

# 第 14 次第 2 回横浜市消費生活審議会

## 議事次第

令和 5 年 7 月 4 日（火）午前 10 時 30 分～12 時  
横浜市役所 31 階共用会議室 S03・N03

### 1 開 会

### 2 議 題

- (1) 会議録確認者の選出について
- (2) 第 1 回審議会質問・要望事項について
- (3) 令和 5 年度横浜市消費者教育推進計画について
- (4) デジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組について
- (5) 消費者被害救済部会報告について
- (6) その他

### 3 閉 会

#### 【資料】

- 資料 1 第 14 次横浜市消費生活審議会委員名簿
- 資料 2 - 1 横浜市消費者教育推進計画について
- 資料 2 - 2 令和 5 年度横浜市消費者教育推進計画
- 資料 2 - 3 令和 5 年度重点該当事業
- 資料 2 - 4 令和 4 年度重点取組事項
- 資料 2 - 5 令和 4 年度の主な事業実績
- 資料 3 - 1 SNS、電子公告、インターネット通販等に関する相談状況
- 資料 3 - 2 審議の進め方について
- 参考 1 令和 5 年度経済局予算概要（抜粋）
- 参考 2 越境消費者センター、相談事例
- 参考 3 令和 3 年度消費生活相談の動向（横浜市消費生活総合センター）

## 第14次横浜市消費生活審議会委員名簿

令和4年10月1日現在

No	委員氏名	所属
1	あまの まさお 天野 正男	神奈川県弁護士会
2	いまい りか 今井 里香	横浜市生活協同組合協議会
3	おの ひとし 小野 仁司	神奈川県弁護士会
4	かわい なおみ 河合 直美	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
5	さくらい ともこ 櫻井 智子	横浜市消費生活推進員旭区代表
6	さとう ひろのぶ 佐藤 博信	市民委員
7	しみず ゆりこ 清水 百合子	横浜市消費者団体連絡会
8	しろた たかこ 城田 孝子	神奈川県弁護士会
9	はなだ まさし 花田 昌士	公益社団法人 消費者関連専門家会議
10	ほそかわ こういち 細川 幸一	日本女子大学家政学部 教授
11	みやかわ こうし 宮川 鋼士	横浜商工会議所
12	むら ちづこ 村 千鶴子	東京経済大学現代法学部教授・弁護士

敬称略：五十音順

## 横浜市消費者教育推進計画について

### 1 消費者教育推進計画とは

「消費者教育推進計画」は消費者教育推進法において、自治体での策定が努力義務とされている、消費者教育の推進に関する施策を計画として定めたものです。

横浜市では、平成27年に本市の消費者教育推進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」を定めました。

この「方向性」に示された考え方を踏まえて、庁内関係区局が企画立案した消費者教育関連事業について取りまとめたものを「横浜市消費者教育推進計画」とし、単年度の計画として毎年度策定しています。

### 2 計画策定における消費生活審議会の役割

消費者教育推進法では、消費者教育の推進のため、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ことが努力義務となっています。

消費者教育推進地域協議会は、消費者教育の推進に関し、構成員相互の情報の交換及び調整を行うとともに、消費者教育推進計画を作成又は変更に関して意見を述べるといった役割を担います。

本市では、消費生活審議会をこれに位置づけており、いただいたご意見等については横浜市消費者教育推進庁内連絡会議等の機会を通じて関係区局にフィードバックすることで、消費者教育事業の推進を図ってまいります。

#### <参考>消費者教育推進法（抜粋）

##### 第10条（都道府県消費者教育推進計画等）

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。

##### 第20条（消費者教育推進地域協議会）

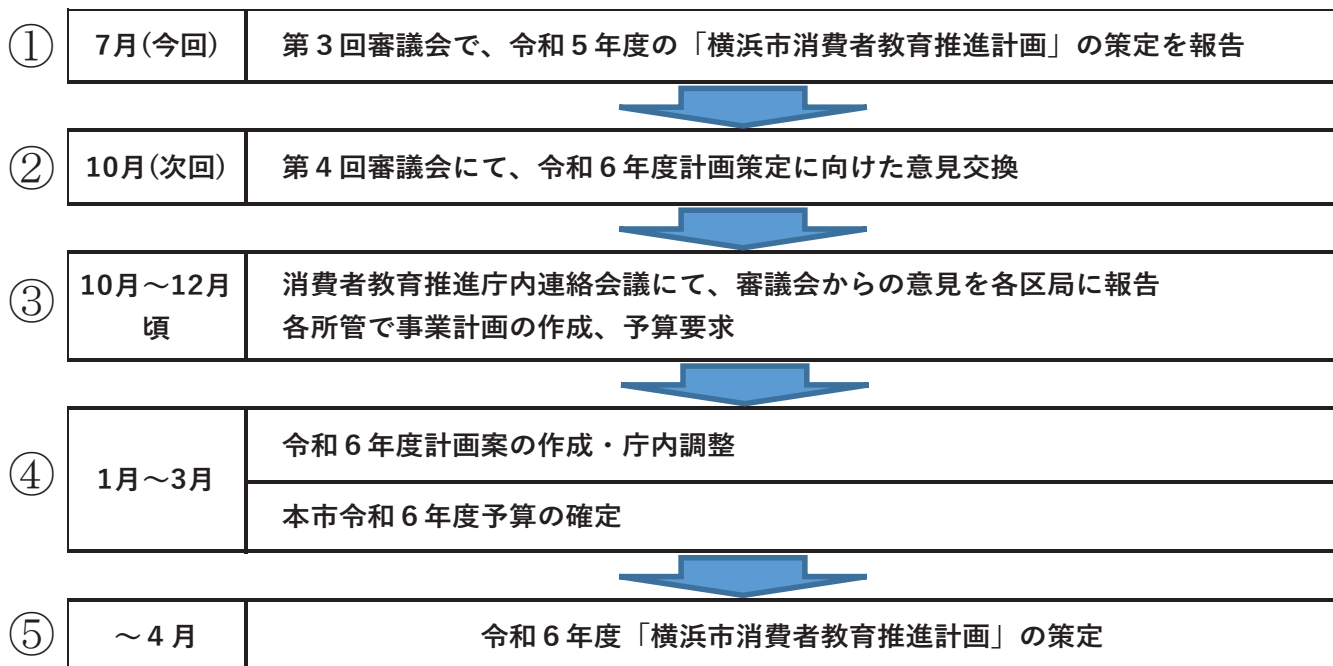
都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

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 計画策定の流れ

【今後のスケジュール】



＜参考＞令和5年度計画策定までの経過

- (1) 令和4年4月 令和4年度「横浜市消費者教育推進計画」の策定
- (2) 令和4年6月 第13次第5回審議会にて、令和4年度計画の策定報告等
- (3) 令和4年8月 第13次第6回審議会にて、令和5年度計画策定に向けた意見交換
- (4) 令和4年10月 消費者教育推進庁内連絡会議にて、審議会意見を関係区局へフィードバック
- (5) 令和5年4月 各区局の事業計画をとりまとめ、令和5年度「横浜市消費者教育推進計画」策定

# 令和5年度横浜市消費者教育推進計画

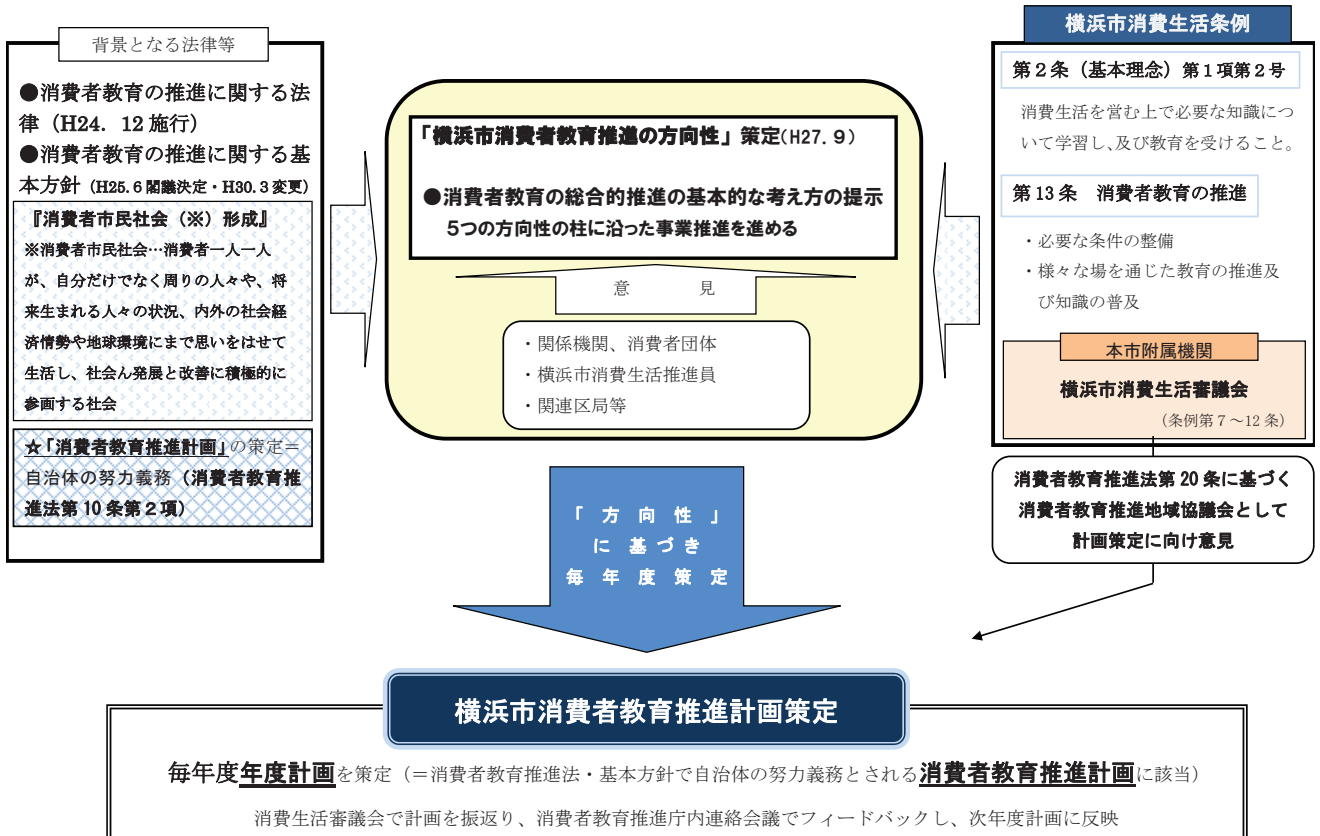
横浜市経済局

令和5年4月

# はじめに

横浜市では、消費者教育推進の基本的な考え方をまとめた「横浜市消費者教育推進の方向性（以下「方向性」と示します。）」に沿って、毎年度「消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」と示します。）」に定められた横浜市消費者教育推進計画（以下「推進計画」と示します。）を策定します。

## 「横浜市消費者教育推進の方向性」・「横浜市消費者教育推進計画」の位置づけ

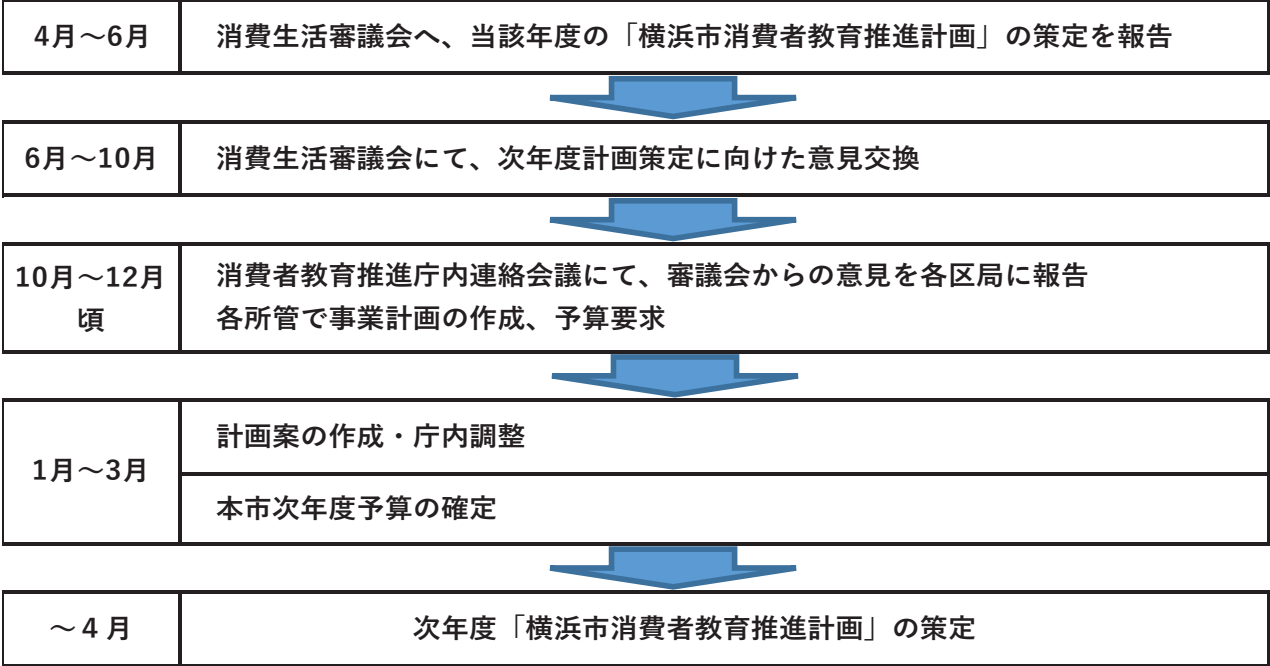


# 計画の推進

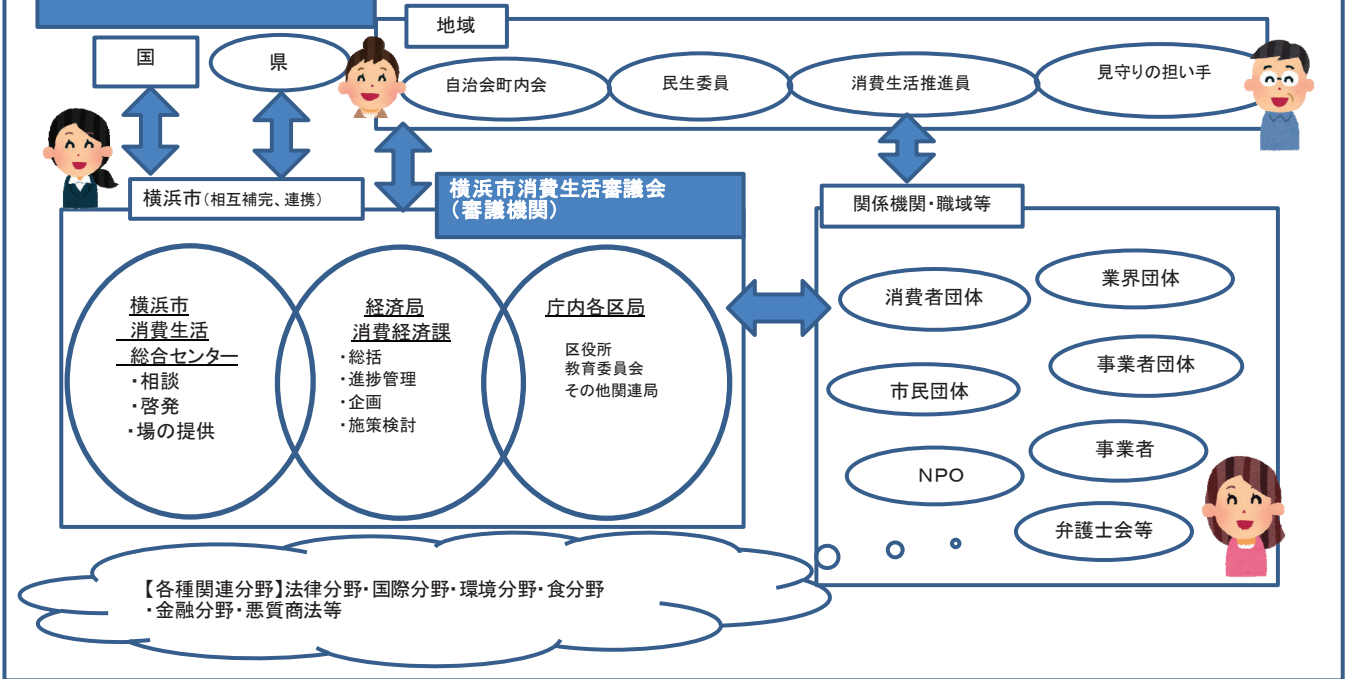
庁内関係局が予算化した消費者教育関連事業について、消費者教育推進の視点及び「方向性」を踏まえて取りまとめ、単年度の本市消費者教育推進計画として確定します。

