受信対象者は会員・非会員問わず（約5,500名）

(2) 消費者対応における事業者の体制整備の促進

大企業ではお客様相談窓口などが設置されているが、中小企業では予算や人員の都合で専門部署が設置されていなかったり、担当者がいたとしても、社内での情報共有が不十分な場合もある。また、コンプライアンス部局が積極的にお客様対応に取り組んでいる大企業の例でも、組織が縦割りであり、他部署のコンプライアンスに対する当事者意識が薄まってしまう状況も見受けられる。

これらの状況を踏まえ、まずは、消費者行政情報が確実に届くよう、消費者対応における組織的な体制整備を求めたり、消費生活センターや行政とのパイプ役を担うような人材の設置、社内で消費者と各部署を繋ぐような人材の育成などを呼びかけたりすることが重要である。

また、消費者対応における体制整備の先進的な取組等を表彰するなど事業者の消費者保護への関心を高める取組を検討する必要がある。

さらに、消費者が問合せをしやすいうように、消費者対応の窓口を対外的に公表していくことを事業者に求め、公表された窓口を一覧表にして市ウェブサイト上に公表するなど、必要な支援をしていくことなども考えられる。

このような体制が社内で整備されるとともに、事業者が消費者保護に取り組むことの重要性や取り組むことで得られる効果（信頼性の向上、リスクの軽減等）を社員ひとり一人が認識し、意識的に取り組んでいくことが可能になれば、事業者全体の底上げにつながることも期待できる。

対応の方向性 2 従業員への消費者教育の推進

(1) インターネット環境を利用した学習教材の整備

市内には多くの中小企業が事業を展開しているが、中小企業では消費者教育という面で人材を育てていく体制やノウハウが十分ではなく、そのための時間や労力を割くことは困難な状況にある。このような状況でも従業員教育に取り組んでもらうためには、事業者の負担を最小限にすることが求められる。

例えば、インターネット上のオープンサイトに5～10分程度で利用できるクイズ形式の学習コンテンツを用意することで、時間、場所などを問わず、学習することが可能となる。なお、学習内容については、景品表示法に関するもの消費者契約法に関するものなど、関心を引く工夫を行い、受講者が選択できるよう幅広く提供していくことが望まれる【参考⑨(P24)】。

また、インターネットを利用した場合、この教材開発は従業員教育のみならず、一般向けの教材としても広く活用できることが考えられる。

さらに、クイズの最後に簡単な成果測定を行い、合格点に達成した場合は修了証を発行したり、各事業者の受講率をランキング形式でウェブサイト上に公表することで、事業者における従業員教育の推進を図ることも考えられる。

【参考⑨】東京都の事業者向け法令学習コンテンツの事例

～東京暮らしWEB「クイズで学ぶ法令遵守」～

景品表示法（基礎編・応用編）、特定商取引法（基礎編・各取引類型）について、三択クイズで学ぶことができ、解答ページには解説も掲載している。

<問>



<解答>



(2) 事業者における取組を評価する仕組みの検討

従業員教育など消費者の利益保護に取組む事業者としては、その取組が行政に評価されることで、モチベーション向上以外の効果も期待できる。例えば、消費者に優しい事業者、優良事業者などとして評価、表彰され、営業所等に飾ることができる表彰状の授与や登録ステッカーの付与がされれば、消費者へのPRに繋がり、また、対外的な効果としては、採用活動の際にもプラスの効果が期待される。

また、県外にある本社の指示のもと営業を行っている支社や営業所の場合、自社の取組が行政に評価、表彰等されることで、その結果を本社に報告することができ、事業者内での評価に繋がるといった期待も寄せられる。

さらに、すでにCSR（社会的責任）として、積極的に従業員教育や消費者保護に取組んでいる事業者の好事例を行政のウェブサイトや広報紙等で紹介することで、事業者の取組促進やこれから取り組もうとする事業者の参考となることが考えられる。また、消費者が商品・サービスを選択する際の目安になるなど行政が積極的に事業者の取組を支援していくことで、様々な波及的効果や事業者の取組意識、機運の向上を図っていくことが期待できる。

