

第15次第2回横浜市消費生活審議会

議事次第

令和7年7月4日（金）午前10時00分から午後0時00分
横浜市役所18階共用会議室 なみき19

1 開 会

2 議 題

- (1) 会議録確認者の選出について
- (2) 令和7年度「横浜市消費者教育推進計画」の策定について
- (3) 「横浜市消費者教育推進の方向性」の振り返りについて
- (4) 「横浜市消費者教育推進の方向性」の見直しについて

3 閉 会

【資料】

- 資料1 第15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7年度「横浜市消費者教育推進計画」
- 資料2-3 令和7年度重点取組事項該当事業について
- 資料2-4 令和6年度重点取組事項該当事業実績について
- 資料3 横浜市消費者教育推進の方向性(平成27年9月)の振り返り
- 資料4-1 消費者基本計画（概要版）
- 資料4-2 改訂版 横浜市消費者教育推進の方向性における「方向性の柱」（案）
- 資料5-1 ヨコハマeアンケートについて
- 資料5-2 令和4年度実施アンケート（消費生活に関するアンケート）結果
- 資料5-3 ヨコハマeアンケート設問案

第15次横浜市消費生活審議会委員名簿

令和7年5月1日現在

No.	委員氏名	所 属	備 考
1	あまの まさお 天野 正男	神奈川県弁護士会	学識経験者 会長
2	おの ひとし 小野 仁司	神奈川県弁護士会	学識経験者 被害救済部会委員
3	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	学識経験者 副会長
4	こさか きよみ 小坂 清美	横浜市生活協同組合運営協議会	消費者代表
5	しみず ゆりこ 清水 百合子	横浜市消費者団体連絡会	消費者代表
6	しろた たかこ 城田 孝子	神奈川県弁護士会	学識経験者 被害救済部会委員
7	ながい じゅんじ 永井 淳二	横浜商工会議所	事業者代表
8	なかじま さつき 中島 さつき	横浜市消費生活推進員 戸塚区代表	消費者代表 被害救済部会委員
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	事業者代表 被害救済部会委員
10	ふくしま しげひろ 福島 成洋	明治学院大学法学部 准教授	学識経験者

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、府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する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。

裏面あり

3 計画策定の流れ

【今後のスケジュール】

①	7月(今回)	第2回審議会で、令和7年度の「横浜市消費者教育推進計画」の策定を報告
②	11～12月頃 (次回)	第3回審議会にて、令和8年度計画策定に向けた意見交換
③	12～1月頃	消費者教育推進庁内連絡会議にて、審議会からの意見を各区局に報告 各所管で事業計画の作成、予算要求
④	1月～3月	令和8年度計画案の作成・府内調整
		本市令和8年度予算の確定
⑤	～4月	令和8年度「横浜市消費者教育推進計画」の策定

<参考>令和7年度計画策定までの経過

- (1) 令和6年5月 第14次第5回審議会にて、令和6年度計画の策定報告
- (2) 令和6年9月 第14次第6回審議会にて、令和7年度計画策定に向けた意見交換
- (3) 令和6年12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
- (4) 令和7年1月～ 令和7年度計画案の作成・調整等
- (5) 令和7年4月 令和7年度「横浜市消費者教育推進計画」策定