計画の進捗、実施については、本市附属機関である横浜市消費生活審議会において、前年度計画の振り返りや次年度の計画策定に向けての御意見をいただきます。庁内関係局ではいただいた御意見を参考に事業の推進を図ってまいります。

【計画推進のフロー】



【参考】推進体制イメージ



## 横浜市消費者教育推進・5つの方向性の柱

「方向性」において、消費者教育推進に向けた次の5つの柱を示しました。

### 【方向性1】効果的な情報発信の強化

- (1) 様々な媒体、機会を利用した
- ・横浜市消費生活総合センターの周知
  - ・消費者教育・啓発となる情報の確実な伝達
  - ・「消費者市民社会の形成」という理念の浸透
- (2) 自ら情報にアクセスすることが困難な方への、周囲の方も含めた情報伝達についての検討、推進

### 【方向性2】横浜市消費生活推進員※等による地域での啓発の活性化

- (1) 段階的に学ぶ研修の充実
- (2) 刻々と変化していく消費者被害に対応した教材開発への支援
- (3) 地域団体や福祉関係団体等との調整や連携に向けた力をつける研修による地域活動実践力を持った担い手づくり
- (4) 消費者団体等との連携による地域への啓発強化

※横浜市消費生活推進員…横浜市消費生活条例第16条に基づき、市民の安全で快適な消費生活推進のために地域に根ざした自主的な活動を行う市長から委嘱された委員で、任期は2年、最長で通算3期6年活動が可能です。（平成29年5月1日現在の横浜市消費生活推進員数…1,528人）。

### 【方向性3】高齢者等を消費者被害から守るための消費者教育の推進

- (1) 年代や障害特性を考慮した効果的な教育・啓発教材の検討
- (2) 家族や支援者などを介した啓発強化の方法等の検討、推進
- (3) 福祉部門、特別支援教育部門と連携した情報提供等の検討、推進

### 【方向性4】生活領域や年代に応じた消費者市民の育成を目指した教育の推進

- (1) 学校等  
(幼児期～大学・専門学校等、支援を要する幼児・児童・生徒)
- (2) 地域社会（高齢者、障害者、若者、成人一般）
- (3) 家庭  
(食育等、危害・危険から身を守る、情報社会のルール等)
- (4) 職域（社員への消費者教育、社会的責任意識を高める等）
- における共に学ぶ視点を意識した消費者教育

### 【方向性5】担い手の育成、協働の推進、関連分野との連携

- (1) 学校教育における教員研修や教材開発支援
- (2) 消費者被害防止に加え、消費者市民社会形成に向けた企業や各種団体等との協働の推進
- (3) 関連分野との連携



## 令和5年度重点取組事項

横浜市の消費者教育推進において、社会情勢の変化等を踏まえ、これまでの取り組みに加えて令和5年度から新たに必要になる視点や、引き続き取り組むべき事項、拡充していくことが望ましい事業等を、令和5年度における重点取組事項として次のとおり定めます。

### 1. 成年年齢引き下げ後の継続的な消費者教育・啓発

令和4年4月1日に「民法の一部を改正する法律」が施行されたことにより、成年年齢が18歳に引き下げられました。引き下げ後の被害状況を注視しつつ、これに対応した消費者教育・啓発に引き続き取り組みます。

#### 【取組の例】

- 様々な媒体、機会を活用した成年年齢引き下げの周知・啓発
- 学校向け出前講座等の、若年者向け消費者教育の実施

### 2. 地域における消費者教育・啓発の活性化

地域向けの消費者教育・啓発や消費生活推進員等の活動により、地域での主体的活動を促進しながら、地域住民の意識向上や知識・情報の普及を図ります。

また、靈感商法を含む悪質商法対策や相談窓口の周知などの消費者被害の未然防止に加え、その他、人や社会・環境に配慮した消費行動「エシカル消費(倫理的消費)」の普及・啓発などを通して、持続可能な社会の形成に向けた消費行動を促します。

#### 【取組の例】

- 消費生活推進員等による地域での活動の支援・促進
- 灵感商法を含む悪質商法防止のための啓発や相談窓口の周知
- エシカル消費等に関する講演会や講座の開催

### 3. 緊急時における消費者被害等の防止に向けた取組

近年発生した、新型コロナウイルスに便乗した悪質商法など、災害発生時や感染症拡大時といった緊急時において発生する消費者被害やトラブル等への対応が、喫緊の課題となっています。

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

#### 【取組の例】

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

令和5年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和5年度の取組(事業計画)	令和5年度予算額(千円)	生活領域				年 代						
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期	若者	成人一歩
1	方向性1	経済局消費経済課	新規	悪質商法対策事業	悪質商法を含む悪質商法の未然防止を呼び掛けるとともに消費生活総合センターの相談窓口を啓発する動画を各所で放映することで、悪質商法を含めた悪質商法の未然防止と早期発見を図る。	悪質商法を含む悪質商法の未然防止と消費生活総合センター相談窓口を啓発する15秒～30秒の啓発動画を市民全般に向けて放映する。	1,000千円	○	◎	○	○	—	○	○	○	◎	◎	◎
2	方向性1	経済局消費経済課	新規	緊急時に備えた消費者教育	第13次横浜市消費生活審議会報告に基づき、緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止に向け、平時から自然災害や感染症拡大時などの緊急時に対する意識を高め、備えを促すための消費者教育を行う。	災害発生後に起こりやすい消費者トラブル等について注意喚起を行う啓発ポスターなどを作成。(避難所を中心とした施設への掲示を想定)	50千円	◎	◎	○	◎	—	○	○	○	◎	◎	◎
3	方向性1	経済局消費経済課	継続	若年層向け消費者教育事業(成年年齢引き下げに伴う啓発等)	消費者教育の一環として成年年齢引き下げに伴う注意喚起を行う。	成年年齢引き下げをテーマとした学校等向けの出前講座の実施するほか、交通広告等での動画放映等による成年年齢引き下げに伴う注意喚起を行うなど、若年層やその保護者に対して様々な機会を通じた取り組みを行う。	700千円	○	◎	○	—	—	○	○	◎	○	○	—
4	方向性1	消費生活総合センター	継続	若者向け情報提供	若年層が消費者被害に遭わないよう注意喚起するための啓発物品等の作成・配付、啓発動画の制作・放映	神奈川県新聞社が神奈川県内の高校生向けに発行しているフリーペーパーHPを活用して、高校生記者団談話を企画し、紙面記事と動画で啓発活動を企画し紙面記事と動画で若者向け啓発活動を行う。 横浜を本拠地とするトップスポーツチームと連携し、悪質商法等の悪質商法に巻き込まれないポイントを呼びかける動画を制作、放映	2,010千円	◎	○	○	—	—	—	◎	◎	◎	—	—
5	方向性1	消費生活総合センター	継続	情報収集・提供事業(デジタル情報)	・ホームページによる情報発信 ・メールマガジンの配信 ・SNSによる情報発信	・ホームページ啓発情報や事例紹介、教室・講座情報などを迅速かつ幅広く市民へ提供 ・メールマガジン被害事例や啓発情報などを情報提供(毎週配信) ・SNS ・Twitter等により被害事例や講座情報を随時発信	6,197千円	○	◎	◎	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎
6	方向性1	港南区地域振興課	継続	港南区消費生活推進員だより発行	「港南区消費生活だより」を発行し、地域に向けて情報を発信	3月発行:7600部発行 各自治会・町内会への回覧及び地域活動で活用	180千円	—	◎	◎	—	○	○	○	○	◎	◎	◎
7	方向性1	保土ヶ谷区地域振興課	継続	よこはま暮らしナビの配布	よこはま暮らしナビを地域振興課前に配架するほか、自治会町内会に配付する。	毎月(9月と12月を除く)の区連会資料配達時に掲示板を保有する各自治会町内会に「よこはま暮らしナビ」を送付し、掲示を依頼します。	0千円	○	◎	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎
8	方向性1	保土ヶ谷区地域振興課	継続	街頭啓発キャンペーン	消費生活に関する情報の周知のための街頭啓発キャンペーンの実施。	防犯啓発キャンペーンとの合同で、横浜市消費生活総合センター供給の啓発物品を用い啓発・周知等を行う。(12月)	101千円	○	◎	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎

令和5年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和5年度の取組(事業計画)	令和5年度予算額(千円)	生活領域				年代					
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期	高齢期
9	方向性1	港北区地域振興課	廃止	広報紙の発行	悪質商法被害未然防止の啓発、消費生活推進員活動の報告を目的とした広報紙を作成、配布する。			○	◎	◎	○	○	○	○	◎	◎	◎
10	方向性1	港北区地域振興課	廃止	ふるさと港北ふれあいまつりでの啓発	区民の集まる機会をとらえて消費者教育を行う。			-	◎	◎	-	-	◎	◎	◎	◎	◎
11	方向性1	緑区地域振興課	継続	消費生活推進員ニュースの発行	消費生活推進員の活動や取組みを地域の方に伝え、相談先としての横浜市消費生活総合センターの周知を図る	令和6年3月に8,000部発行し、区内自治会に巡回配布を依頼する。	192千円	-	◎	◎	-	-	-	○	○	◎	◎
12	方向性1	医療局医療安全課	継続	市内医療機関と患者とのコミュニケーション向上に向けた普及啓発	普及啓発を目的に、患者・市民・医療施設等を対象に医療安全に関する情報をホームページやリーフレット等で提供するほか、市民向け講演会や出前講座を行います。	・医療に関する普及啓発として、市内医療機関や地域包括支援センター、区役所等にリーフレット「お医者さんへの上手なかかり方」を計20,000部配布し、取組する。 ・歯科における自費診療のトラブル回避などを目的として、新たに「歯医者さんへの上手なかかり方」を作成し、計20,000部配布する。 ・医療に関する出前講座に代わって、動画配信DVDを作成し、地域ケアプラザ等に貸出を実施する。 ・市民向け講演会を実施し、医療契約の理解や医療コミュニケーションの向上を促し、市民の主体的な医療への参加を目指す。	1,019千円	-	◎	◎	○	-	-	○	○	◎	◎
13	方向性2	経済局消費経済課 地域振興課	継続	地域活動実践力強化研修	地域における消費者市民社会についての啓発講座や情報提供、高齢消費者の見守り・啓発等を実施するとともに、地域団体や福祉関係団体等との連携・協業・コーディネート力をつけるための研修を実施し、地域活動実践力を身に付けた担い手を創出する。	・地域の人口構成、歴史等の地域情報や自治会・町内会、民生委員、地区社会福祉協議会、NPO等の地域活動状況、地域に入っていくための効果的な手法等の習得等、地域におけるコーディネート的な活動にむけた実践力をつけるための研修を行う。 ・講師：地域活動コーディネーターや消費者団体等	1,000千円	○	◎	◎	○	○	○	○	○	◎	◎
14	方向性2	経済局消費経済課 推進員制度運用区	継続	消費生活推進員による地域での消費者啓発	消費生活推進員が地域で消費者被害未然防止などの消費生活に関する講座を様々な媒体や資料を活用しながら開催する。	地区代表活動費の助成、区代表者会議、研修の開催、消費生活の推進に功績のあった推進員への顕彰及び受贈式・新任者研修の開催準備や、地域に向けた情報発信支援を行う、推進員の活動を補助する物品、教材の補給を行い、地域における活動の更なる活性化を図る。その他、委嘱制度検討を進める。	2,960千円	○	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	◎
15	方向性2	経済局消費経済課	継続	消費者被害防止出前講座	消費者被害防止に関する講師を派遣し、地域の講座に講師を派遣する。	消費者被害の視点を持った見守り活動を推進するため、消費生活推進員をはじめとする自治会町内会や、民生委員等が実施する研修や、高齢者の方を対とした行事(昼食会やサロン等)に消費者被害防止に関する講師を派遣地域の講座に派遣する。	2,000千円	-	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎
16	方向性2	消費生活総合センター	継続	消費生活情報よこはま暮らしナビ「月次相談レポート」	相談事例をコンパクトにまとめ、公的機関や地域等へ配布	・毎月25日、21,000部作成(8月、12月は10,000部) ・区役所、学校、高齢者利用施設等へ10,000部配布 ・各区の自治会・町内会へ11,000部配布(掲示版に掲示等)	3,065千円	◎	◎	◎	◎	-	-	-	◎	◎	◎

令和5年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和5年度の取組(事業計画)	令和5年度予算額(千円)	生活領域				年 代						
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人1期	成人2期	高齢期
17	方向性2	消費生活総合センター	継続	消費生活情報よこはま暮らしナビ「増刊号」	暮らしに役立つ身近な消費生活情報を幅広く掲載した情報紙を発行	・季刊(年4回)、各10,000部作成・配布 ・区役所、学校、高齢者利用施設等に配布	1,539千円	◎	◎	◎	◎	○	○	○	◎	◎	◎	◎
18	方向性2	消費生活総合センター	継続	出前講座(地域団体等)	消費生活推進員や自治会・町内会などが開催する悪質商法に関する勉強会などへ講師派遣	被害未然防止と早期解決を図る地域団体、区役所等への講師派遣	127千円 他の出前講座と一括で計上	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎	◎
19	方向性2	消費生活総合センター	継続	地域の担い手養成セミナー	身近な地域における消費者被害未然防止に向けて、市関係部局と連携しながら、消費生活推進員などを対象に、自発的な地域活動のなかで高齢者の目標に立った、声かけや助言を担える人材として養成	年1回、1コマ(座学)	6千円	-	◎	○	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
20	方向性2	鶴見区地域振興課	継続	鶴見区消費生活セミナー	消費生活に関わる講演会の開催	年1回実施(消費生活総合センターとの共催)	20千円	-	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	◎	◎
21	方向性2	中区地域振興課	継続	消費生活推進員活動事業(旧:エコ・食・暮らし安心風土広め隊)	暮らし(消費生活)に関する区民の関心を高め、各家庭や地域での取組みを盛り上げることで、区民自らが「未来を見据えた買い暮らしの行動を促す」安心風土の醸成を図ります。	①消費生活推進員の育成 ②消費生活推進員による地区活動への支援 ③消費生活推進員啓発事業への支援	860千円	○	◎	◎	○	○	○	○	◎	◎	◎	◎
22	方向性2	港南区地域振興課	継続	施設見学会	消費生活推進員を対象に、知識向上や活動の活性化のため、施設見学会を実施	12月頃実施予定	0千円	-	◎	-	-	-	-	-	◎	◎	◎	◎
23	方向性2	磯子区地域振興課	継続	子ども消費生活セミナー	子どもたちを対象に、消費生活に関する問題についてセミナーを開催します。	8月に磯子公会堂集客室にて実施予定	10千円	○	◎	◎	-	-	◎	-	-	-	-	-
24	方向性2	磯子区地域振興課	継続	得トク生活フェスタ	パネル展示や実演会、地元野菜の販売等を通して、消費生活推進員の活動を地域に向けて情報発信します。	11月3日に磯子区役所1F区民ホールにて実施予定	消耗品費で一括計上	-	◎	◎	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎

令和5年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和5年度の取組(事業計画)	令和5年度予算額(千円)	生活領域				年 代						
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期	高齢期	
25	方向性2	磯子区地域振興課	継続	磯子くらしのセミナー	消費者(区民)の意識啓発を目的としたセミナーを開催します。	12月上旬に実施予定	20千円	-	◎	◎	-	○	○	○	○	◎	◎	◎
26	方向性2	磯子区地域振興課	継続	区版いそご消費生活だより発行	広報紙「いそご消費生活だより」を発行し、地域に向けて情報発信します。	2月に6,500部発行し、各自治会・町内会での回覧や、各施設での配架、各イベント参加者へ配布予定	160千円	-	◎	◎	-	○	○	○	○	◎	◎	◎
27	方向性2	磯子区地域振興課	継続	消費生活推進員合同会議	地域で消費生活推進活動を活発に展開できるよう、消費生活推進員を全員を対象とした講義や活動報告会を行います。	年間2回実施 第1回は8月に講師を招いて講演聴講を実施予定 第2回は2月に地区活動報告会・意見交換会を実施予定	20千円	-	◎	○	-	-	-	-	◎	◎	◎	
28	方向性2	磯子区地域振興課	継続	施設見学会	消費生活推進員を対象に、知識向上や活動の活性化のため、施設見学会を実施します。	10月に実施予定	0千円	-	◎	○	-	-	-	-	◎	◎	◎	
29	方向性2	港北区地域振興課	継続	こまばく消費者のつどいの開催	区民を対象とした消費生活に関するイベントを開催し、消費者教育を推進する。	区民を対象とした消費生活に関するイベントを開催し、消費者教育を推進する。	0千円	-	◎	◎	-	○	○	○	◎	◎	◎	
30	方向性2	港北区地域振興課	廃止	消費生活推進員研修	消費生活推進員を対象に、学ぶ研修を行う。			-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎	
31	方向性2	緑区地域振興課	継続	消費者被害未然防止啓発	消費生活推進員による地域での啓発活動	・緑区民まつりや地域のイベントでブースを設けて悪質商法などの情報提供を行う。 ・高齢者のお茶飲み会などの見守り活動を通して、消費クイズや紙芝居、広報物等を利用して消費者被害未然防止啓発を行う。	720千円	-	◎	-	-	-	-	-	-	○	◎	
32	方向性2	青葉区地域振興課	廃止	パネル展示	消費生活推進員の紹介及び消費生活に関する啓発に関するパネル展示を区役所等で行う。	令和5～6年度の活動は休会とします。		-	◎	-	-	-	-	-	◎	◎	◎	



令和5年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和5年度の取組(事業計画)	令和5年度予算額(千円)	生活領域				年代						
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期	若者	成人一歩
41	方向性3	消費生活総合センター	継続	高齢者利用施設への講師派遣	高齢者施設運営者が開催する悪質商法に関する講座へ講師を派遣	高齢者利用施設(地域ケアプラザ等)への講師派遣	No17出前講座(地域団体等)で一括で計上	-	◎	◎	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
42	方向性3	消費生活総合センター	継続	啓発資料等作成事業(高齢者向け)	高齢者向けリーフレットを作成し、配布	高齢者向け啓発グッズ、リーフレットを作成し、市内病院や出前講座等を通じて配布	124千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	○	○	◎
43	方向性3	消費生活総合センター 区・地区社会福祉協議会	継続	地域に根ざした高齢者向け消費者啓発	きめ細かい高齢者啓発を目指し、日常的に地域で高齢者と接している各区(地区)社会福祉協議会あてに「悪質商法に注意しよう!」(何があつたらセンターに相談しよう!)の2点を呼びかける啓発物を配布し、注意喚起	引き続き対応(No. 38の事業のひとつ)	0千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	○	○	◎
44	方向性3	西区地域振興課	継続	消費生活啓発記事の情報誌掲載(消費生活推進事業)	消費生活啓発記事をタウンニュースへ掲載し、多角的に周知する。	年1回実施予定。タウンニュースへ消費生活啓発記事を掲載し、広報よこはまとは異なる読者層への周知を図る。	55千円	○	◎	◎	-	○	○	○	○	◎	◎	◎
45	方向性3	南区地域振興課	継続	消費生活推進員による地域での出前講座の実施。	消費生活推進員が地域に出向き、消費者被害等についてわかりやすく紹介する。	地域の老人会や茶話会に出向き、寸劇や紙芝居などを用いて、消費者被害等についてわかりやすく紹介する出前講座を実施する。	294千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	○	◎	◎
46	方向性3	港南区地域振興課	継続	地区活動助成金の交付	地区活動を効果的な実施を推進するため、助成金を交付	1地区上限30,000円×15地区	450千円	-	◎	-	-	○	○	○	○	◎	◎	◎
47	方向性3	港北区地域振興課	廃止	活動助成金の交付	消費生活推進員活動の効果的な実施を推進するため、助成金を交付			-	◎	-	-	○	○	○	○	◎	◎	◎
48	方向性3	港北区地域振興課	継続	港北図書館でのパネル展示及び消費者教育関連書籍の展示	港北図書館と協力し、特設会場にて消費生活総合センター提供のパネル及び、消費者教育関連書籍を展示。	港北図書館と協力し、特設会場にて消費生活総合センター提供のパネル展示及び関連チラシを配架。	0千円	-	◎	◎	-	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎

令和5年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和5年度の取組(事業計画)	令和5年度予算額(千円)	生活領域				年 代						
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期	高齢期	
49	方向性3	金沢区地域振興課	廃止	消費生活教室	「不当・悪質請求トラブルにあわないために」と題し、ハガキや電子メールに潜む詐欺行為と回避方法について講師を招いて学びます。	特になし		-	◎	◎	-	-	○	○	○	◎	◎	◎
50	方向性3	戸塚区地域振興課	継続	地区活動助成金等の交付	消費生活推進活動の効果的な実施を推進するため、助成金を交付。	地区活動助成金(18地区) 18地区ごとの消費推進活動に活用 ・戸塚区消費生活推進員の活動助成金 消費生活展、啓発講座の開催、広報誌の発行、食品ロス削減レシピの作成に活用。	940千円	-	◎	-	-	○	○	○	○	◎	◎	◎
51	方向性3	経済局消費経済課 教育委員会事務局 健康福祉局	廃止	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・実証を踏まえ、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。	No51に統合		◎	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
52	方向性4	経済局消費経済課	継続	専門家・事業者派遣による出前講座	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校、義務教育学校及び高等学校へ派遣し、消費者教育に係る出前講座を実施する。	市内学校の児童生徒やPTA、教員等を対象に専門家講師派遣による消費者教育出前講座を実施する。 テーマ:成年年齢引き下げに伴う消費者トラブル未然防止、物や金銭の使い方、インターネット・携帯電話利用の危険性、エンカール消費 等	950千円	◎	○	○	-	-	◎	◎	-	-	-	-
53	方向性4	経済局消費経済課	継続	消費者市民社会啓発事業(エンカール消費)	消費者市民社会の実現をテーマに講座等を開催し、国の重要消費者施策に係る倫理的消費の普及・促進を図る。	・消費者市民社会の実現を目指し、「環境に配慮した消費行動」や「社会に配慮した消費行動」などの倫理的消費に関するサブテーマを設定・設定し、講座等を企画・実施するとともに、コロナ禍においても事業を執行できるよう、内容を収録した動画のオンライン配信等も併せて実施する。	1,000千円	-	◎	-	-	-	-	○	◎	◎	◎	
54	方向性4	消費生活総合センター	継続	消費者教育講演会	消費者市民社会の形成に向けて、消費者教育講演会を実施	年1回 瀬谷区共催	584千円	◎	◎	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎
55	方向性4	消費生活総合センター	継続	各種媒体広告掲載(地域の担い手養成)	福祉団体等が発行している広報誌、機関誌などに地域の担い手を呼びかける広告を掲載。	・福祉団体等が発行している広報誌、機関誌などに地域の担い手を呼びかける広告を掲載。 ・横浜市老人クラブ連合会発行の「かがやきだより横浜」に広告掲載。 ・横浜市社会福祉協議会発行「福祉よこほまじ」に広告掲載。	461千円	◎	◎	○	-	-	-	-	◎	◎	◎	◎
56	方向性4	消費生活総合センター	継続	出前講座(大学等)	大学が開催する学生向けガイダンスなどへ講師を派遣し、若者を狙った悪質商法等について講演	大学が開催する学生ガイダンスなどへの講師派遣	No17出前講座(地域団体等)で一括で計上	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	-	-



令和5年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和5年度の取組(事業計画)	令和5年度予算額(千円)	生活領域				年 代						
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期	高齢期	
57	方向性4	消費生活総合センター	継続	高校生(または教員)向け講師派遣事業	市内高校の生徒(または教員向け)啓発講座を実施する。	成年年齢引下げに伴い、消費者被害に遭わないよう注意喚起するための講座を実施	No61大学等との連携で一括で計上	◎	-	-	-	-	◎	-	◎	◎	-	
58	方向性4	消費生活総合センター	継続	小中学校向け消費者トラブル事例情報提供事業	子供たちの消費者トラブルを未然に防止するため、教職員を通じて子供たちに実際に起こっている事例等を学校に紹介し、注意喚起等の活用を促進	教育委員会事務局を通じて、トラブル事例情報のデータを各学校へ提供(4・7・10・1月、年4回)	0円	◎	-	-	-	◎	-	-	◎	◎	-	
59	方向性4	消費生活総合センター 共催区役所 消費者団体等	継続	消費生活教室(区と共催)	消費生活上の安全・安心の確保、消費者市民社会の形成などに関する、確かな情報と知識を学ぶ教室の区との連携・共催による開催	区との共催で地域に出向き6回実施予定(共催区とともに新型コロナウイルス感染症拡大防いを図りながら)	231千円	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎	
60	方向性4	健康福祉局高齢健康福祉課 消費生活総合センター 市老人クラブ連合会 ウイニング横浜	新規	講師派遣事業(シニア大学・各種団体)	・高齢者層への悪質商法被害防止講演会を実施 ・高齢者や障害者と接する福祉従事者への啓発	・市(区)老人クラブ連合会が各区で開催するシニア大学で講演(1回×18区)	5,100千円	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎	
61	方向性4	消費生活総合センター	継続	出前講座(企業等)	企業等へ講師を派遣(有料)	企業等が実施する新入社員研修等への講師派遣(有料)	No17出前講座(地域団体等)で一括で計上	-	-	-	◎	-	-	-	◎	◎	-	
62	方向性4	(公財)横浜市消費者協会 消費生活総合センター	継続	大学等との連携	市内大学や専門学校との連携により、効果的な若者向け消費者啓発教育を実施。(教職員含む)	・市内の大学等との連携により、若者目線と感性を活かした効果的な若者向け消費者啓発物を作成し、学生や教職員等へ配布 ・市内の大学等との連携により、子どもや若者など多世代に向けて効果的な消費者啓発を実施	92千円	◎	○	-	-	-	-	◎	◎	○	-	
63	方向性4	鶴見区地域振興課	廃止	三ツ池公園(文化・環境)フェスティバル参加	三ツ池公園(文化・環境)フェスティバルにて、活動紹介、エコクイズ、エコグッズ販売を行う。	参加見送り		-	◎	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	
64	方向性4	鶴見区地域振興課	廃止	暮らしのヒント展	パネル展示やステージ表演を通して、消費生活推進員の活動を地域に向けて情報発信する。	開催中止(改選年であるR5年度は「学びの年」とし、2年目を「啓発活動に力を入れる年」として、R6年度に暮らしのヒント展を開催予定)		-	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	◎	

令和5年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和5年度の取組(事業計画)	令和5年度予算額(千円)	生活領域				年代					
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人1期	成人2期
65	方向性4	鶴見区地域振興課	継続	鶴見区消費生活推進員だより発行 啓発物品作成	広報紙「鶴見区消費生活推進員だより」を発行し、地域に向けて情報発信します。 啓発物品を作成、配布し、地域に向けて情報発信します。	年1回発行し、各自治会・町内会での配布や、各施設での配架を行います。	110千円	-	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	◎
66	方向性4	神奈川区地域振興課	継続	講演会「消費生活教室」の開催	講師をお招きして消費生活に関する講座を開催し、情報の提供を行う。	年度内(下半期)1回実施を検討	0千円	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎
67	方向性4	港南区地域振興課	継続	講演会「消費生活教室」の開催	講師をお招きして消費生活に関する講座を開催し、情報の提供を行う。	日時:令和5年8月25日(金) 13:30~15:30 会場:港南公会堂 参加費:無料 定員:200名 対象:横浜市内に在住・在勤・在学の方	0千円	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎
68	方向性4	保土ヶ谷区地域振興課	廃止	講演会「消費生活教室」の開催	講師をお招きして消費生活に関する講座を開催し、情報の提供を行う。			-	◎	◎	○	-	-	-	◎	◎	◎
69	方向性4	旭区地域振興課	継続	旭区消費者大学事業	学識経験者や専門家などを講師に招き、区民に向け、広く関心のあるテーマで啓発講座を実施。	一般区民に向け、広く関心のあるテーマで啓発講座を実施(7月・11月予定)	119千円	-	◎	○	-	-	-	-	◎	◎	
70	方向性4	都筑区地域振興課	廃止	消費生活教室	消費生活向上につながる講演会の開催	消費生活総合センターが、毎年度共催する区を選定し実施 ※令和5年度、都筑区は選定されず。		-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎
71	方向性4	栄区地域振興課	継続	栄区消費生活推進員の会の広報紙「さかえ消サポだより」の発行	悪質商法や各種詐欺被害の未然防止、省エネ・環境に配慮した生活などをテーマにした広報紙「さかえ消サポだより」を年2回発行し配布する。消費生活推進員の活動紹介、認知度向上を図る。	広報紙「さかえ消サポだより」を発行(10、3月 各1,500部) 広報紙テーマ:未定	185千円	○	◎	◎	○	○	○	○	◎	◎	◎
72	方向性4	泉区地域振興課	継続	消費者対策研修会	食品表示を正しく知ることで消費トラブル防止や食品ロス削減につながる講演会を実施する。	横浜市消費生活総合センターと共催で実施予定 テーマ:「暮らしに活かそう食品表示」 講師:森田満樹	0千円	○	○	○	○	-	○	○	◎	◎	◎

令和5年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和5年度の取組(事業計画)	令和5年度予算額(千円)	生活領域				年 代						
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期	高齢期	
73	方向性4	資源循環局3R推進課	継続	環境教育出前講座(資源循環局)	資源の循環、3R等について、市内の小・中学校や地域に、職員等が出向き出前講座を実施する。	未就学児から社会人まで様々な世代を対象にした出前講座の実施	0千円	◎	◎	○	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
74	方向性4	こども青少年局保育・教育支援課	継続	食育推進事業(こども青少年局)	保育所等に、食育計画の策定及び実施を推進する。 給食よりや、市ウェブサイトで保育所等の給食メニューを紹介することにより、家庭へ食育の啓発を行う。	・保育所等における食育計画の策定及び実施の推進 ・給食よりや市ウェブサイトを使った保育所等の給食メニューや旬の食材等の紹介による食育の推進	164千円	○	○	○	◎	○	-	-	-	-	◎	-
75	方向性4	健康福祉局健康推進課	継続	食育推進事業(健康福祉局)	食育推進計画に基づき、啓発及び事業の推進を行います。	食育推進計画に基づき、啓発及び事業の推進を行います。 ・栄養バランスのよい食事に関するリーフレットの配付	4,269千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
76	方向性4	医療局食品衛生課	継続	食の安全や食品衛生に関する知識の普及・啓発(その1)	食の安全について、様々な機会を通して効果的な情報発信を行う。	①横浜市食品衛生協会と協力して、各区で「食中毒予防キャンペーン」を開催し、啓発チラシや啓発グッズ等を配付 ②「食の安全コトバWEB」や「広報よこはま」での情報提供 ③食中毒予防啓発動画の広告を行う(映画広告上映、YouTube広告掲出、横浜駅デジタルサイネージ広告)	4,065千円	○	◎	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎
77	方向性4	医療局食品衛生課	継続	食の安全や食品衛生に関する知識の普及・啓発(その2)	食品衛生に関する知識の向上のため、市民や食品等事業者を対象とした講習会、シンポジウム等を開催する。	①「食の安全を考えるシンポジウム」の開催 ②市民や食品等事業者を対象とした食品衛生に関する講習会の開催	565千円	○	◎	○	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎
78	方向性4	医療局食品衛生課	新規	食品表示に関する知識の普及・啓発	食品表示について、様々な機会を通して効果的な情報発信を行う。	①「食の安全コトバWEB」での情報提供 ②食品表示の広告を行う(小学校給食献立表内広告掲出)	440千円	○	○	◎	○	○	◎	○	○	○	◎	○
79	方向性4	温暖化対策統括本部調整課	継続	環境教育出前講座(温暖化対策統括本部)	生物多様性や地球温暖化防止といった環境問題への理解を深めるため、市内の小中学校や地域の皆種を対象に、市民団体、企業、市役所など専門知識を持った講師、国際機関が出向き講座を実施する。	【温暖化対策統括本部】 コトバエコスクール枠組みである協働パートナー(市民団体、企業等)を活用し、地域・学校を対象に温暖化対策や環境全般について学ぶ場を提供する。 出前講座を開催するとともに、講座の認知拡大・利用促進の為に、積極的な広報を図る。	980千円	◎	◎	-	○	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎
80	方向性4	水道局サービス推進課	継続	出前水道教室	水道事業への理解を深めていただくことを目的に、市内の小中学校に水道局職員が出向き出前教室を実施します。	令和4年に引き続き、職員が小学校に出向く学習プログラムに加え、YouTubeにアップロードした動画も併用し、新型コロナウイルス感染症対策を講じつつ実施します。	180千円	◎	-	○	-	-	◎	-	-	-	-	-