対応の方向性3 事業者と連携した一般人向けの消費者教育の推進

(1) スポーツチーム等との連携

市内には4つのプロスポーツチーム（横浜 DeNA ベイスターズ、横浜 F・マリノス、横浜 FC、横浜ビー・コルセアーズ）が活躍しており、本市では、プロスポーツチームと協力して、試合会場での啓発活動などに取り組んでいる【参考⑩】。

プロスポーツチームの試合やイベントには、特に若年者が多く来場することが見込まれるため、連携・協力をして啓発することで、日頃行政の情報が届きにくい方への情報発信も期待できる。

【参考⑩】 Jリーグ 横浜 F・マリノスの試合での人権啓発活動（平成 29 年度）

平成 29 年 6 月 4 日（日）、日産スタジアムで行われた J1 リーグ「横浜 F・マリノス vs 川崎フロンターレ」戦において、「横浜 F・マリノス」と連携協力し、人権啓発活動を実施。ハーフタイム中に約 4 万 2 千人のサポーターが見守る中、人権擁護委員が中心となって横断幕を掲げてマスコットと一緒にフィールド内を一周し、人権尊重をアピールした。



(2) ACAP と連携した消費者教育の実施

公益社団法人 消費者関連専門家会議（以下「ACAP」という。）²⁰では、大学や行政等を対象に出前講座の講師や大学生との交流会への協力をするなど、企業の消費者対応や消費者志向経営等をテーマに講師派遣を行っている。例年、多くの派遣実績がありさらには多業種の会員企業が所属していることから、ACAP と連携した講座やワークショップ等を企画することで、行政単独で事業を実施するよりも双方のアイデアやネットワークを利用した取組の実施が期待できる。

²⁰ 公益社団法人 消費者関連専門家会議（以下「ACAP」という。）とは

企業や団体の消費者関連部門の責任者や担当者が業種を超えて集う公益社団法人であり消費者志向経営を推進し、消費者市民社会の実現をめざす消費者志向事業者団体として様々な活動を行っている。会員企業は、食品、製造業、金融・保険、流通・サービス、情報産業など約 600 社にのぼる。ACAP ホームページ <https://www.acap.or.jp/>

(3) 若者が興味、関心のある分野における事業者との連携

成年年齢を18歳に引下げる民法改正案が成立し（平成30年6月13日）、若年者への消費者教育の必要性は益々高まっている。

しかし、若者の中には、規約や契約書をよく読まずに契約をしている場合があるなど、契約の知識・経験の不足に加え、活字への抵抗感が見受けられる。

今後、若者向けに消費者教育を実施するにあたっては、例えば、若者に多いインターネット関連被害を防止するため、SNS関連事業者やスマートフォンを販売する事業者との連携を検討したり、活字を読むのが苦手な若者でも比較的興味・関心を持ちやすいとされる、漫画を活用した啓発などが有効であると考えられる。

また、啓発の際は、単に注意を促すだけの内容に留めるのではなく、被害事例や契約の失敗例などを盛り込むことで読み手にインパクトを与えるような打ち出し方をするなど、趣向を凝らした工夫をする必要がある。

(4) 事業者・学生・行政の協働による消費者教育の実施

多くの若者は、消費者被害に自分が遭うかもしれないという当事者意識が低い傾向にあり、このような状況のまま、従来の消費者教育を実施するだけでは若者の興味・関心を引くことは難しく、これまで実施してきたパンフレットなどの資料による啓発や、講座を受講するといった受動的な消費者教育だけでは効果が得られないことが予想される。

これらを踏まえ、例えば、学生自らが企画に参加し消費者問題について、毎年テーマを変えながら事業者や行政とともに意見交換、交流をし、問題解決を図るような取組の検討も必要であると考えられ、当事者意識を持つことが消費者被害を減らし主体的に考え行動する消費者の育成につながることを期待できる【参考⑪（P27）】。

【参考⑪】企業×学生交流会（大阪府消費生活センター委託事業「大学生期における消費者教育推進事業」）

※受託先：大学生期における消費者教育推進事業共同企業体（有限会社ダブル・ワークス及び産学協働人材育成機構 AICE²¹）

大阪府消費生活センターでは、社会を動かす重要な構成員の一人となる大学生を対象に、消費者として自立した判断能力を備え、さらには社会に出た時には消費者市民社会の実現に向け積極的に活動を行うことができる力を持つ大学生を育成する「大学生期における消費者教育推進事業」を実施している。この事業では、所定の「消費者教育リーダー養成講座」を修了し、消費者教育に関するボランティア活動に1つ以上参加した学生を大阪府消費者教育学生リーダーとして認定しており、その一環として、大学生間ネットワーク形成促進のための交流会（企業×学生交流会）を実施している。