令和 7 年度横浜市消費者教育推進計画

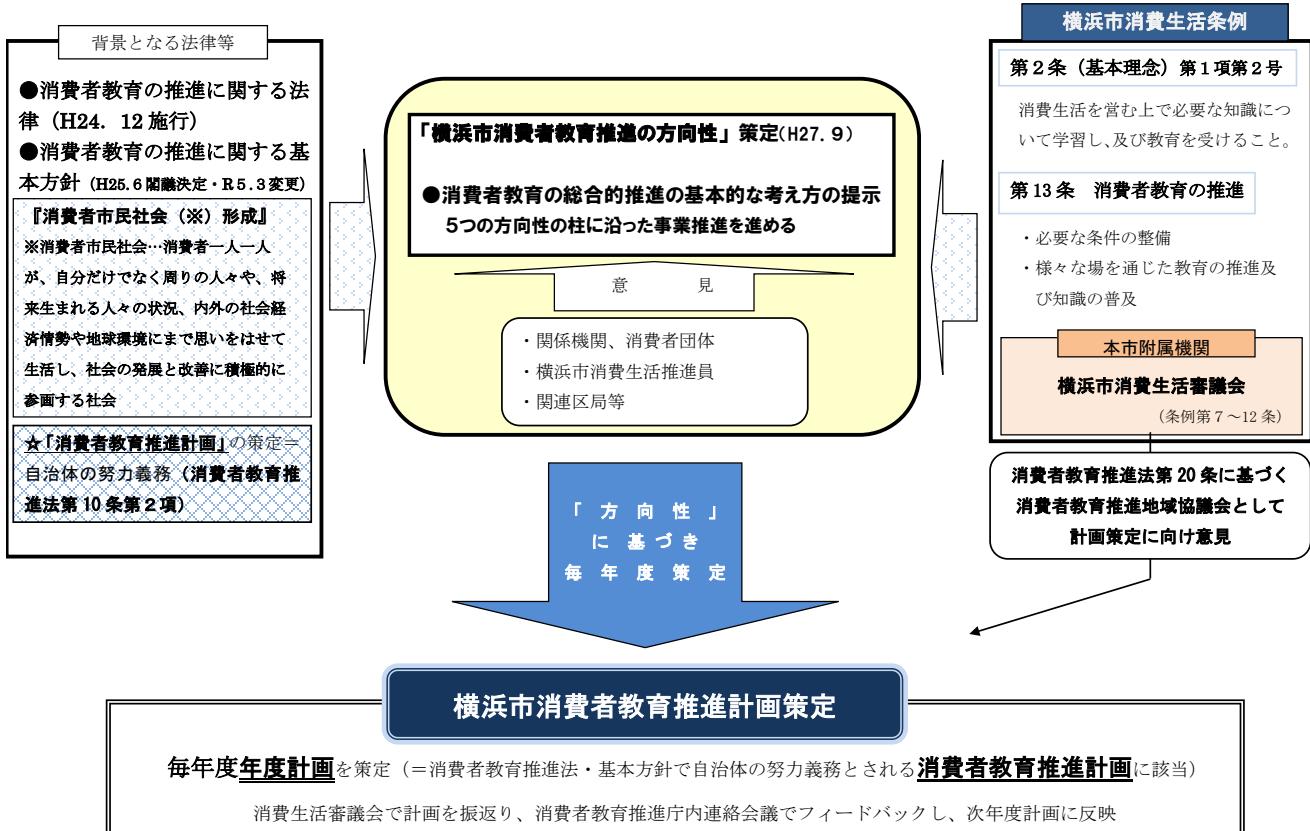
横浜市経済局

令和 7 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

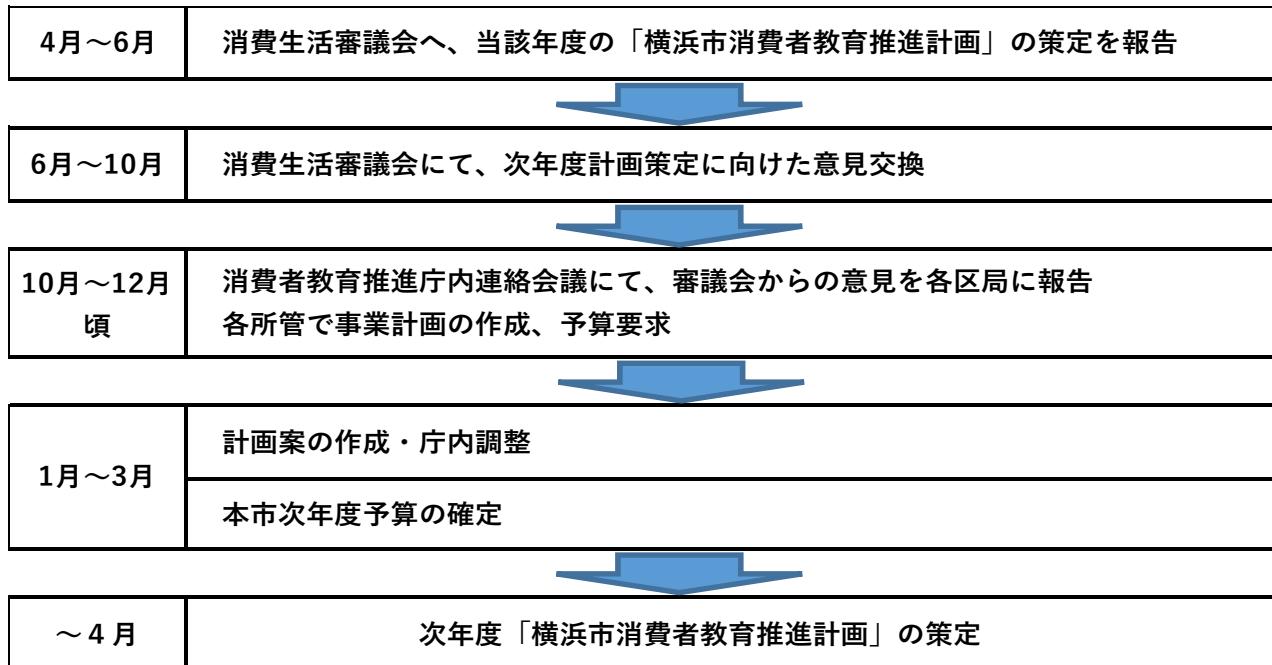


計画の推進

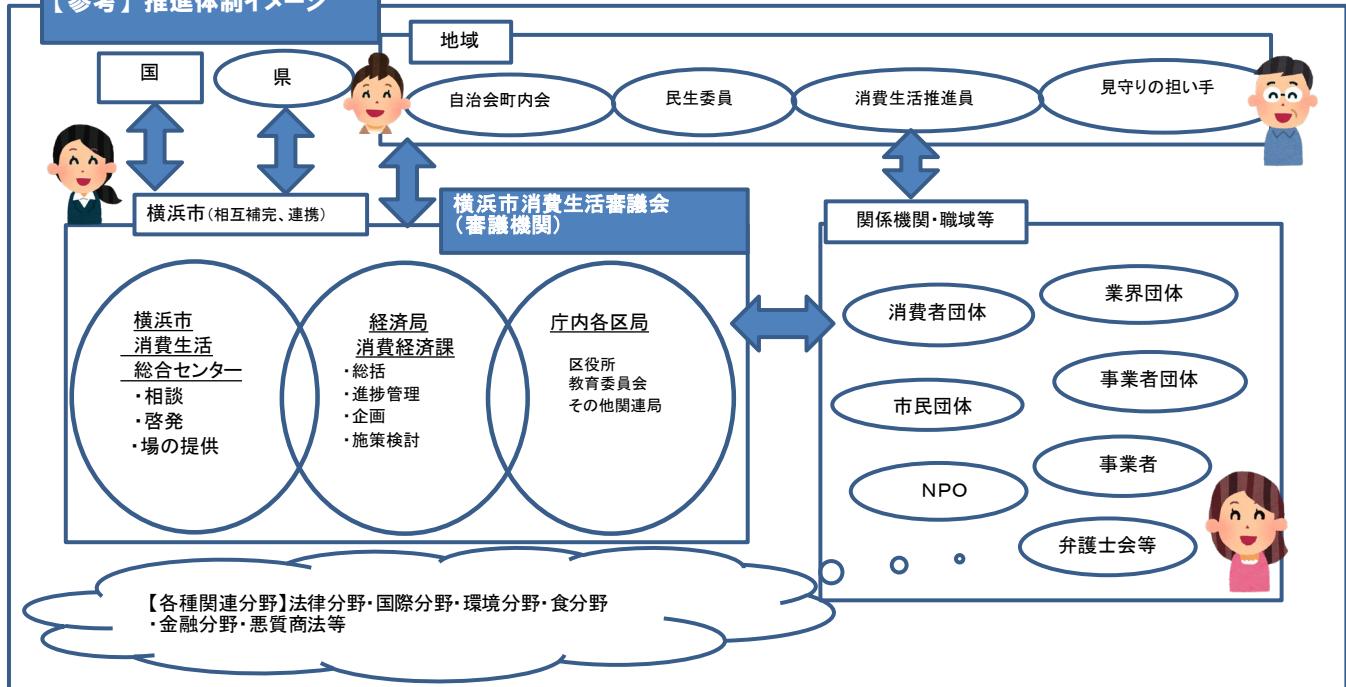
庁内関係局が予算化した消費者教育関連事業について、消費者教育推進の視点及び「方向性」を踏まえて取りまとめ、単年度の本市消費者教育推進計画として確定します。

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持つ研修による地域活動実践力を持った担い手づくり
- (4) 消費者団体等との連携による地域への啓発強化

※横浜市消費生活推進員…横浜市消費生活条例第16条に基づき、市民の安全で快適な消費生活推進のために地域に根ざした自主的な活動を行う市長から委嘱された委員で、任期は2年、最長で通算3期6年活動が可能です。（令和7年4月1日現在の横浜市消費生活推進員数…424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7年度重点取組事項