令和5年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和5年度の取組(事業計画)	令和5年度予算額(千円)	生活領域				年 代						
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期	高齢期	
81	方向性4	環境創造局農業振興課	継続	市民や企業と連携した地産地消の展開②	小学生を対象に、地産地消及び食育に関する理解を深めてもらう。	はま菜ちゃん料理コンクール実施	2,100千円	◎	-	○	-	-	◎	-	-	-	-	-
82	方向性4	資源循環局3R推進課	継続	環境行動を実践する人づくり	環境学習の充実・強化を図る。取組方針を設定し、PRを行う。地域との連携を強化する。	①3R学習副読本の作成・配付(1,844千円) ②ヨコハマ3R夢！ポスターコンクールの実施(687千円)	2,531千円	◎	-	-	-	-	◎	-	-	-	-	-
83	方向性4	資源循環局3R推進課	継続	ごみ・環境情報の積極的な提供	市民・事業者へのわかりやすい情報提供を推進する。様々な機会や媒体を活用した効果的な広報・啓発活動を行う。事務所・工場等の啓発機能の充実・強化を図る。地域特性や対象者(若者、外国人、高齢者等)に合わせた啓発を推進する。	①市民向け事業紹介パンフレット「きれいなまちに」翻訳(200千円) ②交通広告を活用した広報(549千円)	749千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
84	方向性4	資源循環局施設課・処分地管理課	継続	地域に密着した情報発信等	身近な場所での情報提供の充実を図る。情報発信・環境学習の拠点として事務所・工場機能等の充実・強化を図る。	①主に小学校や町内会を対象とした工場見学会の実施及び工場イベントの開催 ②主に処分場近隣小学校の4年生を対象とした最終処分場見学会の実施	① 933千円 ② 404千円	◎	○	◎	-	○	◎	○	○	○	○	○
85	方向性4	資源循環局3R推進課	継続	食品ロス削減に向けた普及・啓発(その1)	食品ロスを削減するため、手つかず食品の回収や調理・保存方法などについて、広報媒体やツールを活用した広報やイベント等における啓発の実施	国際機関や事業者等との連携 国際機関等と連携した食について考えるイベントの開催(1回) 食の問題を考えるきっかけづくり フードバンク団体や社会福祉協議会と連携したフードドライブ活動支援(18区43箇所)	16,099千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
86	方向性4	資源循環局事業系廃棄物対策課	継続	食品ロス削減に向けた普及・啓発(その2)	食品ロスの発生抑制や削減の取組を実施して頂ける市内飲食店等を登録する食べきり協力店を拡大するとともに、様々な機会を活用して消費者へPRし、意識の向上を実施	本市SNSにて、消費者へ「食べきり協力店」の紹介を実施します。 地下鉄、バスの中吊り広告を行います。 協力店用ポスター印刷 専用ホームページにて、利用者(消費者)へ「食べきり協力店」の情報を発信しています。	1,181千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
87	方向性4	都市整備局都市交通課	新規	モビリティマネジメント出前講座	「環境」、「福祉」、「キャリア」の3つの観点からモビリティマネジメント(過度にマイカーに頼る生活から、公共交通などを適度に利用する生活への転換を促す取組)を推進する。	市内全小学校を対象に講座を周知し、申込のあった学校にて実施。	0千円	◎	-	-	-	-	◎	-	-	-	-	-
88	方向性4	教育委員会事務局健康教育・食育課 環境創造局農業振興課	継続	食育推進計画に基づく市立学校での食育	市内産野菜の小学校給食での活用など、市立学校における食育計画を作成し推進する。	①市内産農産物の一斉供給 ②教えて食育Web版の掲載 ③横浜F・マリノスによる食育教室	1,315千円	◎	-	-	-	-	◎	◎	-	-	-	-

令和5年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和5年度の取組(事業計画)	令和5年度予算額(千円)	生活領域				年 代						
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人1期	成人2期	高齢期
89	方向性5	経済局 (公財)横浜市消費者協会 市内大学	継続	消費者行政インターンシップ	学生が大学で修得した学問と現場での実践との融合、応用についての理解を深め、学習成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)横浜市消費者協会にて協会事業、消費生活総合センター業務補助等に従事し、消費生活相談や啓発講座等消費者行政の現場業務の実習を行う。	0千円	◎	○	○	○	-	-	-	◎	◎	-	-
90	方向性5	経済局消費経済課	継続	高齢者の消費者被害防止の協働ネットワーク構築(事業者との連携)	市職員や地域ケアプラザ職員等を対象に高齢者の消費者被害防止に関する研修の実施、見守り啓発動画の放映による高齢者の消費者被害未然防止に関する啓発等を実施する。	・市職員や地域ケアプラザ職員等を対象に高齢者の消費者被害防止に関する研修を実施する。 ・市内の映画館や公共交通機関等の街中で見守り啓発動画を放映する。	4,000千円	-	◎	-	◎	-	-	-	-	-	◎	◎
91	方向性5	経済局消費経済課	継続	地域の担い手育成研修(PTA向け)	消費者被害の視点を持った見守り活動を推進するため、学校及びPTA等を対象に出前講座・啓発教材配布・教材作成などを行う。	学校、PTA等を対象として、消費者被害の視点を持った見守り活動を推進するための出前講座・啓発教材配布・教材作成などを行う。	1,000千円	◎	-	◎	-	-	○	-	-	-	◎	○
92	方向性5	消費生活総合センター	継続	簡易テスト実習	商品テスト実習室の機器を活用して、消費生活の中で身近な商品等への関心と知識を深める実習の開催	テスト室を活用して簡単な実験と産学を学び、日常生活に活かしてもらおう。10名の参加を予定	81千円	-	◎	◎	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
93	方向性5	港南区地域振興課	継続	協働による地域づくり推進協議会	消費生活推進員を含む各委嘱委員の代表や、地域活動者が集まり、より良い地域づくりに向け、連携、協力を進める場として開催。	・年間4~5回開催予定 ・所属団体:港南区連合町内会長連絡協議会、港南区社会福祉協議会、港南区民生委員児童委員協議会ほか計14団体		-	◎	-	-	-	-	-	-	◎	◎	◎
94	方向性5	温暖化対策統括本部調整課	継続	温暖化対策に関する教育・啓発	①ヨコハマ・エコスクール(YES) [横浜で地球を学ぶ]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参加型プロジェクトを展開する。 ②教育コンテンツ 気候変動のメカニズムや影響などについての理解を促し、行動変容に結び付けられるようなコンテンツを作成する。	①ヨコハマ・エコスクール(YES) ヨコハマ・エコスクール(YES)に登録する協働パートナー(市民団体・企業等)を中核として、地域への積極的な啓発活動を展開し、啓発の担い手と地域の関係を構築していく。 ②環境に関する教育 学校等で活用しやすいデジタルコンテンツを作成する。	8,702千円	◎	◎	◎	○	○	○	○	◎	◎	◎	◎
95	方向性5	環境創造局政策課	継続	環境教育出前講座(環境創造局)	生物多様性や地球温暖化防止といった環境問題への理解を深めるため、市内の小中学校や地域の習熟を対象に、市民団体・企業、市役所など専門知識を持った講師、国際機関が出向き講座を実施する。	学校・地域を対象に生物多様性や環境全般について学ぶ場を提供する。	720千円	◎	◎	○	-	-	◎	◎	◎	◎	◎	◎

令和5年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

No.	方向性の柱	所管・関連	継続/新規/廃止	施策・事業名	事業概要	令和5年度の取組(事業計画)	令和5年度予算額(千円)	生活領域				年 代						
								学校等	地域	家庭	職場	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人一割	成人一割	成人一割
96	方向性5	環境創造局政策課	継続	エシカル消費普及啓発キャンペーン	エシカル消費を促進するための普及啓発キャンペーンを実施	企業との協働により市民参加型のSNS(Twitter)キャンペーンを実施し、環境配慮型商品の選択・購入(エシカル消費)を呼びかける。	1,000千円	-	◎	◎	○	-	-	◎	◎	◎	◎	◎
97	方向性5	環境創造局農業振興課	継続	市民や企業と連携した地産地消の展開①	農家や地産地消に取り組む市民や飲食店等への支援を行う。	①はまふんどコンシェルジュの育成講座 ②はまふんどコンシェルジュの活動支援 ③地産地消活動の発表と情報交換の場の設定(食と農のフォーラムなど)	4,490千円	-	◎	-	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎
98	方向性5	資源循環局街の美化推進課	継続	環境事業推進委員による啓発活動	ごみ集積場所における分別排出の奨励・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。 ・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。	19,647千円	-	◎	◎	-	-	-	-	◎	◎	◎	

令和5年度横浜市消費者教育推進計画  
令和5(2023)年4月策定

横浜市経済局消費経済課  
〒231-0005 横浜市中区本町6丁目 50 番地の 10  
TEL671-2584 FAX664-9533

## 令和5年度重点取組事項に該当する主な事業【掲載事業抜粋】

## 1. 成年年齢引き下げ後の継続的な消費者教育・啓発

事業名	事業概要	令和5年度の取組予定	所管
若年層向け消費者教育事業 (成年年齢引き下げに伴う啓発等) No. 3	消費者教育の一環として成年年齢引き下げに伴う注意喚起を行う。	成年年齢引き下げをテーマとした学校等向けの出前講座の実施のほか、交通広告等での動画放映等による成年年齢引き下げに伴う注意喚起を行うなど、若年層やその保護者に対して様々な機会を通じた取り組みを行う。	経済局消費経済課
若者向け情報提供 No. 4	若年層が消費者被害に遭わないよう注意喚起するための啓発物品等の作成・配付、啓発動画の制作・放映。	神奈川新聞社が神奈川県内の高校生向けに発行しているフリーペーパーHPを活用して、高校生記者座談会を企画し、紙面記事と動画で啓発活動を企画し紙面記事と動画で若者向け啓発活動を行う。 横浜を本拠地とするトップスポーツチームと連携し、靈感商法等の悪質商法に巻き込まれないポイントを呼びかける動画を制作、放映。	消費生活総合センター
専門家・事業者派遣による出前講座 No. 52	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校、義務教育学校及び高等学校へ派遣し、消費者教育に係る出前講座を実施する。	市内学校の児童生徒やPTA、教員等を対象に専門家講師派遣による消費者教育出前講座を実施。テーマ：成年年齢引き下げに伴う消費者トラブル未然防止、物や金銭の使い方、インターネット・携帯電話利用の危険性、エンカ消費 等	経済局消費経済課

## 2. 地域における消費者教育・啓発の活性化

事業名	事業概要	令和5年度の取組予定	所管
消費生活推進員による地域での消費者啓発 No. 14	消費生活推進員が地域で消費者被害未然防止などの消費生活に関する講座を様々な媒体や資料を活用しながら開催する。	地区代表活動費の助成、区代表者会議、研修の開催、消費生活の推進に功績のあった推進員への顕彰及び委嘱式・新任者研修の開催準備や、地域に向けた情報発信支援を行う。推進員の活動を補助する物品・教材の補強を行い、地域における活動の更なる活性化を図る。その他、委嘱制度検討を進める。	経済局消費経済課 推進員制度運用区
消費者市民社会啓発事業 (エンカ消費) No. 53	消費者市民社会の実現をテーマに講座等を開催し、国の重要消費者施策に係る倫理的消費の普及・促進を図る。	消費者市民社会の実現を目指し、「環境に配慮した消費行動」や「社会に配慮した消費行動」などの倫理的消費に関する、市民向け講演会を実施する。	消費生活総合センター
悪質商法対策事業 No. 1	靈感商法を含む悪質商法の未然防止を呼び掛けるとともに消費生活総合センターの相談窓口を啓発する動画を各所で放映することで、靈感商法を含めた悪質商法の未然防止と早期発見を図る。	靈感商法を含む悪質商法の未然防止と消費生活総合センター相談窓口を啓発する15秒～30秒の啓発動画を市民全般に向けて放映する。	経済局消費経済課

## 3. 緊急時における消費者被害等の防止に向けた取組

事業名	事業概要	令和5年度の取組予定	所管
緊急時に備えた消費者教育 No. 2	第13次横浜市消費生活審議会報告に基づき、緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止に向け、平時から自然災害や感染症拡大時などの緊急時に対する意識を高め、備えを促すための消費者教育を行う。	災害発生後に起こりやすい消費者トラブル等について注意喚起を行う啓発物を作成。 (地域防災拠点への展開を検討)	経済局消費経済課



## 令和4年度重点取組事項

横浜市の消費者教育推進において、これまでの取り組みに加え、令和4年度から新たに必要になる視点や引き続き取り組むべき事項、拡充していくことが望ましい事業等を、令和4年度における重点取組事項として次のとおり定めます。

### 1. 成年年齢引き下げに対応した、消費者教育・啓発の充実

令和4年4月1日から「民法の一部を改正する法律」が施行され、成年年齢が18歳に引き下げられます。引き下げ後の被害状況を注視しつつ、これに対応した消費者教育・啓発に引き続き取り組みます。

#### 【取組の例】

- 様々な媒体、機会を利用した成年年齢引き下げの周知・啓発
- 学校向け出前講座等の、若年者向け消費者教育の実施

### 2. 地域における消費者被害防止に向けた活動の活性化

消費生活推進員による啓発活動等、地域での主体的活動・交流・見守りを促進し、地域住民の意識向上や知識・情報の普及によって、消費者被害の未然防止を図り、市民の安全・安心な消費生活を推進します。

#### 【取組の例】

- 消費生活推進員等による地域での啓発等、活動の支援・促進
- 地域の消費者被害未然防止・拡大防止のための見守り・啓発の推進

### 3. 脱炭素社会の形成に向けたエシカル消費の普及・啓発

世界的な目標であるSDGsの達成に向け、脱炭素社会（カーボンニュートラル）への注目が高まっています。人や社会・環境に配慮した消費行動「エシカル消費(倫理的消費)」の普及・啓発により、持続可能な社会の形成に向けた消費行動を促します。

#### 【取組の例】

- エシカル消費等に関する講演会や講座の開催
- エシカル消費普及・啓発のための教材の作成

## 令和4年度の主な事業実績

## (1) 成年年齢引き下げに対応した、消費者教育・啓発の充実

事業名	事業概要	令和4年度実績	所管
若年層向け消費者教育事業 (成年年齢引き下げに伴う啓発等)	消費者教育の一環として令和4年4月施行の成年年齢引き下げに伴う注意喚起を行う。	・市内小中学校、高等学校及び特別支援学校等を対象とした成年年齢引き下げにかかる出前講座を実施(8回実施、1,285人参加) ・消費生活総合センターと共同で、横浜市に本拠地を置くプロスポーツチームに協力を仰ぎ、選手に出演いただき悪質商法編と18歳は大人編を制作し、センターHP・Twitterや市営地下鉄・市営バスで動画を公開	経済局消費経済課
啓発用ポスター・リーフレットの配布(若者向け)	悪質商法被害未然防止を図ることを目的に啓発用ポスター・パンフレット等を作成し、市内高等学校、大学等に配布。	・若者向け啓発キャンペーンを中央図書館と共催 ・前年に引き続き「文豪ストレイドッグス」キャンペーンとして描き下ろしイラスト2種でポスター・啓発グッズを制作。センターでの一般への配布は、メルマガとツイッター登録を条件にクリアケースの配布を行った。	消費生活総合センター
専門家・事業者派遣による出前講座	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校、義務教育学校及び高等学校へ派遣し、消費者教育に係る出前講座を実施する。	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校、義務教育学校及び高等学校へ派遣し、消費者教育に係る出前講座を実施(36回実施、3,242名参加)	経済局消費経済課