交流会を開催するにあたっては、学生の主体的な活動を引き出し、リーダーの自覚をもって交流会を実施するために、大阪府消費者教育学生リーダー会が交流会の企画・準備・運営を行う。また、交流会では、適宜企業にも参加してもらい、企業の消費者教育活動を知ること、消費者と事業者がともに消費者教育について考える場としている。



企業×学生交流会の実施内容

<平成 28 年度第 2 回 11 月 27 日（日）13:30～16:30>

第 1 部 活動紹介	「大阪府消費者教育学生リーダー会活動紹介」 ・追手門学院大学「消費者教育劇～Who are you? 谷繁」 「消費者を大事にする企業活動紹介」 ・NTT ドコモにおける CSR 株式会社 NTT ドコモ CSR 部 CSR 担当部長 小菅 浩幸氏 （公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP） 会員企業） ・スマホ・ケータイ安全教室 株式会社 NTT ドコモ スマホ・ケータイ安全教室インストラクター
第 2 部 ワークショップ 交流会	「かしこくネットと付き合える社会にするために、どんな行動ができるだろう？」 企業×学生が共に消費をキーワードに意見交換し、交流を図る。

²¹ 産学協働人材育成機構 AICE を活用した大学生による消費者教育の推進の取組

<http://www.aice-p.com/consumer/>

(1) 協働ネットワークにおける見守りの拡充

市内事業者が「お助けカード」を配布する取組は、協力事業者や配布枚数が増えるなど、高齢者を消費者被害から守る見守りの取組として定着してきた。

今後、さらに担い手を広げていくことでより一層、消費者の安全確保のための協働ネットワークが強化され、協力事業者が消費者保護への関心や意識を高める一助となることも期待される。

新たな協力事業者としては、例えば、配食サービス事業者、介護サービス事業者において、食事を届ける際や送迎時に家族に渡していただいたり、高齢者が多く訪れる病院や地域との繋がりが深いお寺、近年、高齢者の利用が増えるコンビニエンスストア、高齢者が利用することが多いタクシー会社などとの連携が考えられる。

また、高齢者の消費者被害を防ぐための見守りに取組む事業者や見守りで地域社会に貢献している地域人材を表彰し、その取組みや行動、気配りが社会に知られ、浸透していくような仕組みを検討する必要がある。

(2) 商店街との連携強化

地域の中でも最も身近な事業者である商店街と地域の高齢者が、日常の買い物の中で繋がりを持ち、その中でゆるやかに見守りをしていけるような仕組みを整えていくことで、消費者にとっては地元気軽に相談ができるお店があるといった安心感が生まれ、商店にとっては消費者との信頼関係を築くきっかけとなり、ひいては商店街の活性化に繋がることも期待できる。各商店の負担としない範囲で、高齢者の消費者被害防止に繋がる取組を検討するとともに商店街がその取組に参加することで、商店街の活性化にも合わせて貢献できるような仕組みを検討することが求められる。

おわりに

本報告についての議論が行われている間に、民法改正により、成年年齢の引下げが決定するなど、社会の大きな変化があった。また、生活の隅々にスマートフォンやタブレットなどが浸透し、生活や契約のありようが大きく変わろうとしている。

そのような大きな社会変化に伴い、購入する側の消費者や販売する側の事業者、それぞれを取り巻く環境が変化しており、横浜市と事業者が連携・協力して消費者政策を進める上での様々な課題が議論によって浮き彫りとなった。これらの課題を解決していくためには、まずは、事業者と横浜市が互いに向き合いお互いを知ることによって一体感を感じながら、同じ目的に向かって協議を重ね、信頼関係を築いていくことが重要である。