横浜市の消費者教育推進において、社会情勢の変化等を踏まえ、これまでの取り組みに加えて新たに必要になる視点や、引き続き取り組むべき事項、拡充することが望ましい取組等を、令和7年度の重点取組事項として次のとおり定めます。

1. 若年層の消費者被害防止に向けた取組

成年年齢の引き下げやスマートフォンの普及に伴い、若年層にとっても契約行為は身近なものとなっています。若者が十分な社会経験や知識のないまま被害に遭ったり、あるいは加害者となってしまうことがないよう、より早期の年代からの消費者教育の実施や、教員・保護者等の周囲の方々を対象とした啓発の実施など、若年者の被害防止に引き続き取り組みます。

【取組の例】

- ・様々な媒体・機会を活用した、若年層の消費者被害に関する周知・啓発
- ・学校向け出前講座等の、若年者向け消費者教育の実施

2. 多様な分野が一体となった消費者教育・啓発等の取組

地域で活動する消費生活推進員や福祉関係者、防犯・防災等の所管部署や、事業者等と連携した消費者教育・啓発等の取組により、多様化する消費者被害の未然防止に向けた取組を進めます。

加えて、人や社会・環境に配慮した消費行動「エシカル消費(倫理的消費)」の普及・啓発などを通して、持続可能な社会の形成に向けた取組も進めます。

【取組の例】

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

3. デジタル社会の進展に伴う消費者トラブル防止に向けた取組

スマートフォンの普及などデジタル化の急速な進展に伴い、インターネット上の取引において消費者トラブルが多発しています。SNS の利用者の年代等に応じた注意喚起や、消費生活相談事例のタイムリーな情報提供等を行い、被害の未然防止に努めます。

また、トラブルに遭ってしまったときに気軽に相談できるよう、相談窓口の周知を行います。

【取組の例】

- ・SNS 広告等を活用した消費者教育・啓発の実施
- ・消費生活総合センター等の相談窓口の周知

令和7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7年度の取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年代							
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小学生期	中高生期	大学・専門学校等	若者	成人一般	高齢期	
1	方向性1	経済局消費経済課	継続	悪質商法対策事業	靈感商法を含む悪質商法の未然防止を呼び掛けるとともに消費生活総合センターの相談窓口を啓発する動画を各所で放映することで、靈感商法を含めた悪質商法の未然防止と早期発見を図る。	靈感商法を含む悪質商法の未然防止と消費生活総合センター相談窓口を啓発する啓発動画を新たに作成し、各種SNS広告を中心に放映する。	4,000千円	—	◎	○	○	—	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
2	方向性1	経済局消費経済課	継続	緊急時に備えた消費者教育	第13次横浜市消費生活審議会報告に基づき、緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止に向け、平時から自然災害や感染症拡大時などの緊急時に対する意識を高め、備えを促すための消費者教育を行う。	地震や風水害などの緊急事態に発生しやすい消費者トラブルに関する注意喚起として、よくある事例や被害に遭わないためのポイントをまとめたリーフレットの配布や、ごみ収集車の音声放送を活用した発信による啓発を実施。	300千円	◎	◎	○	◎	—	○	○	○	◎	◎	◎	◎
3	方向性1	経済局消費経済課	継続	若年層向け消費者教育事業	消費者教育の一環として成年年齢引下げを踏まえた、若年層向けの消費者教育を行う。	二十歳の市民を祝う集いで啓発動画放映や、若年層向け啓発冊子の配布など、様々な機会を活用した啓発を実施する。	12千円	○	◎	○	—	—	○	○	◎	◎	○	—	—
4	方向性1	消費生活総合センター	継続	若者向け情報提供	若年層が消費者被害に遭わないよう注意喚起するための啓発物品等の作成・配付、啓発動画の制作・放映	神奈川新聞社が神奈川県内の高校生向けに発行しているフリーペーパーH!Pを活用して、広告枠で若者向け啓発活動を行う。	1,130千円	◎	○	○	—	—	—	○	○	◎	◎	—	—
5	方向性1	消費生活総合センター	継続	情報収集・提供事業(デジタル情報)	・ホームページによる情報発信 ・メールマガジンの配信 ・SNSによる情報発信	・ホームページ 啓発情報や事例紹介、教室・講座情報などを迅速かつ幅広く市民へ提供 ・メールマガジン 被害事例や啓発情報などを情報提供(毎週配信) ・SNS X(旧Twitter)等により被害事例や講座情報を随時発信	2,978千円	○	◎	○	○	○	◎	◎	○	◎	◎	◎	◎
6	方向性1	鶴見区地域振興課	新規	「消費生活情報 よこはまくらしナビ」の自治会町内会の掲示板への掲出	区連会にて「消費生活情報 よこはまくらしナビ」の自治会町内会の掲示板への掲出依頼をします。	2か月に1度、区連会にて自治会町内会の掲示板への掲出依頼をします。	0千円	○	◎	○	○	○	◎	◎	○	◎	◎	◎	◎
7	方向性1	西区地域振興課	新規	よこはまくらしナビの配布	よこはまくらしナビを地域振興課前に配架するほか、自治会町内会に配付する。	・地域振興課前に「よこはまくらしナビ」を配架します。 ・区連会資料配送時に掲示板を保有する各自治会町内会に「よこはまくらしナビ」を送付し、掲示を依頼します。	0千円	○	◎	○	○	○	◎	◎	○	◎	◎	◎	◎
8	方向性1	西区地域振興課	新規	よこはまくらしナビの配布	よこはまくらしナビを地域振興課前に配架するほか、自治会町内会に配付する。	・地域振興課前に「よこはまくらしナビ」を配架します。 ・区連会資料配送時に掲示板を保有する各自治会町内会に「よこはまくらしナビ」を送付し、掲示を依頼します。	0千円	○	◎	○	○	○	◎	◎	○	◎	◎	◎	◎