## (2) 地域における消費者被害防止に向けた活動の活性化

事業名	事業概要	令和4年度実績	所管
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。	区代表者会議の開催、「消費生活推進員活動・見守りハンドブックの作成」「くらしの豆知識」「悪質商法・詐欺撃退カレンダー」等の参考教材や啓発物品の作成、委嘱再任回数の見直し等を実施	経済局消費経済課 推進員制度運用区
地域の担い手養成セミナー No. 17	身近な地域における消費者被害未然防止に向けて、市関係部局と連携しながら、元消費生活推進員などを対象に、日常の地域活動のなかで高齢者の目線に立った、声かけや助言を担える人材として養成。	アウトリーチ型の事業として、主に区役所での消費生活推進員の会議や研修会の場に、センター相談員等が講師として出向き、高齢者の見守りをテーマとした養成講座や情報提供、意見交換等を実施。緑区推進員に対して「高齢者見守り」について訴求(参加者41名)	消費生活総合センター

## (3) 脱炭素社会の形成に向けたエシカル消費の普及・啓発

事業名	事業概要	令和4年度実績	所管
消費者市民社会啓発事業 (エシカル消費) No. 54	消費者市民社会の実現をテーマに講座等を開催し、国の重要消費者施策に係る倫理的消費の普及・促進を図る。	・国際認証ラベルをテーマとした企業向けの講演会の実施及び講演会の内容を収録した動画のリアルタイム配信とアーカイブ配信の実施(開催回数1回、参加人数90人) ・市内小中学校及び放課後児童健全育成事業所等を対象としてエシカル消費をテーマとした出前講座を実施(開催回数8回、参加人数480人)	経済局消費経済課
エシカル消費普及啓発キャンペーン No. 94	エシカル消費を促進するための普及啓発キャンペーンを実施	SNSを活用した企業との協働により市民参加型の普及啓発キャンペーンを実施し、環境配慮型商品の選択・購入(エシカル消費)を呼びかけ。(令和4年11月15日～12月21日開催、商品協賛企業10社)	環境創造局政策課

## SNS、電子公告、インターネット通販等に関する相談状況

検討する事例の選定にあたり、PIO-NET※にて、インターネットを介した取引に関連の深い内容等キーワード：「インターネット通販」、「電子公告」、「SNS」の状況を検索し分析を行った。期間は、「受付年月日」：2022年1月1日～12月31日とし、横浜市消費生活総合センターで受付した内容で絞込を行った。

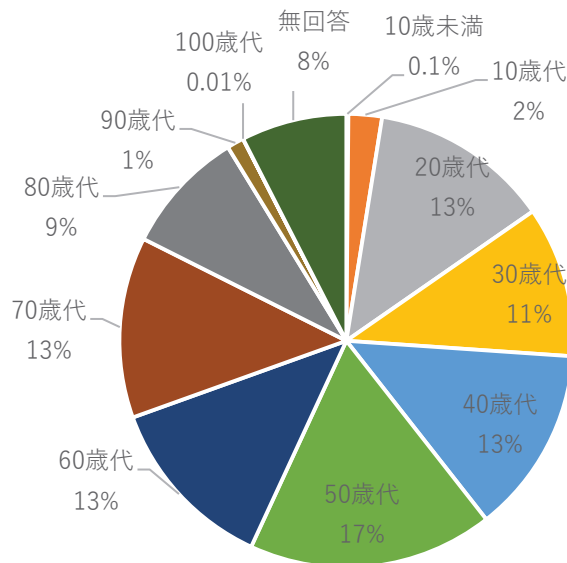
※PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。データベースに登録する際は、相談の内容から関連するキーワードを紐づけて記録する。

### 1. 横浜市消費生活総合センターに寄せられる相談の状況

#### <集計結果>

件数＝14,695

10歳未満	21
10歳代	351
20歳代	1,882
30歳代	1,580
40歳代	1,959
50歳代	2,567
60歳代	1,855
70歳代	1,895
80歳代	1,301
90歳代	178
100歳代	1
無回答	1,105



#### <契約当事者の属性、年代別に多い相談>

##### ①男女比

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代	90歳代	不明	合計
男性	56	634	699	905	1,234	888	856	450	29	91	5,842
女性	67	1,095	967	1,431	1,966	1,206	1,056	523	40	90	8,441
不明・その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	412	412
合計	123	1,729	1,666	2,336	3,200	2,094	1,912	973	69	593	14,695

- ・全体的に女性からの相談が多い、40歳代、50歳代特に多い。

②職業

	10歳未満	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代	90歳代	100歳代	不明	合計
給与生活者	0	24	1,345	1,181	1,303	1,594	698	198	29	2	0	97	6,471
自営・自由	1	1	41	80	132	169	140	80	16	1	0	11	672
家事従事者	0	1	58	168	244	368	376	351	172	16	0	26	1,780
学生	13	317	327	4	2	1	0	0	0	0	0	5	669
無職	4	4	78	97	194	317	537	1,215	1,048	156	1	72	3,723
不明・その他	3	4	33	50	84	118	104	51	36	3	0	894	1,380
合計	21	351	1,882	1,580	1,959	2,567	1,855	1,895	1,301	178	1	1,105	14,695

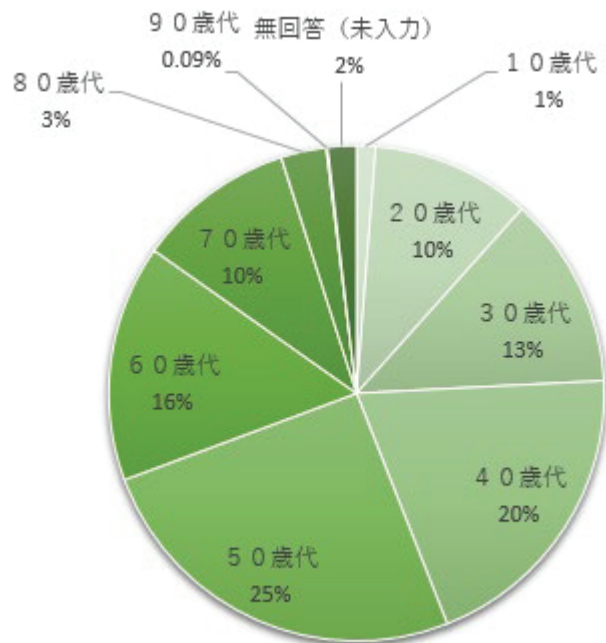
・給与生活者からの相談が多い

2. 「インターネット通販」関連の相談件数 ※SNS、電子公告相談案件も含まれる

<集計結果>

件数=5,140

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



<契約当事者の属性、年代別に多い相談>

①男女比

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

・女性40代、50代の相談件数が多い

## ②職業

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

・給与生活者が全体の過半数を占め、20代～60代に多い。

## ③相談の種類（上位20項目）

順位	商品別分類	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	90代	不明	合計
1	化粧品	8	35	47	148	219	186	120	25	1	7	796
2	娯楽等情報配信サービス	7	46	25	55	78	72	66	16	1	2	368
3	紳士・婦人洋服	6	44	54	76	85	47	11	0	0	2	325
4	他の教養・娯楽	2	8	13	38	40	25	9	2	0	1	138
5	役務その他	1	24	18	32	55	33	50	21	1	10	245
6	健康食品	3	16	21	43	66	45	26	5	1	2	228
7	商品一般	2	18	14	40	29	35	32	8	0	3	181
8	他の教養娯楽品	2	8	13	38	40	25	9	2	0	1	138
9	かばん	0	12	16	30	43	24	6	1	0	2	134
10	履物	0	10	8	33	43	20	6	3	0	1	124
11	家具・寝具	1	18	29	19	29	13	4	1	0	5	119
12	玩具・遊具	1	13	32	27	29	7	0	2	0	0	111
13	パソコン・パソコン関連用品	1	9	14	20	29	17	8	5	0	7	110
14	音響・映像製品	0	11	12	19	20	9	11	3	0	1	86
15	他の金融関連サービス	0	15	8	12	17	11	11	4	0	2	80
16	観覧・鑑賞	1	13	10	13	21	10	5	0	0	1	74
17	教室・講座	0	11	13	18	19	5	4	2	0	0	72
18	空調・冷暖房機器	0	3	13	10	24	11	6	1	0	2	70
19	スポーツ用品	0	2	15	17	19	12	1	0	0	2	68
20	旅行代理業	1	13	10	7	18	8	5	3	0	2	67
	合計	36	329	385	695	923	615	390	104	4	53	3,534

・内容等キーワード「インターネット通販」を含む相談を、商品別分類で集計したもの。

**1位：化粧品**…美容液、ファンデーション、シャンプー、育毛剤、歯磨き粉、マウスウォッシュ等  
 (事例) ネット通販で化粧水を注文したら2回目が届き定期購入と気づいた。解約を申し出たら12回継続が必要と言われた。

## 2位：娯楽等情報配信サービス…アダルトサイト、映像・音楽配信サービス、情報商材等

(事例) アダルトサイトを閲覧していて年齢条件をクリックすると登録されて高額な料金を請求された。

(事例) 有料映像配信サービスを契約し、無料期間中に解約したが、1か月分請求が来た。

## 3位：紳士・婦人洋服…Tシャツ、コート、ジャケット、ズボン、洋服のサブスクリプション等

(事例) ネット通販で洋服を注文したが商品が届かず連絡が取れない。調べたら偽サイトと分かった。

(事例) ネット通販でカシミアのセーターを注文したら海外から薄っぺらい生地 of 粗悪品が届いた。

## 4位：他の教養・娯楽…出会い系サイト、マッチングアプリ、オンラインゲーム、競馬予想サイト等

(事例) マッチングアプリで知り合った人から出会い系サイトを紹介され、連絡先交換のために高額支払い

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

## 5位：役務その他…占いサイト、不用品回収、質問サイト、鍵の開錠、PCウイルス除去、副業等

(事例) スマホの広告に「占い鑑定1週間無料」と出たので会員登録した。鑑定士と名乗る人物から「あなたはオーラがある。必ず宝くじを高額当選させる」と言われ高額な鑑定料を支払った。騙されたと気づいたので返金を求めたい。

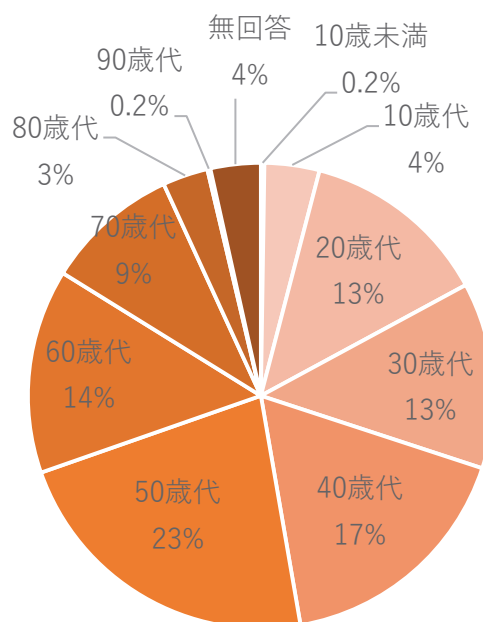
(事例) ネットで見つけた『業界最安値』と書かれた不用品回収業者(鍵開け業者)に来訪を依頼したら、HPに記載の料金とかけ離れた高額な請求をされた。ク・オフできないか。

### 3. 「電子公告」関連の相談件数

#### <集計結果>

件数=5,739

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



<契約当事者の属性、年代別に多い相談>

①男女比

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

・男性よりも女性が多く、50代の方からの相談が多い。

②職業

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

・20代～60代の給与生活者からの相談が多数を占めている。



③相談の種類（上位20項目）

順位	商品別分類	10歳未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	90代	不明	合計
1	化粧品	0	32	37	49	123	201	183	122	31	1	14	793
2	役務その他	0	2	64	46	53	68	54	62	28	1	28	406
3	娯楽等情報配信サービス	2	21	47	26	43	68	64	62	19	2	5	359
4	紳士・婦人洋服	0	8	45	52	73	82	45	12	0	0	4	321
5	他の教養・娯楽	10	72	76	27	28	41	22	11	5	0	4	296
6	健康食品	0	14	14	19	34	62	42	27	8	1	4	225
7	他の教養娯楽品	0	5	11	14	37	37	23	11	0	0	4	142
8	かばん	0	3	13	15	34	40	25	7	2	0	2	141
9	家具・寝具	1	1	20	30	19	30	12	4	1	1	5	124
10	履物	0	2	7	8	32	42	20	4	3	0	5	123
11	パソコン・パソコン関連用品	0	1	12	15	19	25	16	9	6	0	7	110
12	玩具・遊具	0	4	16	31	26	24	6	0	1	0	1	109
13	理美容	0	12	58	19	11	7	0	0	0	0	2	109
14	教室・講座	0	4	20	21	19	27	8	5	1	0	2	107
15	商品一般	1	1	7	8	16	15	20	14	3	0	14	99
16	衛生設備	0	4	24	8	21	15	6	8	8	2	2	98
17	自動車	0	2	17	11	20	25	9	1	2	0	7	94
18	音響・映像製品	0	2	12	14	19	19	9	12	3	0	0	90
19	他の金融関連サービス	0	0	18	14	10	29	9	10	4	0	3	87
20	空調・冷暖房機器	0	0	4	15	14	26	12	5	3	0	2	81
-	合計	14	190	522	442	651	883	585	386	128	8	115	3,914

内容等キーワード「電子公告」を含む相談を、商品別分類で集計したもの。

**1位：化粧品**…美容液、ファンデーション、シャンプー、育毛剤、歯磨き粉、マウスウォッシュ等

**2位：役務その他**…占いサイト、不用品回収、質問サイト、鍵の開錠、PCウイルス除去、副業等

**3位：娯楽等情報配信サービス**…アダルトサイト、映像・音楽配信サービス、情報商材等

**4位：紳士・婦人洋服**…Tシャツ、コート、ジャケット、ズボン、洋服のサブスクリプション等

**5位：他の教養・娯楽**…出会い系サイト、マッチングアプリ、オンラインゲーム、競馬予想サイト等

※相談事例は「インターネット通販」の内容と同傾向であるため省略

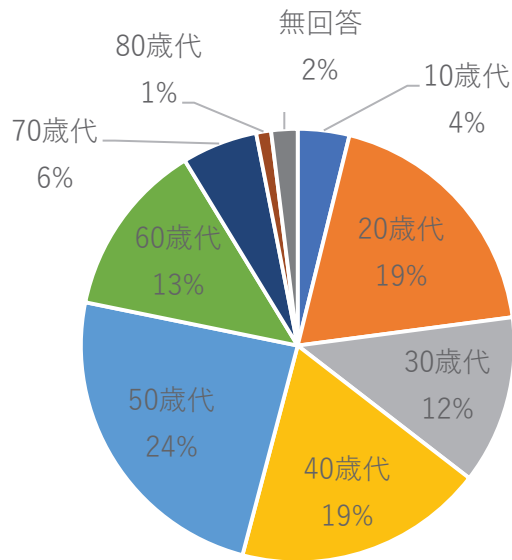


#### 4. 「SNS」関連の相談件数

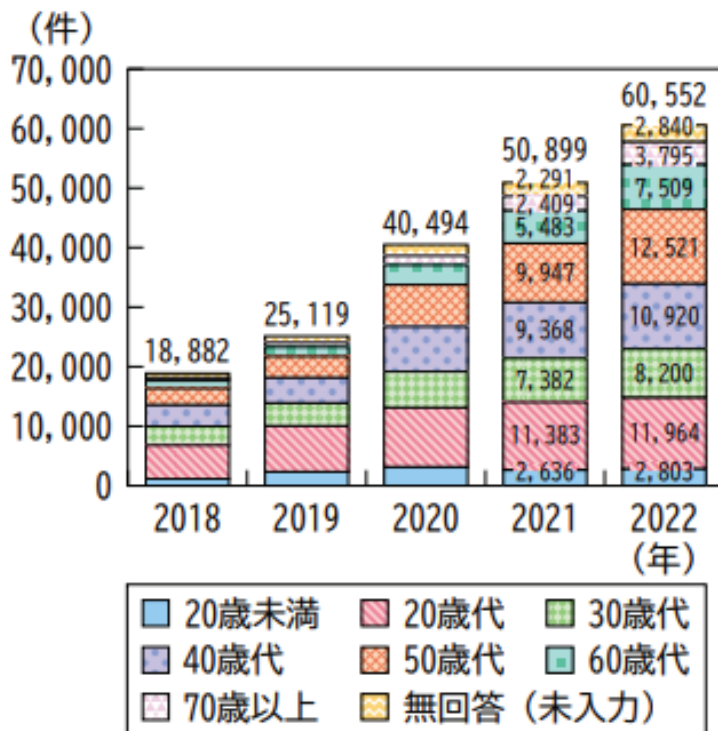
##### <集計結果>

件数=1,170

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



#### 【参考】SNS関連の消費生活相談件数の推移（年齢層別）



（備考）PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2023年3月31日までの登録分）。

【出典】消費者庁「令和5年版消費者白書」図表I-1-4-10

## <契約当事者の属性、年代別に多い相談>

### ①男女比

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

- ・ 男性からの相談よりも、女性からの相談が多い。(男性 33%、女性 67%)  
(センターで受け付けた全相談の男女構成は男性 42.9%、女性 51.2%、残りは団体など)