最後に、本報告において示した対応の方向性は、非常に重要であるが難しい面もあり、実現にあたっては長い時間がかかるものもあることが見込まれる。今後、横浜市が施策として推進していくにあたっては、中長期的な計画を立て、現実的に取り組めるものから、早期に着手していただきたい。また、定期的に進捗状況の評価を行い、4つの対応の方向性に掲げた取組を実現できるようにしていただきたい。さらに、人の入れ替わりがあった場合も、着実に業務が進められるよう、組織内部できちんとスケジュールを共有し、取組が推進されるための環境整備をしていただくことを、併せて提言する。

付 属 資 料

1. 第 11 次横浜市消費生活審議会委員名簿
2. 審議経過

第 11 次横浜市消費生活審議会委員名簿

任期：H28.10.1～H30.9.30

区分	委員名簿	所属	備考
★会長 (学識経験者)	すずき よしひと 鈴木 義仁	神奈川県弁護士会	
★副会長 (学識経験者)	むら ちずこ 村 千鶴子	東京経済大学 現代法学部 教授・弁護士	
消費者代表	いけだ ぐんじ 池田 軍治	市民委員	
消費者代表	いしかわ きいち 石川 貴一	市民委員	
★事業者代表	うめもと よしのぶ 梅本 佳伸	一般財団法人 家電製品協会 家電製品 PL センター センター長	H29.6.19 から
★事業者代表	えのもと ひでお 榎本 英雄	一般社団法人 横浜市工業会連合会 会長	
学識経験者	おおさわ あや 大澤 彩	法政大学 法学部 教授	
事業者代表	おおもり しゅんいち 大森 俊一	公益社団法人 日本訪問販売協会 専務理事	
学識経験者	かわい なおみ 河合 直美	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・ コンサルタント・相談員協会	H29.4.1 から
事業者代表	くりた ゆたか 栗田 裕	横浜商工会議所 小売部会長	
★事業者代表	さとう よしつぐ 佐藤 喜次	公益社団法人 消費者関連専門家会議 理事	
★消費者代表	しみず ふさよ 清水 房代	横浜市消費生活推進員 中区代表	H29.6.22 から
★消費者代表	たがや 多賀谷 としこ 登志子	横浜市消費者団体連絡会 代表幹事	
学識経験者	たなか まこと 田中 誠	神奈川県弁護士会	
事業者代表	ながお じゅんじ 長尾 淳司	一般社団法人 日本クレジット協会 総務企画部長	
学識経験者	まつばぐち れいこ 松葉口 玲子	横浜国立大学 教育学部 教授	
消費者代表	よう なおこ 楊 直子	横浜市生活協同組合運営協議会	H29.6.22 から
専門委員	あおき みほ 青木 美穂	横浜市教育委員会事務局北部学校教育事務 所 指導主事室 主任指導主事	
	かねこ のぶやす 金子 延康	横浜市消費生活総合センター センター長	
	さかもと じゅん 坂本 淳	公益財団法人 横浜市国際交流協会 事務局長	
	すぎさわ ひろし 杉澤 宏	公益財団法人 横浜市老人クラブ連合会 事務局長	
	ほぞかわ てつし 細川 哲志	社会福祉法人 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	

★は、施策検討部会所属委員

退任された委員（所属は在任中のもの）

区分	委員名簿	所属	備考
消費者代表	あらい あや 荒井 彩	横浜市生活協同組合運営協議会	H29.6.22 まで
学識経験者	さくま きょうこ 作間 京子	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	H29.4.1 まで
事業者代表	すずき たかし 鈴木 隆	一般財団法人 家電製品協会 家電製品 PL センター センター長	H29.6.19 まで
消費者代表	たかはし ひかる 高橋 光	横浜市消費生活推進員 瀬谷区代表	H29.6.22 まで