令和7年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

令和7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7年度の取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年 代						
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	若者	成人一般	高齢期
16	方向性2	経済局消費経済課	継続	地域の消費者被害未然防止出前講座	地域で開催される研修や講座、高齢者等を対象とした行事の場に講師を派遣し、消費者被害防止に向けた講座を開催する。	自治会町内会や民生委員等が実施する研修や、高齢の方を対象とした行事(昼食会やサロン等)に消費生活相談員等の講師を派遣し、消費者被害防止に関する講座を実施する。	2,750千円	—	◎	—	—	—	—	—	—	—	◎	◎
17	方向性2	消費生活総合センター	継続	よこはま消費生活情報くらしナビ	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	・隔月25日、23,000部作成 ・区役所、学校、高齢者利用施設、各区の自治会・町内会へ配布(掲示板に掲示等)	2,352千円	◎	◎	◎	◎	—	—	—	◎	◎	◎	◎
18	方向性2	消費生活総合センター	廃止	消費生活情報よこはまくらしナビ「増刊号」	暮らしに役立つ身近な消費生活情報を幅広く掲載した情報紙を発行	—	0千円											
19	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	96千円 他の出前講座と一括で計上	—	◎	◎	—	—	—	—	—	◎	◎	◎
20	方向性2	消費生活総合センター	継続	地域の担い手養成セミナー	身近な地域における消費者被害未然防止に向けて、市関係部局と連携しながら、消費生活推進員などを対象に、日常の地域活動のなかで高齢者の目線に立った、声かけや助言を担える人材として養成	出前講座の一部として実施	0千円	—	◎	○	—	—	—	—	—	—	◎	◎
21	方向性2	鶴見区地域振興課	廃止	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	—	0千円	—	◎	○	○	○	○	○	○	○	◎	◎
22	方向性2	鶴見区地域振興課	廃止	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。	—	0千円	—	◎	○	○	○	○	○	○	○	◎	◎
23	方向性2	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、啓発活動を行う。	—	0千円	—	◎	○	○	◎	◎	◎	○	○	○	○

令和7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7年度の取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年代							
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等		成人期		
															若者	成人一般	高齢期		
24	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により、区民自らが「未来を見据えた賢い暮らしの行動を選択」する安心風土の醸成を図ります。	①消費生活推進員の育成 ②消費生活推進員による地区活動への支援 ③消費生活推進員啓発事業への支援	860千円	○	◎	◎	○	○	○	○	○	○	○	○	○
25	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	—	◎	—	—	—	—	—	—	○	○	○	
26	方向性2	磯子区地域振興課	継続	子ども消費生活セミナー	こどもたちを対象に、消費生活に関する問題についてセミナーを開催します。	7又は8月に区役所会議室等にて実施予定	10千円	○	◎	◎	—	—	◎	—	—	—	—	—	—
27	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月上旬、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	—	◎	◎	—	◎	◎	◎	◎	○	○	○	
28	方向性2	磯子区地域振興課	継続	磯子暮らしのセミナー	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。	2月～3月上旬に実施予定	20千円	—	◎	◎	—	○	○	○	○	○	○	○	○
29	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。	3月に1,500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	—	◎	◎	—	○	○	○	○	○	○	○	
30	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7月に講師を招いて講演聴講を実施予定 第2回は2月～3月に地区活動報告会・意見交換会を実施予定	10千円	—	◎	○	—	—	—	—	—	○	○	○	
31	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。	12月頃実施未定	0千円	—	◎	○	—	—	—	—	—	○	○	○	

令和7年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

令和7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7年度の取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年代							
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等		成人期		
															若者	成人一般	高齢期		
40	方向性3	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	No15出前講座(地域団体等)で一括で計上	—	◎	◎	—	—	—	—	—	◎	◎	◎	
41	方向性3	消費生活総合センター	継続	啓発資料等作成事業(高齢者向け)	高齢者向けリーフレットを作成し、配布	・高齢者向け啓発グッズ、リーフレットを作成し、出前講座等を通じて配布	146千円	—	◎	◎	—	—	—	—	—	○	○	○	
42	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)社会福祉協議会にて「悪質商法に注意しよう」「何かあったらセンターに相談しよう」の2点を呼びかける啓発物を配布し、注意喚起	引き続き対応(No. 37「高齢者利用施設への講師派遣」の事業のひとつ)	0千円	—	◎	◎	—	—	—	—	—	○	○	○	
43	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。	92千円	—	◎	◎	—	—	—	—	—	○	○	○	
44	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	—	◎	—	—	○	○	○	○	○	○	○	○
45	方向性3	港北区地域振興課	廃止	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。	—	0千円	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
46	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(16地区) 16地区ごとの消費推進活動に活用 ・戸塚区消費生活推進員の会助成金 消費生活展、啓発講座の開催、広報誌の発行等に活用。	940千円	—	◎	—	—	○	○	○	○	○	○	○	
47	方向性4	経済局消費経済課	継続	学校向け消費者教育出前講座	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校、義務教育学校及び高等学校等へ派遣する、消費者教育出前講座を実施する。	最新の消費者トラブル等を中心とした様々な事例をテーマにした出前講座を、市内小・中学校、高校、特別支援学校や放課後児童健全育成事業所等を対象に実施する。 テーマ: 若年層が巻き込まれやすい消費生活トラブル、成年年齢引き下げに伴う消費者トラブル未然防止、物や金銭の使い方、インターネット・携帯電話利用の危険性、エシカル消費 等	1,050千円	◎	○	○	—	—	◎	◎	—	—	—	—	

令和7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7年度の取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年代							
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	成人人期				
															大学・専門学校等	若者	成人一般	高齢期	
48	方向性4	経済局消費経済課	継続	消費者市民社会啓発事業 (エシカル消費)	消費者市民社会の実現をテーマに講座等を開催し、国の重要消費者施策に係る倫理的消費の普及・促進を図る。	・消費者市民社会の実現を目指し、「環境に配慮した消費行動」や「社会に配慮した消費行動」などの倫理的消費(エシカル消費)を啓発するグッズ及びポスターを制作し、エシカル消費を広報する。	1,000千円	◎	◎	◎	—	—	◎	—	—	◎	◎	◎	
49	方向性4	経済局消費経済課	新規	わくわく！こどもイベント出展	市役所アトリウムで開催されるわくわく！こどもイベントにブース出展し、啓発を行う。	わくわく！こどもイベント(夏・秋)へ出展し、消費生活総合センター周知、消費生活トラブル及び消費者市民社会の形成に向けた啓発を行う。	0千円	—	—	◎	—	◎	○	○	○	○	○	○	
50	方向性4	経済局消費経済課	新規	夏休みおこづかい講座	消費者教育の一環として小学生向けのおこづかい講座を開催し、消費者教育を行う。	教育委員会主催の子どもアドベンチャーカレッジ2025において、小学生高学年を対象に、夏休みおこづかい講座を開催する。	80千円	○	○	◎	—	—	◎	—	—	—	◎	—	
51	方向性4	消費生活総合センター	廃止	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	—	0千円												
52	方向性4	消費生活総合センター	継続	各種媒体広告掲載(地域の扱い手養成)	福祉団体等が発行している広報誌、機関誌などに地域の扱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扱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「かがやきたより横浜」に広告掲載。 ・横浜市社会福祉協議会発行「福祉よこはま」に広告掲載。	601千円	◎	◎	○	—	—	—	—	—	◎	◎	◎	
53	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	No15出前講座(地域団体等)で一括で計上	◎	—	—	—	—	—	—	○	○	—	—	
54	方向性4	消費生活総合センター	継続	高校生(または教員)向け講師派遣事業	市内高校の生徒(または教員向け)啓発講座を実施する。	成年年齢引下げに伴い、消費者被害に遭わないよう注意喚起するための講座を実施(市立東高校プレミアムプログラム参加)	No54大学等との連携で一括で計上	◎	—	—	—	—	—	—	◎	—	◎	◎	
55	方向性4	消費生活総合センター	継続	小中学校向け消費者トラブル事例情報提供事業	子供たちの消費者トラブルを未然に防止するため、教職員を通じて子供たちに実際に起こっている事例等を学校に紹介し、注意喚起等の活用を促進	教育委員会事務局を通じて、トラブル事例情報のデータを各学校へ提供(4・7・10・1月、年4回)	0千円	◎	—	—	—	—	—	—	◎	—	◎	—	