### ②職業

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

- ・ 20歳代～50歳代の給与生活者からの相談が多数を占めている。  
次いで、10歳代～20歳代は学生、30歳代～70歳代は家事従事者・無職が多い。

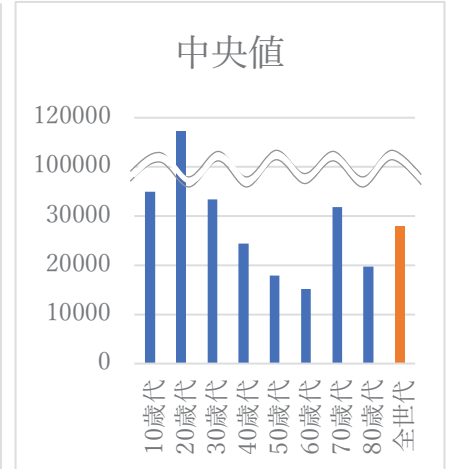
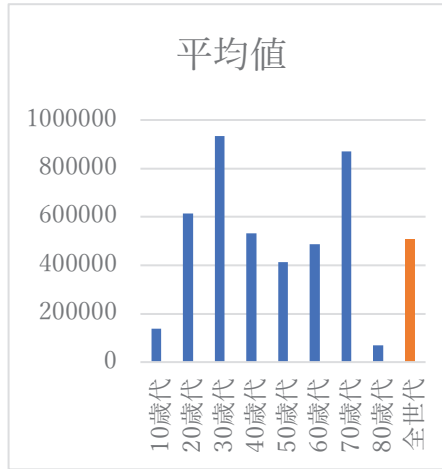
### ③相談の種類

内容等 KW「SNS」が付与された相談を、概要やトラブルの性質ごとに分類し、年代別に集計を行った。  
※PIO-NETの分類がないため、経済局で相談概要をもとに分類したもの。

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

#### ④契約購入金額

年代	平均値	中央値
10 歳代	138,449 円	35,000 円
20 歳代	613,245 円	173,000 円
30 歳代	933,187 円	33,330 円
40 歳代	531,864 円	24,431 円
50 歳代	412,821 円	17,898 円
60 歳代	486,800 円	15,114 円
70 歳代	869,844 円	31,800 円
80 歳代	69,294 円	19,780 円
全世代	506,938 円	28,000 円



#### 【特徴】

##### (1) 10 歳代（定期購入が 1 位）

【属性】男女比：差異なし。職業：学生が 93%

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

【契約金額】世代別平均値は 2 番目に低い、中央値は 2 番目に高い。

【その他特徴】未成年の子供が初回 500 円などの広告を見て定期購入とわからず契約して解約したいという親からの相談が複数ある。

【具体例】未成年の息子がよく読まずに SNS のバナー広告から初回 500 円のシャンプーの定期購入を契約していた。初回のみで解約したい。

##### (2) 20 歳代（副業・儲け話・投資が 1 位）

【属性】男女比：女性が男性の 1.7 倍、職業：給与生活者が 69%

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

【契約金額】平均値 3 番目に高い、中央値 1 番高い。契約金額が高額な「副業・儲け話・投資」による件数が多い。

【その他特徴】SNS 広告や SNS で知り合った人から紹介され FX 自動売買ツール、副業関連の情報商材等を購入したが、まったく儲からなかった、といった相談が見られる。

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

##### (3) 30 歳代（副業・儲け話・投資が 1 位）

【属性】男女比：女性が男性の 2.5 倍、職業：給与生活者が 73%

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

【契約金額】世代別平均値は 1 番高い。世代別中央値は 3 番目の高さとなっている。

※FX 投資に関する案件で 1,570 万円の被害があり、平均値が高くなっている。

【その他特徴】20 代同様、SNS で知り合った人から副業、暗号資産の投資、FX 投資を進められ被害を受けている人が見られる。

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

#### (4) 40 歳代（偽サイト・フィッシング詐欺が 1 位）

【属性】 男女比：女性が男性の 2.3 倍、職業：給与生活者が約 66%

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

【契約金額】 世代別平均値では 4 番目。世代別中央値では 5 番目。

【その他特徴】 SNS で格安サイトを知り、購入したが偽サイトだったという相談が見られる。

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

#### (5) 50 歳代（定期購入が 1 位）

【属性】 男女比：女性が男性の 2.4 倍、職業：給与生活者が 62%、

【件数】 「定期購入」が最多。

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

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

【契約金額】 世代別平均値では 6 番目、世代別中央値では 7 番目。金額は世代間比較では低い値となっている。

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

#### (6) 60 歳代（定期購入が 1 位）

【属性】 男女比：女性が男性の 1.8 倍、職業：給与生活者が 48%

【件数】 「定期購入」が最多、「定期購入」は 60 歳代件数のうち 42%を占め、全世代含めた件数のうち 22%を占めている。

【契約金額】 世代別平均値では 5 番目。世代別中央値では 8 番目と一番低い。

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

#### (7) 70 歳代（定期購入が 1 位）

【属性】 男女比：女性が男性の 1.6 倍、職業：給与生活者が 50%

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

【契約金額】 世代別平均値は 2 番目、世代別中央値は 4 番目

※FX 投資で 4,000 万円の被害にあった相談があるため平均値が高く出ている。

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

**(8) 80 歳代（定期購入が1位）**

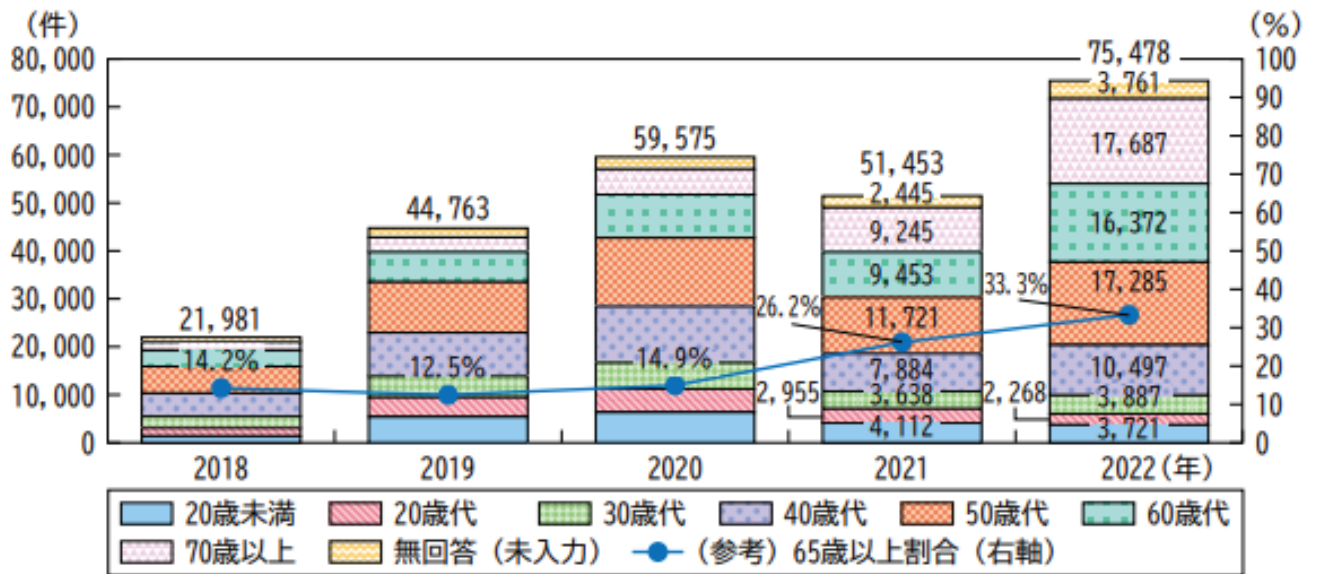
【相談件数】男女比：女性が男性の2.3倍、職業：無職が84%

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

【契約金額】世代別平均値では1番低い、世代別中央値は7番目

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

**【参考】「定期購入」に関する消費生活相談件数の推移（年齢層別）**



- (備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2023年3月31日までの登録分)。  
 2. 通信販売での「定期購入」に関する相談件数。  
 3. 2021年3月までの相談件数は「化粧品」、「健康食品」、「飲料」に関する相談。2021年4以降の相談件数は全商品に関する相談。

【出典】消費者庁「令和5年版 消費生活白書」表I-1-4-7

## 審議の進め方について（案）

### 1. 第2回審議会、統計分析結果の説明

契約当事者の属性（性別・年齢・職業など）の分布、相談の種類・件数

### 2. 第3回審議会・第4回審議会

#### （1）事例の検討

相談の概要、センターの助言内容、結果など

・検討事例の候補

#### （ア）定期購入

選定理由：SNSに関連する相談で50代以降の年代で相談件数1位のため。インターネット通販、電子公告に関連する相談、商品別分類において化粧品等が1位となっており定期購入の相談が多数ある。

相談事例：SNSの広告から1回限りと思い美容クリームを注文したら高額な2回目が届き定期購入だった。返品したいが電話が繋がらない。

#### （イ）副業・儲け話・投資

選定理由：SNSに関連する相談で20代、30代において副業・儲け話・投資が1位となっている。契約金額（被害額）が高く重要性が高いため。

相談事例：SNSで副業セミナーの誘いがあり情報商材を購入した。希望した内容ではなくマルチ取引と知ったので解約・返金して欲しい。

マッチングアプリで知り合った人からFXを一緒にやろうと言われお金を相手に渡した後、連絡が取れなくなった。

#### （ウ）不用品回収・鍵の開錠等

選定理由：電子公告に関連する相談における商品別分類で2番目に件数が多く、当初想定していた料金よりも高額な料金を請求されたなど悪質性が高いため。

相談事例：ネットで見つけた『業界最安値』と書かれた不用品回収業者・鍵開け業者に依頼したら、HPに記載の料金とかけ離れた高額な請求をされた。

#### （2）トラブルの未然防止・事後対応策・啓発方法

- ・消費者はどのようなことに気を付けるべきか、どのような救済方法があるか
- ・各年代への効果的な啓発方法

※事例ごとに未然防止、事後対応策、啓発方法まで検討。第3回で事例1つ検討と2つめの紹介、第4回で残りの事例の検討を予定

### 3. 第5回審議会、総論まとめ





# 令和5年度

## 予算概要



## 経済局

<表紙写真について>

- 1 地域貢献企業の区民まつり出店の様子(上段左) 2 商店街のイベントの様子(上段中央) 3 横浜市場発食材見本市・市場取引の様子(上段右) 4 企業誘致セミナーにおける山中市長のプレゼンテーション (下段左) 5 横浜未来機構大交流会(下段右)

## (5) 安全で快適な消費生活の推進

市民の安全で快適な消費生活を推進するため、消費生活相談体制を強化するとともに、幅広い世代への消費者教育・啓発を実施し、消費者被害の未然防止・拡大防止を図ります。  
また、計量器の定期検査等を実施し、消費者の保護及び事業者の信頼向上に繋がります。

### ① ICT の活用など様々な相談需要に対応した消費生活相談支援

《拡充》消費生活総合センター運営事業 2億7,331万円 (2億5,624万円) 【P54】

横浜市消費生活総合センターでは、デジタルデバイスを活用した相談需要の増加に積極的に対応していくため、**メール相談やチャットボット・FAQなど、ICTを活用した相談体制を強化**します。

また、既存の電話相談においても、IVR（自動音声案内）に最新の相談内容を反映することで、市民の自己解決をサポートします。

加えて、市内に143か所ある地域ケアプラザ等との間で、専用電話回線による相談受付を引き続き実施し、高齢者の方が安心して相談できる環境づくりも進めます。



消費生活総合センターホームページの相談案内

### ② 悪質商法対策を中心とした消費者への啓発

《拡充》消費者教育事業 1,270万円 (1,170万円) 【P54】

消費者被害の未然防止に向け、若年層から高齢者まで、幅広い世代への消費者教育・啓発を実施します。特に、社会的関心の高い**靈感商法を含む、悪質商法に関する啓発や相談窓口の周知**について、市内施設や公共交通機関等への広告掲出など多様な媒体での情報発信を実施します。



市営バスでの広告動画掲出

### ③ 市内事業所の計量器の定期検査

計量検査業務費 2,525万円 (3,047万円) 【P55】

#### ア 計量器（はかり）の定期検査

計量法の規定に基づき、取引又は証明に使用する計量器（はかり）の定期検査（2年に一度）を実施します。

（5年度検査対象 北部8区、検査予定個数 約7,600個）

#### イ 商品量目立入検査

スーパーマーケット等で内容量を表示して販売している生鮮食料品等について、内容量表示と実際の計量値が相違していないかを調べる商品量目立入検査を実施します。



計量器の定期検査の様子





国民生活センター

越境消費者センター

Cross-border Consumer center Japan

サイトマップ >

参考 2



ホーム

ホーム



ご相談受付

ご相談受付



注意喚起

注意喚起



相談事例

相談事例



海外連携機関

海外連携機関



関連サイト

関連サイト



CCJについて

CCJについて  
CCJ-Chatbotについて



よくあるご質問

よくあるご質問  
悪質な海外通販サイトのトラブル対応

海外サイト・海外旅行でのショッピングでトラブルにあわないために

プレスリリース

# メニューを閉じる



## 相談事例



[ホーム](#)

[相談事例一覧](#)

(14) ロマンズ投資詐欺に関する相談

### (14) ロマンズ投資詐欺に関する相談

「出会い系サイトやマッチングアプリ等で出会い、恋愛感情を持った相手から、実態のわからない投資等の海外サイトを紹介され投資したが、出金できなくなった」等の相談が寄せられています。

手口にはパターンがあります。出会った後、すぐに外部のチャットサービスでのやり取りに誘導され、その中で投資を勧められ、出資した後に「出金しようとする」と、手数料等さまざまな名目で追加の支払いを求められ、結局出金できなくなります。

運営会社や投資の運用の実態が確認できないことが多く、マッチングの相手とも連絡がとれなくなるため、投資資金を取り戻すことは極めて困難となります。

手口にあてはまる場合は、それ以上支払わないようにしましょう。投資資金を国内の預金口座等へ振り込んだ場合は、振り込め詐欺救済法に基づく届け出を行きましょう。また、詐欺被害にあったことを警察へ相談し、同種トラブルの拡大防止のために、サイトやアプリの運営会社に情報共有を行きましょう。

#### 相談概要

マッチングアプリで自称外国人経営者という男性と出会った。男性より、アプリを退会するので、無料会話アプリでやり取りしようと言われたので応じた。二人の将来のため、紹介する投資サイトで投資するよう何日か説得され続け、断り切れず投資した。少額を投資したところ利益が出て出金できた。元金が多ければもうけも多いと説得され、銀行や消費者金融から借り入れ投資した。出金しようとしたところ、保証金を支払う必要があると言われ、出金できず、男性とも連絡が途絶えた。

## アドバイス

### (1) 出会い系サイトやマッチングアプリ等で出会った相手の指示で投資するのはやめましょう

ロマンス投資詐欺の手口は以下の通りです。

- 出会い系サイトやマッチングアプリ等で、外国人等を名乗る相手とマッチングが成立
- 他のサービスでやり取りしようと誘われる
- 投資を勧められる
- 指示通り送金する
- 投資サイト上で利益が出ているように表示される
- さらに高額投資するよう勧められる
- さまざまな名目で入金を要求され、出金できない
- マッチングの相手、投資サイト運営事業者と連絡がとれなくなる