審 議 経 過

開催日	主な審議事項
平成 28 年 12 月 5 日	【第 1 回消費生活審議会】 (1) 会長・副会長の選出について (2) 会議録確認者の選出について (3) 第 11 次横浜市消費生活審議会の運営について ア 第 11 次横浜市消費生活審議会部会構成について (案) イ 第 11 次横浜市消費生活審議会のテーマについて (案) ウ 第 11 次横浜市消費生活審議会委員所属部会 (案) について (4) 平成 29 年度消費生活協働促進事業について
平成 29 年 2 月 17 日	【第 1 回 施策検討部会】 (1) 部会長の選出について (2) 会議録確認者の選出について (3) 横浜市における市内事業者との連携・協力の在り方について
7 月 7 日	【第 2 回 施策検討部会】 (1) 会議録確認者の選出について (2) 「A C A P 消費者志向活動表彰」制度について (3) 神奈川県と横浜市の事業者指導について (4) 経済局関連団体の広報媒体について
10 月 30 日	【第 2 回消費生活審議会】 (1) 会議録確認者の選出について (2) 施策検討部会報告 (3) 消費者教育推進地域協議部会報告 (4) 消費生活協働促進事業審査評価部会報告 (5) 消費者被害救済部会報告
12 月 4 日	【第 3 回 施策検討部会】 (1) 会議録確認者の選出について (2) 事業者と連携・協力した他都市の取組事例について (3) 若年者に関する消費者問題について (4) 横浜市における事業者の認定・認証・登録制度について
平成 30 年 3 月 12 日	【第 4 回 施策検討部会】 (1) 会議録確認者の選出について (2) 第 11 次横浜市消費生活審議会報告「横浜市における市内事業者との連携・協力の在り方」について～これまでの審議状況と対応の方向性 (案) ～
6 月 13 日	【第 5 回 施策検討部会】 (1) 会議録確認者の選出について (2) 第 11 次横浜市消費生活審議会報告 (案)「横浜市における市内事業者との連携・協力の在り方」について
9 月 7 日	【第 3 回消費生活審議会】 (1) 会議録確認者の選出について (2) 施策検討部会報告 (3) 消費者教育推進地域協議部会報告 (4) 消費生活協働促進事業審査評価部会報告 (5) 公募委員選考部会報告 (6) 消費者被害救済部会報告 (7) 第 11 次横浜市消費生活審議会報告 「横浜市における市内事業者との連携・協力の在り方」(案) について (8) 第 12 次横浜市消費生活審議会に向けて

横浜市における市内事業者との
連携・協力の在り方

平成 30 年〇月

第 11 次横浜市消費生活審議会

はじめに

- ・事業者が消費者を重視した事業活動を行うことで、消費者が安心して商品やサービスを購入できるような環境の構築などが期待される。
- ・消費者教育の推進や消費者被害防止の視点からの見守りの担い手として、事業者と連携した取組が求められていることから、市内事業者との連携・協力の在り方について議論をした。
- ・本報告で対象とする事業者は、消費者と直接、接して事業を行う市内事業者（BtoC）と定義した。
- ・横浜市が事業者と手を携えながら課題解決を図るための、連携・協力の在り方と対応の方向性を示した。

第 1 章 市内事業者及び消費生活相談の状況

- 【市内事業者の状況】** ※ 平成 26 年度：データで見る横浜経済 2017
- ・中小企業者が 76,784 者と市内全体の 99.6% を占めていることから、市内事業者との連携・協力の在り方を議論する上では、中小企業の性質や状況を踏まえて検討する必要がある。
- 【本市消費生活相談件数の推移】**
- ・近年、22,000 件から 25,000 件の間を推移しており、高止まりの状況がある。
- 【若者の消費生活相談】**
- ① 未成年者は「アダルト情報サイト」や「SNS」関連など、インターネットに起因する相談が多い。
 - ② 20 歳代は「不動産賃借」や「エステサービス」など、実際の契約行為を伴う相談が増える。
 - ③ H26～H28 の3か年の平均相談件数が 18 歳・19 歳は 145 件だったのに対し、20 歳は 330 件と約 2.3 倍増加しており、成年に達することで相談が急増していることがわかる。このことから、成年年齢が引き下げられた場合、18 歳・19 歳が悪質業者から狙われ、相談が急増する恐れがある。
- 【高齢者の消費生活相談】** ※ ①、②は、H21 の消費生活相談及び人口を 100 とした場合の指数
- ① H28 における高齢者の相談は増加傾向にある。（60 歳代：135.3%増 / 70 歳以上：157.4%増）
 - ② 特に、60 歳代は人口減少（H21→H28 は 3.6%減）しているにも関わらず、相談は急増している。
 - ③ H28 における相談のうち、1 円以上支払った事例の全年代の平均支払額は、『123.3 万円』であるが、80 歳以上では、『301 万円』と突出して高額になる。