令和7年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

令和7年度横浜市消費者教育推進計画 事業一覧

令和7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7年度の取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年 代						
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	若者	成人一般	高齢期
72	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「食の安全ヨコハマWEB」や「広報よこはま」での情報提供 ③食中毒予防啓発動画の広告を行う(横浜駅みなみ通路デジタルサイネージ広告)	4,047千円	○	◎	○	○	○	○	○	○	○	○	○
73	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	784千円	○	◎	○	○	○	○	○	○	○	○	○
74	方向性4	医療局食品衛生課	継続	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食品表示啓発動画の広告を行う(Youtube広告掲出) ②「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供	1,195千円	○	○	◎	○	○	○	○	○	○	○	○
75	方向性4	みどり環境局農業振興課	継続	市民や企業と連携した地産地消の展開②	小学生を対象に、地産地消及び食育に関する理解を深めてもらう。	はま菜ちゃん料理コンクール実施	2,000千円	◎	—	○	—	—	◎	—	—	—	—	—
76	方向性4	資源循環局3R推進課	継続	環境教育出前講座(資源循環局)	資源の循環等について、市内の小・中学校や地域に、職員等が出向き出前講座を実施する。	未就学児から社会人まで様々な世代を対象にした出前講座の実施	0千円	◎	◎	○	—	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
77	方向性4	資源循環局3R推進課	継続	環境行動を実践する人づくり	環境学習の充実・強化を図る。取組方針を設定し、PRを行う。地域との連携を強化する。	①3R夢学習副読本の作成・配付(1,944千円) ②令和7年度ヨコハマ3Rポスター・コンクールの実施(969千円)	2,913千円	◎	—	—	—	—	◎	—	—	—	—	—
78	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。	プロスポーツと連携したポスター・チラシの製作・交通広告掲出(1,133千円)	1,133千円	◎	◎	◎	○	◎	◎	◎	◎	○	○	○

令和7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7年度の取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年代						
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人期		
															若者	成人一般	高齢期	
79	方向性4	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、手つかずの食品の現状や調理・保存方法などについて、広報媒体やツールを活用した広報やイベント等における啓発の実施	・国際機関や事業者等との連携 国際機関等と連携した食について考えるイベントの開催 ・食の問題を考えるきっかけづくり フードバンク団体や社会福祉協議会と連携したフードドライブ活動支援(18区44箇所)	15,495千円	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
80	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	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
81	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	① 755千円 ② 390千円	◎	○	◎	—	○	◎	○	○	○	○	○
82	方向性4	都市整備局都市交通課	継続	モビリティマネジメント出前講座	「環境」、「福祉」、「キャリア」の3つの観点からモビリティマネジメント(過度にマイカーに頼る生活から、公共交通などを適度に利用する生活への転換を促す取組)を推進する。	市内全小学校を対象に講座を周知し、申込のあった学校を中心に実施。	0千円	◎	—	—	—	—	◎	—	—	—	—	—
83	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、市内の小学校に水道局職員が出向き出前教室を実施します。	令和6年に引き続き、職員が小学校に出向く学習プログラムに加え、YouTubeにアップロードした動画も併用しながら実施します。	467千円	◎	—	○	—	—	◎	—	—	—	—	—
84	方向性4	教育委員会事務局健康教育・食育課 みどり環境局農業振興課	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	1,242千円	◎	—	—	—	—	◎	◎	—	—	—	—
85	方向性4	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	3R活動を中心とした環境行動の実践・啓発活動	・買い物などの際に、マイバッグやマイボトルの利用などにより、不用な容器包装の利用を控えるライフスタイルの定着に向けた地域住民への啓発・働きかけの実施	17,346千円の一部	—	◎	◎	—	—	—	—	◎	◎	◎	