このような手口で紹介された投資サイトは、事業者情報や利用規約の表示がなく、実態がつかめないことが多くなっています。また、金融商品取引法（注1）、資金決済法（注2）に基づく登録を行っていないことが多くなっています。

さらに、投資資金の送金方法については、暗号資産での送金や、金融機関への振り込みを指示されるケースがあります。暗号資産の場合は資金の流れを追うのが難しく、金融機関への振り込みの場合は、振込先として金融機関の個人名義の口座を指定される等、資金の流れが不透明なケースが見られます。このような手口にピンときたら、それ以上支払わないようにしましょう。

[\(注1\) 免許・許可・登録等を受けている業者一覧 \(金融庁：外部リンク\)](#)

[\(注2\) 暗号資産交換業者登録一覧 \(金融庁：外部リンク\)](#)

### (2) 出会い系サイトやマッチングアプリ等は、ルールに従って利用しましょう

出会い系サイトやマッチングアプリ等の利用規約では物やサービスの勧誘行為を禁止していたり、外部サイト・外部サービスへ誘導する行為を禁止している場合があります。これらの運営事業者の中には、ユーザー間のやり取りをモニタリングする等してトラブルの未然防止に取り組んでいる事業者もありますが、外部のサービス上でのやり取りには、モニタリング機能が働きません。

事前に規約や注意事項をよく読み、禁止行為や疑わしい行為を持ち掛けてくる相手とはやり取りを行わないようにしましょう。また自身も禁止行為をしないようにするだけでなく、そうした行為を受けたことをサイトやアプリの運営会社に報告しましょう。

---

**国民生活センターでは、詐欺的な投資に関するトラブルに関して注意喚起を行っています。**

[詐欺的な投資勧誘トラブル \(国民生活センター：外部リンク\)](#)

[ロマンス投資詐欺が増加しています！－その出会い、仕組みれていませんか？－（国民生活センター：外部リンク）](#)

ここに掲載する相談事例は、当時の法令や社会状況に基づき、一つの参考事例として掲載するものです。同じようなトラブルであっても、個々の契約等の状況や問題発生の時期等が異なれば、対応策も違ってきます。

[相談事例一覧に戻る](#)

[このページの先頭へ](#)

[▶ ホーム](#)

[▶ ご相談受付](#)

[▶ 注意喚起](#)

[▶ 相談事例](#)

[▶ 海外連携機関](#)

[▶ 関連サイト](#)

[▶ CCJについて](#)

[▶ CCJ-Chatbotについて](#)

[▶ よくあるご質問](#)

[▶ 悪質な海外通販サイトのトラブル対応](#)

[▶ 海外サイト・海外旅行でのショッピングでトラブルにあわないために](#)

[▶ プレスリリース](#)

[▶ サイトマップ](#)

## 令和3年度 消費生活相談の動向



令和4年8月発行

横浜市消費生活総合センター

## 目次

1. 相談の受付状況 .....	1
2. 特殊販売に係る相談件数、契約者の概要 .....	3
3. 危害・危険の相談.....	5
4. 処理結果・解決内容 .....	6
5. 救済金額.....	7
6. 市内 18 区の相談件数 .....	8
7. 市内 18 区の若者層および高齢者層の相談件数.....	9

### 【本資料について】

この統計は、横浜市消費生活総合センターが令和3年度に受け付けた相談15,876件のうち、メール及び電話自動応答システムによる受付を除く相談件数14,539件の情報を、国民生活センターが所管するPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム：各地の消費生活センター及び国民生活センターが受け付けた相談情報を蓄積したデータベース）を用いて分析し、まとめたものである。

- ・統計内の「年齢」は、特別な記載がない限り、契約当事者の年齢を基準にしている。
- ・統計内の数値は令和4年7月時点のものである。
- ・各表/グラフにおける区分毎の各割合（%）の数値は、小数点第2位で四捨五入しているため、区分毎の割合の合計は100%にならない場合がある。
- ・資料内の市内人口は、「横浜市統計ポータルサイト」の令和4年3月時点の統計値より引用している。

横浜市統計ポータルサイトURL

<https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/yokohamashi/tokei-chosa/portal/>

# 1. 相談の受付状況

消費者苦情が発生している苦情相談と、消費者苦情が発生していない買い物相談などの問合せの件数で分類している。

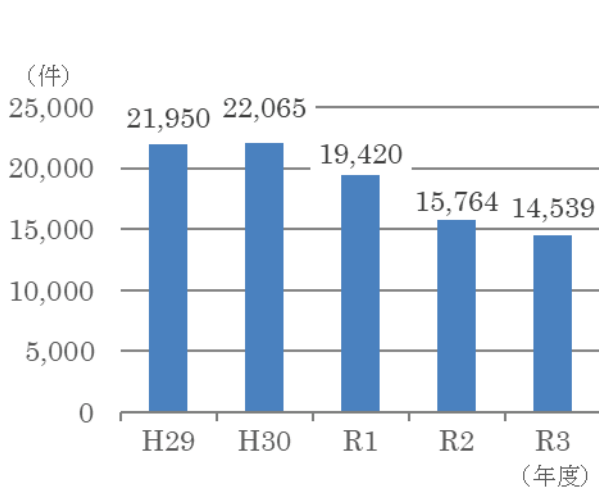
【表 1】 相談種別ごとの受付件数

(単位：件)

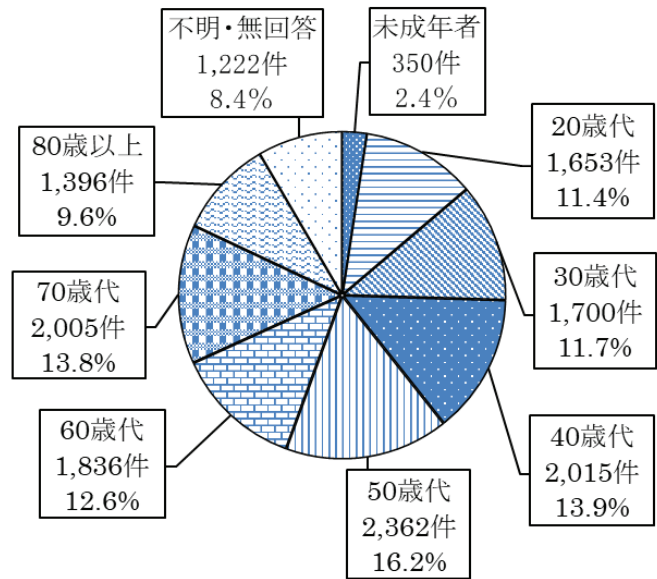
区分	令和3年度		令和2年度		増▲減【対前年度増減率】	
	件数	割合	件数	割合	増▲減	増▲減率
苦情相談	13,852	95.3%	14,938	94.8%	▲1,086	▲7.3%
問合せ	687	4.7%	826	5.2%	▲139	▲16.8%
計	14,539	100.0%	15,764	100.0%	▲1,225	▲7.8%
相談電話音声ガイダンス	763	57.1%	310	29.4%	453	146.1%
メール相談	574	42.9%	745	70.6%	▲171	▲23.0%
計	1,337	100.0%	1,055	100.0%	282	26.7%
合計	15,876	—	16,819	—	▲943	▲5.6%

※電話の自動音声応答…IVR 電話システムの受付項目「注文した覚えのない商品の対処法」「事業者・家族相隣・労働」に関する相談で、ガイダンスに納得したため電話相談までには至らず解決したとみなしたものを。

【表 2】 年度別相談件数の推移



【表 3】 契約者年代別件数



【表 4】 月ごと相談件数の推移

(単位：件)

年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
令和3年度	1,275	1,023	1,232	1,103	1,200	1,275	1,305	1,273	1,220	1,248	1,136	1,249	14,539
令和2年度	1,336	1,123	1,677	1,413	1,380	1,309	1,480	1,258	1,279	1,188	1,111	1,210	15,764

【表 5】相談受付方法

(単位：件)

区 分	令和 3 年度		令和 2 年度		増▲減【対前年度増減率】	
	件数	割合	件数	割合	増▲減	増▲減率
電 話	14,319	98.5%	15,583	98.9%	▲1,264	▲8.1%
来 所	220	1.5%	181	1.1%	39	21.5%
計	14,539	100.0%	15,764	100.0%	▲1,225	▲7.8%

【表 6】曜日別相談受付件数

(単位：件)

区 分	令和 3 年度		令和 2 年度		増▲減【対前年度増減率】	
	件数	割合	件数	割合	増▲減	増▲減率
平 日	13,004	89.4%	13,893	88.1%	▲889	▲6.4%
土・日	1,535	10.6%	1,871	11.9%	▲336	▲18.0%
計	14,539	100.0%	15,764	100.0%	▲1,225	▲7.8%

【表 7】契約者性別等件数

(単位：件)

区 分	令和 3 年度		令和 2 年度		増▲減【対前年度増減率】	
	件数	割合	件数	割合	増▲減	増▲減率
女 性	7,442	51.2%	8,100	51.4%	▲658	▲8.1%
男 性	6,232	42.9%	6,763	42.9%	▲531	▲7.9%
団 体	471	3.2%	430	2.7%	41	9.5%
不 明	394	2.7%	471	3.0%	▲77	▲16.3%
計	14,539	100.0%	15,764	100.0%	▲1,225	▲7.8%

【表 8】相談の上位 10 品目 商品・役務別件数

(単位：件)

順位	商品・役務名	令和 3 年度		令和 2 年度		増▲減【対前年度増減率】	
		件数	割合	件数	割合	増▲減	増▲減率
1	商品一般	896	6.2%	② 1,131	7.2%	▲235	▲20.8%
2	不動産貸借	802	5.5%	④ 744	4.7%	58	7.8%
3	工事・建築	759	5.2%	⑤ 664	4.2%	95	14.3%
4	役務その他サービス	466	3.2%	⑥ 455	2.9%	11	2.4%
5	健康食品	372	2.6%	③ 963	6.1%	▲591	▲61.4%
6	修理サービス	347	2.4%	⑩ 285	1.8%	62	21.8%
7	携帯電話サービス	337	2.3%	⑨ 368	2.3%	▲31	▲8.4%
8	インターネット接続回線	316	2.2%	⑧ 396	2.5%	▲80	▲20.2%
9	基礎化粧品	246	1.7%	⑪ 264	1.7%	▲18	▲6.8%
10	電気	237	1.6%	⑫ 167	1.1%	70	41.9%
	そ の 他	9,761	67.1%	10,327	65.5%	▲566	▲5.5%
	計	14,539	100.0%	15,764	100.0%	▲1,225	▲7.8%



【表 9】年代別上位 5 品目 商品・役務別件数

(単位：件)

順位	未成年者	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上
1	インターネット ゲーム 71	不動産貸借 159	不動産貸借 190	不動産貸借 138	商品一般 115	商品一般 133	商品一般 177	工事・建築 175
2	他の化粧品 36	エステサービス 97	商品一般 54	商品一般 108	不動産貸借 104	工事・建築 115	工事・建築 159	商品一般 84
3	健康食品 21	他の娯楽等情報 配信サービス 69	工事・建築 54	工事・建築 79	工事・建築 96	役務その他 サービス 73	役務その他 サービス 95	修理サービス 62
4	商品一般 18	電気 59	修理サービス 51	健康食品 69	健康食品 77	携帯電話 サービス 57	携帯電話 サービス 78	役務その他 サービス 61
5	アダルト情報 16	異性交際関連 サービス 53	インターネット 接続回線 39	修理サービス 48	携帯電話 サービス 63	不動産貸借 50	アダルト情報 61	新聞 52

※令和3年4月から分類・キーワードが改訂され「デジタルコンテンツ」が廃止となったため、これまで「デジタルコンテンツ」に含まれていた「アダルト情報サイト(現:アダルト情報)」「オンラインゲーム(現:インターネットゲーム)」等の集計を変更しています。

【国民生活センターの商品・役務別分類】

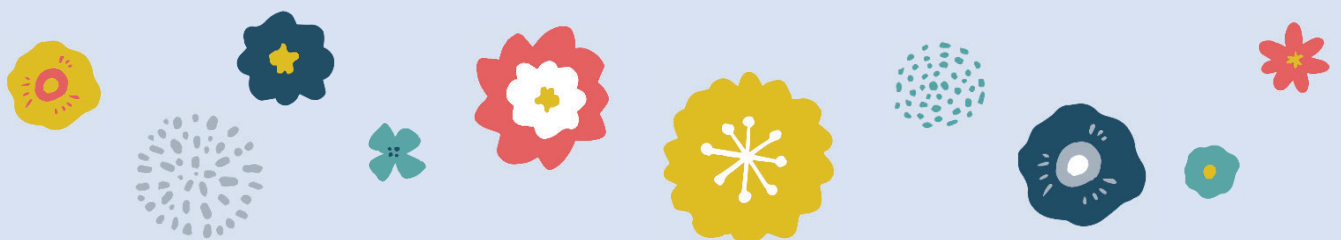
商品一般・・・商品の特定が出来ない相談や、身に覚えのない架空請求等に関するもの

役務その他サービス・・・サービス業のうち「金融・保険」「運輸・通信」「教育」「教養・娯楽」「保健・福祉」「外食・食事宅配」「冠婚葬祭」「家事」などのサービスに該当しない役務に関するもの

基礎化粧品・・・「化粧水」「乳液」「化粧クリーム」「パック」等に関するもの

他の化粧品・・・「化粧石鹸」「歯みがき粉」「マニキュア」「脱毛剤」等に関するもの

他の娯楽等情報配信サービス・・・副業関連の情報商材等コンテンツ配信サービスに関するもの



## 2. 特殊販売に係る相談件数、契約者の概要

【表 10】販売購入形態別相談件数

(単位：件)

区 分	令和3年度		令和2年度		増▲減	【対前年度増減率】
	件数	割合	件数	割合		
通信販売	5,555	65.9%	6,344	71.3%	▲ 789	▲ 12.4%
訪問販売	1,955	23.2%	1,660	18.7%	295	17.8%
家庭訪販	<u>1,672</u>	<u>19.8%</u>	<u>1,422</u>	<u>16.0%</u>	<u>250</u>	<u>17.6%</u>
アポイントメントセールス	<u>54</u>	<u>0.6%</u>	<u>41</u>	<u>0.5%</u>	<u>13</u>	<u>31.7%</u>
キャッチセールス	<u>9</u>	<u>0.1%</u>	<u>4</u>	<u>0.0%</u>	<u>5</u>	<u>125.0%</u>
S F 商法	<u>4</u>	<u>0.0%</u>	<u>6</u>	<u>0.1%</u>	<u>▲ 2</u>	<u>▲ 33.3%</u>
その他	<u>216</u>	<u>2.6%</u>	<u>187</u>	<u>2.1%</u>	<u>29</u>	<u>15.5%</u>
電話勧誘販売	568	6.7%	507	5.7%	61	12.0%
マルチ・マルチまがい	121	1.4%	127	1.4%	▲ 6	▲ 4.7%
その他無店舗販売	69	0.8%	65	0.7%	4	6.2%
訪問購入	127	1.5%	118	1.3%	9	7.6%
ネガティブ・オプション	34	0.4%	75	0.8%	▲ 41	▲ 54.7%
計	8,429	100.0%	8,896	100.0%	▲ 467	▲ 5.2%

注1 下線は訪問販売の内数

【表 11】販売購入形態・契約者年代別件数

(単位：件)

区 分	未成年者	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	不明	計
通信販売	257	585	701	933	1,106	789	650	257	277	5,555
訪問販売	18	229	193	175	195	239	360	439	107	1,955
電話勧誘販売	3	62	37	49	105	76	85	84	67	568
マルチ・マルチまがい	0	74	10	10	8	8	5	5	1	121
訪問購入	0	5	4	8	16	18	36	39	1	127
その他無店舗	0	8	9	11	14	6	10	7	4	69
ネガティブ・オプション	1	0	2	5	5	4	9	3	5	34
計	279	963	956	1,191	1,449	1,140	1,155	834	462	8,429