第 2 章 消費者関連法の現状と横浜市の対応

- 【消費者関連法の整備】**
- ・消費者契約法の改正により、事業者としては約款等の修正が生じる場合も考えられるため、リスクマネジメントの要素として法改正等は重要な情報であるが、これらを見逃してしまっている可能性が高い。また、本市の現状としては、事業者に対する消費者行政情報等の提供に取り組めていない。
- 【消費者教育の推進】**
- ・消費者教育推進法の施行（H24.12）により、「従業員に対する研修の実施」、「地方公共団体が実施する消費者教育施策への協力」等が事業者・事業者団体に対し、努力義務とされたが、事業者においては、人的・時間的な余裕がないこともあり、消費者教育や従業員教育の優先順位は高くない状況があることが考えられる。また、本市では、就労世代への消費者教育が十分ではない状況がある。
- 【事業者と連携した消費者被害防止の視点からの見守り】**
- ・消費者安全法の改正（H26.6）により、国や地方公共団体に対し、高齢者の消費者被害を防止するための見守りの仕組みを構築することが求められ、本市では、H29 から「事業者との連携による見守り」に取り組んでいるが、事業者が見守りの取組にどの範囲まで参画していくべきかという課題がある。

第 3 章 事業者と横浜市が連携・協力するにあたっての課題と方向性

1 市内事業者と連携・協力するにあたっての課題

- 【事業者との情報共有における課題】**
- ・事業者との情報共有が十分ではなく、事業者において消費者関連法の改正状況等を把握できていない。
 - ・人手不足といった事業者の状況も踏まえ、事業者がわかりやすく簡単に情報を把握し、事業活動に活かせるような連携や、情報共有を図っていく必要がある。
- 【従業員への消費者教育の推進における課題】**
- ・就労している世代を対象とした啓発・教育に十分に取り組めていない。
 - ・常に存続していくための売り上げが求められ、特に中小企業では人的ゆとりも少ないといった事業者の性質を十分に理解して、事業者と連携した従業員教育の推進に取り組むことが重要である。
- 【事業者と連携した一般人向けの消費者教育の推進における課題】**
- ・消費者教育の推進における事業者との連携が十分に取り組めていない。
 - ・「消費者教育の担い手である」という意識がない事業者が多く、意識づけや動機づけが必要である。
- 【事業者と連携した消費者被害防止の視点からの見守りの推進における課題】**
- ・高止まりの高齢者の被害を防止するため、事業者に協働の担い手として活躍してもらう必要がある。
 - ・事業者の業務の支障とならない範囲で、継続的に実施できる見守りの方法を検討する必要がある。

2 市内事業者と連携・協力するにあたっての対応の方向性

【基本的な考え方】
営利活動が基本の事業者の考え方を十分に理解し、共に歩むため、効果的な情報共有と協働の推進を目指す

- 対応の方向性 1 【事業者との情報共有の推進】**
- ・業界団体等と連携した情報共有の推進（各団体の広報媒体を活用し、継続的な情報共有を行う）
 - ・消費者対応における事業者の体制整備の促進（対応窓口の設置及び公表、先進事例の表彰等）

- 対応の方向性 2 【従業員への消費者教育の推進】**
- ・インターネット環境を利用した学習教材の整備（誰もが手軽に利用できる学習環境を整える）
 - ・事業者における取組を評価する仕組みの検討（従業員教育の取組に対する評価・表彰、市 HP における好事例の紹介）

- 対応の方向性 3 【事業者と連携した一般人向けの消費者教育の推進】**
- ・スポーツチーム等との連携（試合会場等での啓発など、特に若年者を対象とした情報発信を行う）
 - ・ACAP と連携した消費者教育の実施（ワークショップや出前講座の開催）
 - ・若者が興味、関心のある分野における事業者との連携（通信事業者等との連携、漫画を活用した啓発）
 - ・事業者、学生、行政の協働による消費者教育の実施（学生が参加し、問題解決を図る仕組みを検討）

- 対応の方向性 4 【事業者と連携した消費者被害防止の視点からの見守りの推進】**
- ・協働ネットワークにおける見守りの拡充（配食サービス・病院・寺院・コンビニ・タクシー会社等との連携、見守りの取組で地域社会に貢献している事業者や地域人材の表彰等の検討）
 - ・商店街との連携強化（買い物を通じたゆるやかな見守りと、協力商店街の活性化を図る仕組みを検討）