令和7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7年度の取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年代							
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等				
															若者	成人一般			
86	方向性5	経済局消費経済課 (公財)横浜市消費者協会 市内大学	継続	消費者行政インターンシップ	学生が大学で修得した学問と現場での実践との融合、応用についての理解を深め、学習効果の向上を図るとともに、消費者行政に対する理解を深めることを目的に、大学と協定を締結し、インターン生を受け入れる。	・消費者法を専攻している学生を受け入れる。 ・経済局で本市消費者行政全般にかかる概要の説明や啓発事業、教材開発などの企画の実習を行う。 ・(公財)横浜市消費者協会で協会事業、消費生活総合センター業務補助等に従事し、消費生活相談や啓発講座等消費者行政の現場業務の実習を行う。	0千円	◎	○	○	○	—	—	—	◎	◎	—	—	
87	方向性5	経済局消費経済課	新規	みんなで見守りプロジェクト	悪質商法等による消費者トラブルや詐欺被害が拡大する現状を踏まえ、消費者トラブル防止・防犯に向けた、消費者の見守り・注意喚起の取組として ・横浜市・消費生活総合センター ・警察 ・民間事業者(小売業者) ・福祉部門 等と連携した各種取組を実施する。	(案) 警察・消費生活総合センター連名で注意喚起ポスター等を作成し、市民が日常的に訪れるスーパー、商店街、市内施設、地域ケアプラザ等へ掲示、消費者被害等の防止に向けて、地域一体となった見守りの機運醸成・相談窓口の周知を行う。	1,144千円	—	◎	○	○	○	○	○	○	◎	◎	◎	
88	方向性5	経済局消費経済課 市民局地域防犯支援課 神奈川県警	新規	警察連携	詐欺被害や悪質商法の防止に向けて防犯分野と連携のもと、各種取組により広く注意喚起・啓発を実施する。	(取組案) ・消費生活総合センター及び警察関係者による定期的な情報交換会の実施 ・各警察署と連携した物品配布等の実施 ・啓発紙等への共同記事掲載 ・各種イベントへの共同出展	0千円	—	◎	○	—	—	—	—	—	◎	◎	◎	
89	方向性5	経済局消費経済課 健康福祉局各所管課等	継続	地域の見守りネットワーク担い手確保事業	市職員や地域ケアプラザ職員等を対象に高齢者の消費者被害防止に関する研修の実施、見守り啓発動画の放映による高齢者の消費者被害未然防止に関する啓発等を実施する。	・市職員や地域ケアプラザ職員等の福祉関係者を中心に、高齢者の消費者被害防止に関する研修等を実施する。 ・市内の公共交通機関等で地域の見守りを促進するための啓発動画を放映する。 ・府内福祉部門と連携し、福祉分野の各種会議や研修の場で、区の福祉関係職員、民生委員、訪問介護事業所等へ、消費者被害の防止に向けた情報提供・協力依頼等を実施。	2,771千円	—	◎	—	◎	—	—	—	—	—	◎	◎	◎
90	方向性5	消費生活総合センター	継続	簡易テスト実習	商品テスト・実習室の機器を活用して、消費生活中で身近な商品等への関心と知識を深める実習の開催	テスト室を活用して簡単な実験と座学を学び、日常生活に活かしてもらう。10名程度の参加を予定	81千円	—	◎	◎	—	—	—	—	—	◎	◎	◎	
91	方向性5	港南区地域振興課	継続	協働による地域づくり推進協議会	消費生活推進員を含む各委嘱委員の代表や、地域活動者が集まり、より良い地域づくりに向け、連携、協力を進める場として開催。	・年1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	65千円	—	◎	—	—	—	—	—	—	◎	◎	◎	
92	方向性5	脱炭素・GREEN×EXPO 推進局脱炭素ライフスタイル推進課	継続	温暖化対策に関する教育・啓発	ヨコハマ・エコ・スクール(YES) 『横浜で地球を学ぼう』をキヤツチフレーズに、市民団体、事業者、大学、行政等が実施する温暖化対策やエコなライフスタイルなど環境に関する様々な学びの場を、「YES」という統一ブランドで全市的ムーブメントに広げようとする市民参加型プロジェクトを開催する。	・ヨコハマ・エコ・スクール(YES) 地域で脱炭素化の活動をするYES協働パートナー(市民団体、企業が登録)と連携し、出前講座やイベント等の地域主体の普及啓発活動を展開することで、市民の行動変容を促していく。	2,250千円	◎	◎	◎	○	○	○	○	○	◎	◎	◎	

令和7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7年度の取組(事業計画)	令和7年度予算額(千円)	生活領域				年 代						
								学校等	地域	家庭	職域	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等		成 人 期	
															若者	成人一般	高齢期	
93	方向性5	みどり環境局環境活動事業課	継続	環境教育出前講座(みどり環境局)	生物多様性の損失や地球温暖化防止といった環境問題への理解を深めるため、市内の小中学校や地域の皆様を対象に、市民団体、企業、市役所など専門知識を持った講師、国際機関が出向き講座を実施する。	学校・地域を対象に生物多様性や環境全般について学ぶ場を提供する。	1,980千円	◎	◎	○	—	—	◎	◎	◎	◎	◎	◎
94	方向性5	みどり環境局環境活動事業課	継続	エシカル消費普及啓発キャンペーン	エシカル消費を促進するための普及啓発キャンペーンを実施	企業との協働により市民参加型のSNS(X(旧Twitter))キャンペーンを実施し、環境配慮型商品の選択・購入(エシカル消費)を呼びかける。	1,200千円	—	◎	◎	○	—	—	◎	◎	◎	◎	◎
95	方向性5	みどり環境局農業振興課	継続	市民や企業と連携した地産地消の展開①	農家や地産地消に取り組む市民や飲食店等への支援を行う。	①はまふうどコンシェルジュの育成講座 ②はまふうどコンシェルジュの活動支援 ③地産地消活動の発表と情報交換の場の設定(食と農のフォーラムなど)	4,490千円	—	◎	—	◎	—	—	—	—	◎	◎	◎

令和7年度横浜市消費者教育推進計画
令和7(2025)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7年度重点取組事項に該当する主な事業【掲載事業抜粋】

1. 若年層の消費者被害防止に向けた取組

事業名	事業概要	令和7年度の取組予定	所管
学校向け消費者教育出前講座 No. 47	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校、義務教育学校及び高等学校等へ派遣する、消費者教育出前講座を実施する。	最新の消費者トラブル等を中心とした様々な事例をテーマにした出前講座を、市内小・中学校、高校、特別支援学校や放課後児童健全育成事業所等を対象に実施する。 テーマ：若年層が巻き込まれやすい消費生活トラブル、成年年齢引き下げに伴う消費者トラブル未然防止、物や金銭の使い方、インターネット・携帯電話利用の危険性、エシカル消費 等	経済局消費経済課
わくわく！こどもイベント No. 49	市役所アトリウムで開催されるわくわく！こどもイベントにブース出展し、啓発を行う。	わくわく！こどもイベント（夏・秋）へ出展し、消費生活総合センター周知、消費生活トラブル及び消費者市民社会の形成に向けた啓発を行う。	経済局消費経済課
夏休みおこづかい講座 No. 50	消費者教育の一環として小学生向けのおこづかい講座を開催し、消費者教育を行う。	教育委員会主催の子どもアドベンチャーカレッジ 2025において、小学生高学年を対象に、夏休みおこづかい講座を開催する。	経済局消費経済課