\*参考 特殊販売の定義

通信販売	電話、郵便、インターネットなどの通信手段を使って契約をする販売方法
家庭訪販	事業者が自宅を訪れて契約させる販売方法
アポイントメントセールス	販売意図を明らかにせず、電話等で呼び出し契約させる販売方法
キャッチセールス	通行人を呼び止め、営業所や飲食店等で契約させる販売方法
S F 商法(催眠商法)	会場や短期間の店舗で廉価な商品の販売や無料で商品をプレゼントすると言って人を集め、巧みな話術で高額な商品を売りつける販売方法
電話勧誘販売	事業者が消費者に電話をかけ、電話で契約・申込をさせる販売方法
マルチ・マルチまがい商法	連鎖販売取引。販売組織の加入者が消費者を組織に加入させ、さらに次の人へというように、組織をピラミッド式に拡大していく販売方法。形式的に類似したものを「まがい」と言う。
その他無店舗販売	展示会場や露店等で行う販売方法
訪問購入	販売業者が、消費者の自宅等において売買契約を締結して物品等を購入すること。
ネガティブ・オプション	商品を一方的に送りつけ、代金を請求する販売方法

### 3. 危害・危険の相談

商品・役務サービスにより身体に害を負ったものを『危害』、身体および財産に害を及ぼす恐れのあるものを『危険』と分類している。

(単位：件)

【表 12】 危害・危険の相談件数

区 分	令和 3 年度		令和 2 年度		増▲減	【対前年度増減率】
	件数	割合	件数	割合		
危 害	203	79.0%	251	85.4%	▲ 48	▲ 19.1%
危 険	54	21.0%	43	14.6%	11	25.6%
計	257	100.0%	294	100.0%	▲ 37	▲ 12.6%

【表 13】 危害相談に多い商品・役務

(単位：件)

順位	商品・役務名	令和 3 年度		令和 2 年度		増▲減	【対前年度増減率】
		件数	割合	件数	割合		
1	化粧品	47	23.2%	39	15.5%	8	20.5%
2	医療	36	17.7%	32	12.7%	4	12.5%
3	理美容	15	7.4%	14	5.6%	1	7.1%
4	健康食品	14	6.9%	68	27.1%	▲ 54	▲ 79.4%
5	商品一般	6	3.0%	7	2.8%	▲ 1	▲ 14.3%
	菓子類	6	3.0%	2	0.8%	4	200.0%
	健康関連サービス※	6	3.0%	—	—	—	—
	外食・食事宅配	6	3.0%	4	1.6%	2	50.0%
その他		67	33.0%	85	33.9%	▲ 18	▲ 21.2%
計		203	100.0%	251	100.0%	▲ 48	▲ 19.1%

※健康関連サービス・・・健康にまつわるサービスで、資格を持たずに施術するもの（令和3年4月より新設）

【表 14】 危険相談に多い商品・役務

(単位：件)

順位	商品・役務名	令和 3 年度		令和 2 年度		増▲減	【対前年度増減率】
		件数	割合	件数	割合		
1	空調・冷暖房機器	7	13.0%	3	7.0%	4	133.3%
2	自動車	6	11.1%	4	9.3%	2	50.0%
3	調理食品	4	7.4%	1	2.3%	3	300.0%
	食生活機器	4	7.4%	3	7.0%	1	33.3%
	自転車・用品	4	7.4%	2	4.7%	2	100.0%
その他		29	53.7%	30	69.8%	▲ 1	▲ 3.3%
計		54	100.0%	43	100.0%	11	25.6%

商品（製品）が原因で身体または財産に拡大して損害が生じたもの

【表 15】 拡大損害

(単位：件)

区 分	令和 3 年度	令和 2 年度	増▲減	【対前年度増減率】
拡大損害	149	187	▲ 38	▲ 20.3%

## 4. 処理結果・解決内容

【表 16】 処理結果と解決内容

(単位：件)

区 分	令和 3 年度		令和 2 年度		増▲減	【対前年度増減率】
	件数	割合	件数	割合		
助言(自主交渉)	11,067	76.1%	11,921	75.6%	▲ 854	▲ 7.2%
情報提供	2,207	15.2%	2,549	16.2%	▲ 342	▲ 13.4%
あっせん解決	763	5.2%	743	4.7%	20	2.7%
他機関紹介	54	0.4%	67	0.4%	▲ 13	▲ 19.4%
処理不要	61	0.4%	125	0.8%	▲ 64	▲ 51.2%
処理不能	46	0.3%	41	0.3%	5	12.2%
あっせん不調	79	0.5%	83	0.5%	▲ 4	▲ 4.8%
処理中	262	1.8%	235	1.5%	27	11.5%
計	14,539	100.0%	15,764	100.0%	▲ 1,225	▲ 7.8%

注 1 各年度終了時現在

注 2 過年度に受け付けた相談も含めたあっせん解決件数は 846 件

解決内容では、上記、処理結果の区分のうち、「あっせん解決」と「助言（自主交渉）」を対象とする。「あっせん解決」についてはすべて、「助言（自主交渉）」については交渉により解決しかつ内容が判明したものを集計している。（1 件の相談で解決内容の区分が複数になる場合がある。）

【表 17】 解決内容

(単位：件)

区 分	令和 3 年度		令和 2 年度		増▲減	【対前年度増減率】
	件数	割合	件数	割合		
全面解約・取消	1,188	52.0%	1,081	49.5%	107	9.9%
返金	437	19.1%	363	16.6%	74	20.4%
契約通り履行	134	5.9%	168	7.7%	▲ 34	▲ 20.2%
一部解約・取消	59	2.6%	54	2.5%	5	9.3%
交換・代替品	18	0.8%	34	1.6%	▲ 16	▲ 47.1%
修理・補修	19	0.8%	16	0.7%	3	18.8%
損害賠償・治療費	9	0.4%	13	0.6%	▲ 4	▲ 30.8%
解決・見舞金	6	0.3%	3	0.1%	3	100.0%
その他	416	18.2%	453	20.7%	▲ 37	▲ 8.2%
計	2,286	100.0%	2,185	100.0%	101	4.6%

注 1 各年度終了時現在

## 5. 救済金額

被害の未然防止やその回復が図られた金額

【表 18】 救済金額

(単位：万円、件)

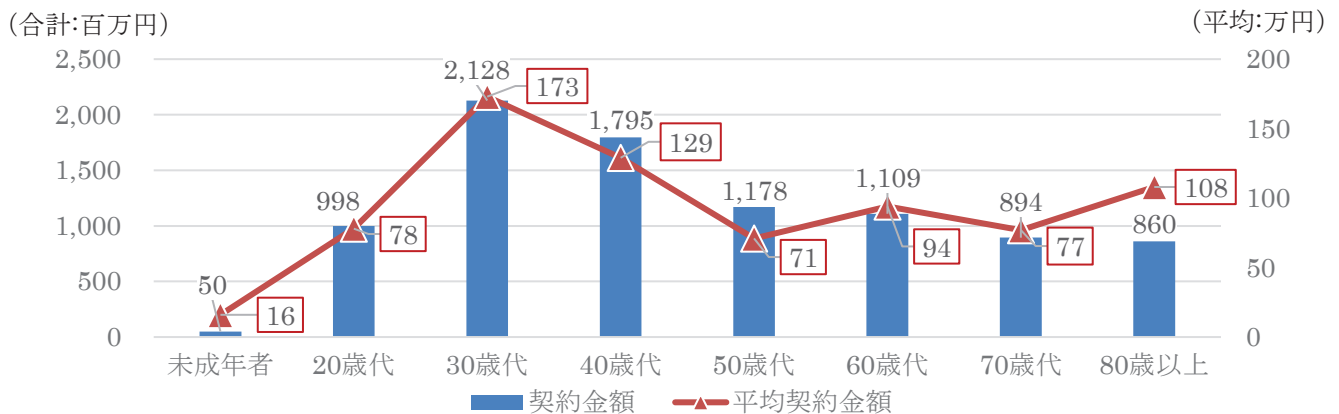
区 分	令和 3 年度		令和 2 年度	
	金額	件数	金額	件数
合計契約金額	97 億 3292 万円	9,521	92 億 9563 万円	9,739
合計支払金額	34 億 9881 万円	4,330	32 億 2336 万円	4,691
合計救済金額	7 億 4913 万円	1,623	9 億 7182 万円	1,450
回復額	3 億 5034 万円	838	6 億 1476 万円	740
回復額 (クーリング・オフ額)	2 億 9281 万円	464	2 億 37 万円	322
未然防止額	1 億 0598 万円	321	1 億 5669 万円	388

注 1 回復額：センターに相談した結果、既に契約・申込してしまった金額の全部又は一部が相談者に返金された、または、支払いを免除された金額

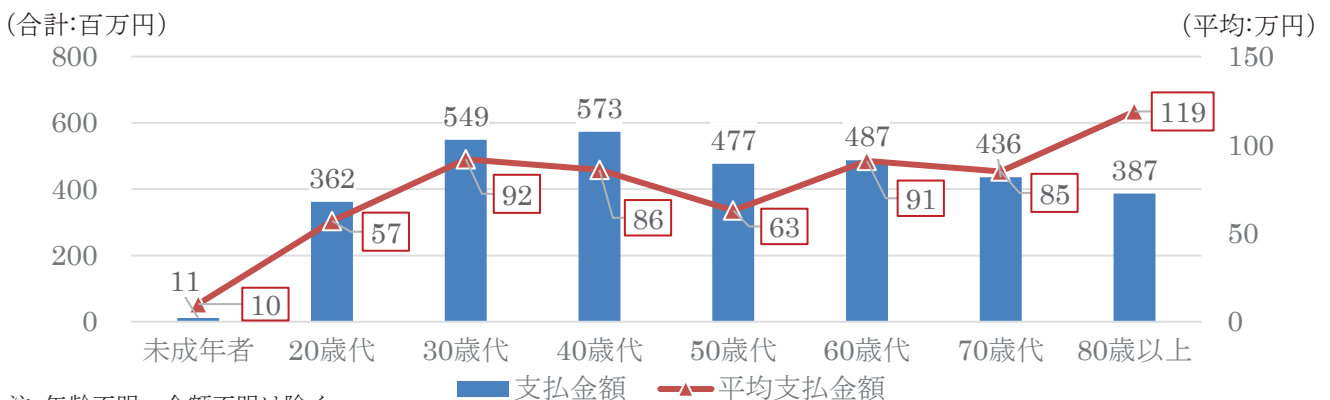
注 2 回復額（クーリング・オフ額）：センターに相談した結果、クーリング・オフを根拠に返金、解約・取消された金額（法律に基づくものだけでなく、業界や事業者が自主的に実施したものを含む。また、相談者から「クーリング・オフを実施する」意思を相談員が確認できた場合も含む）

注 3 未然防止額：契約・申込をする前にセンターに相談した結果、相談者が当該契約を締結せず、支払わずに済んだ金額（「架空請求」や「ワンクリック請求」に関するものを含む）

【図 1】 年代別の契約金額と平均契約金額



【図 2】 年代別の支払金額と平均支払金額



注 年齢不明、金額不明は除く

## 6. 市内 18 区の相談件数

令和 3 年度の相談について、区民 1,000 人当たりの相談人数で各区比較してみると、区によってばらつきがみられるが、大きな差とはならなかった。最大の区 1,000 人当たり 4.44 人に対し最小の区は 3.00 人となり差は 1.44 人であった。センターが所在する港南区やその近隣である南区、磯子区の相談人数が多い傾向が続いている。【表 19】参照

【表 19】18 区の相談件数と区民 1,000 人当たりの相談人数（令和 3 年度）

順位	区名	区民 1,000 人当たりの相談人数(人)	相談件数(件)		区内人口(人)	
全区平均 (その他・不明を除く)		3.65	順位	756	順位	208,408
1	南	4.44	7	882	10	198,802
2	港南	4.22	5	905	7	214,508
3	中	3.84	13	583	15	151,984
4	磯子	3.82	12	639	13	167,081
5	栄	3.81	16	460	17	120,776
6	保土ヶ谷	3.77	9	767	9	203,493
6	青葉	3.77	2	1,168	2	309,686
8	戸塚	3.75	3	1,057	4	282,220
9	旭	3.73	4	912	5	244,419
10	西	3.72	18	385	18	103,570
10	金沢	3.72	10	728	11	195,527
12	瀬谷	3.67	17	448	16	122,206
13	神奈川	3.60	8	871	6	242,167
14	泉	3.41	15	520	14	152,463
15	港北	3.34	1	1,176	1	352,113
16	都筑	3.10	11	664	8	214,427
17	鶴見	3.04	6	894	3	294,081
18	緑	3.00	14	545	12	181,821
小計		-	-	13,604	-	3,751,344
その他・不明		-	-	935	-	-
計		-	-	14,539	-	-
相談電話音声ガイダンス				763	-	-
メール相談				574		
計		-	-	1,337	-	-
合計		-	-	15,876	-	-

注 1 横浜市統計ポータルサイトの令和 4 年 3 月時点（住民基本台帳による）の統計値より引用。

注 2 相談者が匿名の場合など居住区の聞き取りが困難な為、その他・不明に分類。

注 3 相談電話音声ガイダンス・・・IVR 電話システムの受付項目「注文した覚えのない商品の対処法」「事業者・家族相隣・労働」に関する相談で、ガイダンスに納得したため電話相談までには至らず解決したとみなしたものを。

## 7. 市内 18 区の若者層および高齢者層の相談件数

市内 18 区の若者層および高齢者層の相談件数でみると、未成年者の 1 位は青葉区で 34 件、20 歳代の 1 位は港北区で 175 件となっている。他方 60 歳代の 1 位は青葉区で 158 件、70 歳代では戸塚区で 197 件、80 歳以上では旭区で 131 件である。

また、区民 1,000 人当たりの相談人数でみると、若者層・高齢者層ともに前年度に比べ減少した。(令和 2 年度全区平均：未成年者 0.70 人、20 歳代 4.12 人、60 歳代 4.86 人、70 歳代 4.60 人、80 歳以上 4.25 人)。(【表 20】【表 21】参照)

【表 20】 18 区の若者と高齢者の相談件数 (令和 3 年度)

※赤線 — …全区平均件数

順位	若者層				高齢者層					
	未成年者		20 歳代		60 歳代		70 歳代		80 歳以上	
	区名	件数	区名	件数	区名	件数	区名	件数	区名	件数
全区平均	-	19	-	88	-	100	-	108	-	74
1	青葉	34	港北	175	青葉	158	戸塚	197	旭	131
2	戸塚	27	神奈川	148	港南	147	旭	168	港南	115
3	鶴見	23	鶴見	131	戸塚	139	青葉	162	港北	108
4	金沢	22	青葉	125	南	133	港南	158	戸塚	107
5	緑	22	戸塚	113	港北	133	港北	136	保土ヶ谷	83
6	旭	21	保土ヶ谷	105	旭	127	南	134	青葉	80
7	港南	20	南	102	鶴見	121	金沢	125	金沢	79
8	神奈川	19	港南	84	神奈川	104	磯子	114	磯子	78
9	港北	19	旭	79	金沢	100	神奈川	97	南	76
10	都筑	18	金沢	79	保土ヶ谷	90	保土ヶ谷	97	鶴見	72
11	保土ヶ谷	17	磯子	72	都筑	88	鶴見	90	栄	70
12	瀬谷	17	都筑	70	磯子	84	泉	83	泉	63
13	中	15	中	60	中	81	栄	81	神奈川	59
14	南	14	泉	58	緑	71	都筑	73	瀬谷	55
15	栄	14	緑	54	泉	63	中	69	緑	53
16	磯子	12	西	49	瀬谷	61	緑	69	都筑	45
17	西	11	瀬谷	49	栄	56	瀬谷	61	中	39
18	泉	11	栄	38	西	42	西	33	西	26

【表 21】 18 区の若者と高齢者の区民 1,000 人当たりの相談人数 上位 5 位 (令和 3 年度)

順位	未成年者(人)		20 歳代(人)		60 歳代(人)		70 歳代(人)		80 歳以上(人)	
全区平均	-	0.58	-	3.81	-	4.44	-	4.46	-	4.23
1	瀬谷	0.85	神奈川	4.54	港南	6.01	戸塚	5.87	港南	5.31
2	西	0.74	保土ヶ谷	4.42	南	5.79	港南	5.56	栄	5.26
3	中	0.73	磯子	4.37	戸塚	4.71	南	5.45	旭	4.99
4	金沢	0.73	南	4.23	瀬谷	4.67	磯子	5.35	磯子	4.95
5	栄	0.73	金沢	4.14	青葉	4.57	旭	5.20	港北	4.68