2. 多様な分野が一体となった消費者教育・啓発等の取組

事業名	事業概要	令和7年度の取組予定	所管
消費者市民社会啓発事業 (エシカル消費) No. 48	消費者市民社会の実現をテーマに講座等を開催し、国の重要消費者施策に係る倫理的消費の普及・促進を図る。	消費者市民社会の実現を目指し、「環境に配慮した消費行動」や「社会に配慮した消費行動」などの倫理的消費（エシカル消費）を啓発するグッズ及びポスターを制作し、エシカル消費を広報する。	経済局消費経済課
みんなで見守りプロジェクト No. 87	悪質商法等による消費者トラブルや詐欺被害が拡大する現状を踏まえ、消費者トラブル防止・防犯に向けた、消費者の見守り・注意喚起の取組として、横浜市・消費生活総合センター・警察・民間事業者（小売業者）・福祉部門等と連携した各種取組を実施する。	警察・消費生活総合センター連名で注意喚起ポスター等を作成し、市民が日常的に訪れるスーパー、商店街、市内施設、地域ケアプラザ等へ掲示、消費者被害等の防止に向けて、地域一体となった見守りの機運醸成・相談窓口の周知を行う。	経済局消費経済課
警察連携 No. 88	詐欺被害や悪質商法の防止に向けて防犯分野と連携のもと、各種取組により広く注意喚起・啓発を実施する。	・消費生活総合センター及び警察関係者による定期的な情報交換会の実施 ・各警察署と連携した物品配布等の実施 ・啓発紙等への共同記事掲載 ・各種イベントへの共同出展	経済局消費経済課 市民局地域防犯支援課 神奈川県警
地域の見守りネットワーク 担い手確保事業 No. 89	市職員や地域ケアプラザ職員等を対象に高齢者の消費者被害防止に関する研修の実施、見守り啓発動画の放映による高齢者の消費者被害未然防止に関する啓発等を実施する。	市職員や地域ケアプラザ職員等の福祉関係者を中心に、高齢者の消費者被害防止に関する研修等を実施する。市内の公共交通機関等で地域の見守りを促進するための啓発動画を放映する。庁内福祉部門と連携し、福祉分野の各種会議や研修の場で、区の福祉関係職員、民生委員、訪問介護事業所等へ、消費者被害の防止に向けた情報提供・協力依頼等を実施。	経済局消費経済課 健康福祉局各所管課等

3. デジタル社会の進展に伴う消費者トラブル防止に向けた取組

事業名	事業概要	令和7年度の取組予定	所管
悪質商法対策事業 No. 1	靈感商法を含む悪質商法の未然防止を呼び掛けるとともに消費生活総合センターの相談窓口を啓発する動画を各所で放映することで、靈感商法を含めた悪質商法の未然防止と早期発見を図る。	靈感商法を含む悪質商法の未然防止と消費生活総合センター相談窓口を啓発する啓発動画を新たに作成し、各種 SNS 広告を中心に放映する。	経済局消費経済課

令和6年度の主な事業実績

1. 若年層の消費者被害防止に向けた取組

事業名	事業概要	令和6年度の実績	所管
若年層向け消費者教育事業 No. 3	消費者教育の一環として成年年齢引下げを踏まえた、若年層向けの消費者教育を行う。	「二十歳の市民を祝うつどい」において、対象者へ送付される案内はがきへの消費生活総合センター相談を周知する広告の掲載及び当日の会場内外のスクリーンにおける啓発動画の放映を実施。「障害者の二十歳を祝うつどい」において啓発リーフレットを配布。	経済局消費経済課
学校向け消費者教育出前講座 No. 45	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校、義務教育学校及び高等学校等へ派遣する、消費者教育出前講座を実施する。	最新の消費者トラブル等を中心とした様々な事例をテーマにした出前講座を、市内小・中学校、高校、特別支援学校や放課後児童健全育成事業所等を対象に実施。 テーマ：成年年齢引き下げに伴う消費者トラブル未然防止、物や金銭の使い方、インターネット・携帯電話利用の危険性、エシカル消費 等 令和6年度実績：14件	経済局消費経済課
消費者行政インターンシップ No. 81	学生が大学で修得した学問と現場での実践との融合、応用についての理解を深め、学習効果の向上を図るとともに、消費者行政に対する理解を深めることを目的に、大学と協定を締結し、インターン生を受け入れる。	・消費者法を専攻している学生2名を受け入れ。 ・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動画の企画などの実習を行った。 ・(公財)横浜市消費者協会で協会事業、消費生活総合センター業務補助等に従事し、消費生活相談や啓発講座等消費者行政の現場業務の実習を行った。	経済局 (公財)横浜市消費者協会 市内大学

2. 地域一体となった様々な消費者教育・啓発等の取組

事業名	事業概要	令和6年度の実績	所管
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。	漫画家ほり のぶゆき氏と連携し制作した4コマ漫画を基に、靈感商法を含む悪質商法の未然防止と消費生活総合センター相談窓口を啓発する啓発動画を制作。YouTube、Instagram、LINE広告及び市内主要駅デジタルサイネージ、区役所等で放映。	経済局消費経済課
消費者市民社会啓発事業 (エシカル消費) No. 46	消費者市民社会の実現を目指し、「環境に配慮した消費行動」や「社会に配慮した消費行動」などの倫理的消費（エシカル消費）を啓発する。	パウ・パトロールと連携し、「エシカル消費ぬりえ」及びポスターを制作。金沢区民まつり及び港北区民まつりに、ぬりえを用いたエシカル消費啓発ブースを出展。市内小学校や子育て支援関連施設に啓発ぬりえやポスターの配布、または広報を行った。	経済局消費経済課
地域の見守りネットワーク担い手確保事業 No. 82	市職員や地域ケアプラザ職員等を対象に高齢者の消費者被害防止に関する研修の実施、見守り啓発動画の放映による高齢者の消費者被害未然防止に関する啓発等を実施する。	・市職員や地域ケアプラザ職員等の福祉関係者を対象とした研修動画を作成。 ・福祉関係者が集まる会議・研修等の場で見守りの取組について情報提供を実施。 ・市営地下鉄と市営バスの車内サイネージ及びYouTubeで地域の見守りを促進するための啓発動画を放映。	経済局消費経済課

3. 緊急時における消費者被害等の防止に向けた取組

事業名	事業概要	令和6年度の実績	所管
緊急時に備えた消費者教育 No. 2	第13次横浜市消費生活審議会報告に基づき、緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止に向け、平時から自然災害や感染症拡大時などの緊急時に対する意識を高め、備えを促すための消費者教育を行う。	地震や風水害などの緊急事態に発生しやすい消費者トラブルに関する注意喚起として、よくある事例や被害に遭わないためのポイントをまとめたリーフレットの地域防災拠点運営委員会連絡協議会等での配布及び多言語版の作成や、ごみ収集車の音声放送を活用した発信による啓発を実施。	経済局消費経済課

横浜市消費者教育推進の方向性（平成27年9月策定）の振り返り

1 「横浜市消費者教育推進の方向性（以下「方向性」という。）」の策定経過

(1) 消費者教育の推進に関する法律の施行（平成24年12月）

「消費者教育推進計画」の策定が都道府県及び市町村の努力義務とされました。

(2) 消費者教育の推進に関する基本的な方針の閣議決定（平成25年6月）

消費者市民社会の形成に寄与する消費者の育成が掲げられました。

(3) 第9次横浜市消費生活審議会（本市附属機関）報告（平成26年7月）

3つの視点からの消費者教育のあり方が報告されました。

今後の消費者教育を考えるうえで重要な「新たな視点」（第9次消費生活審議会報告より）

- ① 悪質商法をクローズアップすることだけにとらわれず、消費者が合理的な意思決定を行い、自ら考え自立した消費者市民となるための視点
- ② 消費者教育の情報提供の仕組みをつくるとともに、消費者教育の担い手を意識しながら、学校、地域、家庭及び職域という対象別の課題と取組みを検討するという視点
- ③ 大都市であり、国際都市である横浜市としての特色に着目した横浜らしさ（国際都市、地域団体やNPO等との連携、消費生活推進員の活用）という視点

(4) 課題の抽出

横浜市における消費生活相談状況等の現状から5つの課題を抽出しました。

横浜市消費者教育施策の現状と課題

- ① 効果的な情報発信の必要性
- ② 横浜市消費生活推進員制度の有効活用
- ③ 高齢者・障害者等、消費者被害に遭いやすい方への情報提供の必要性
- ④ 「消費者市民社会」形成に資する視点を盛込んだ消費者教育の整理、事業推進の必要性
- ⑤ 「消費者市民社会形成」に資する視点による担い手との連携、協働の必要性

(5) 「方向性」策定（平成27年9月）

2 「方向性」における5つの方向性と対応する取組の例

【方向性1】効果的な情報発信の強化

- ・様々な媒体・啓発物等による消費生活総合センター（以下、「センター」）の周知及び消費者トラブルへの注意喚起等（啓発物の配布、啓発動画の作成及び公共交通機関のサイネージ・SNS等のデジタル広告を活用した放映等）
- ・「消費者市民社会」の理念の啓発（啓発物配布、動画作成等）

【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

- ・各区で活動する消費生活推進員の活動を支援するための研修動画の作成、啓発物の配布、教材の貸出等
- ・消費生活推進員が地域団体や福祉関係団体等との調整や連携推進力につけるための研修を実施

【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

- ・高齢者向けの啓発冊子や物品等の作成・配布、地域での専門家講師の派遣による出前講座の実施
- ・福祉部門との連携体制の構築（地域ケアプラザ等とセンターの専用相談回線の設置、福祉関係職員向け研修の実施、福祉関係者が主催する出前講座への講師派遣、福祉関係者が参加する様々な会議での「職域の中での緩やかな見守り」への協力依頼、地域ケアプラザ等とセンターの連携推進会議の開催等）

【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

- ・小中学校、高校、特別支援学校等への講師派遣
- ・教育委員会と連携した教材の作成
- ・市内大学と連携した啓発の実施（新入生ガイダンスでの啓発や学園祭へのブース出展、啓発冊子の配布等）
- ・二十歳の市民を祝うつどい・障害者の二十歳を祝うつどいでの啓発
- ・高齢者向けの啓発冊子や物品等の作成・配布、地域での専門家講師の派遣による出前講座の実施（再掲）
- ・多言語版啓発リーフレットの作成
- ・神奈川県が実施する障害者施設等向け研修の利用
- ・親子を対象としたおこづかい講座の実施
- ・企業が実施する新入社員向け研修への消費生活相談員の派遣

【方向性5】担い手の育成、協働の推進、関連分野との連携

- ・教員を対象とした出前講座の実施
- ・弁護士、ファイナンシャルプランナー等との講師派遣における連携
- ・通信事業者・NPOと連携した出前講座の実施
- ・エシカル消費の普及啓発事業に係るみどり環境局との連携（広報協力等）
- ・福祉関係者を対象とした研修の実施等
- ・防災分野と連携した緊急時に起こりやすい消費者トラブルに対する啓発の実施
- ・防犯分野・警察と連携した啓発の実施

3 取組状況の評価

5つの方向性それぞれに対応する取組を実施してきたが、（現役世代、職域における啓発等、）取組が不十分な領域もある。

センターにおいて電話・面接で対応した消費生活相談は、令和5年度が約15,000件、令和6年度が約16,600件（速報値）と、年々増加傾向にある。相談内容の契約金額は、令和5年度が約123億円、令和6年度は約125億円（速報値）と2億円以上の増加が見込まれる。また高齢者に被害が多い点検商法やSNS上での詐欺的な投資話が増加傾向にあるなど、横浜市の消費者問題は、複雑化・多様化・悪質化している。

今後は地方消費者行政強化交付金（推進事業分）が終了予定であり、予算規模が縮小せざるを得ない中で、事業の取捨選択を行ながら、関係機関や事業者との連携を深め、持続可能な手法の検討等を行う必要がある。

第5期消費者基本計画の概要



令和7年3月
消費者庁



消費者ホットライン188
イメージキャラクター イヤヤン

第5期消費者基本計画(令和7~11年度)について

消費者基本計画とは

- 長期的に講すべき消費者政策の大綱（根拠：消費者基本法第9条）
- 第5期基本計画の計画期間：令和7～11年度（5箇年）
- 決定から3年目を目処に中間点検、取組については不断の見直しを行う

第5期消費者基本計画のポイント

デジタル化・高齢化等により社会情勢が大きく変化する中で、

➤消費者が信頼できる公正な取引環境の確保

➤消費者力（気づく力、断る力、相談する力など）の実践

➤誰一人取り残されることのない社会の構築

➤デジタル市場における消費者被害の特定と対策
➤SNS等のトラブル被害における警察機関等との連携
➤違法・有害情報等からの消費者利益の擁護 等

➤消費者教育の推進
➤カスタマーハラスメント対策、食品ロス削減の推進 等

➤地方消費者行政の充実・強化
➤見守り活動（消費者安全確保地域協議会・アウトリーチ）の推進等

安心・安全で豊かな消費生活の実現を目指す

【参考】消費者基本計画の策定経緯

- ・平成16年 6月 消費者保護基本法 改正
(消費者基本法に改称)
- ・平成21年 9月 消費者庁、消費者委員会発足

【第1期基本計画】(平成17～21年度)

【第2期基本計画】(平成22～26年度)

【第5期基本計画】(令和 7～11年度)

第5期消費者基本計画(令和7~11年度) 構成

【第1章 消費生活を取り巻く現状の課題～消費者政策のパラダイムシフトの背景～】

1. デジタル技術の飛躍

- (1) 消費生活におけるデジタル技術の浸透
- (2) 消費者の取引環境の急激な変化に伴う環境整備の必要性

2. 消費生活のグローバル化の進展

- (1) 海外事業者との取引の増加
- (2) 訪日外国人旅行者等の消費の拡大

3. 社会構造の変化

- (1) 消費生活に配慮を要する消費者の拡大
- (2) コスト等の適切な価格転嫁に対する理解の醸成

4. より良い社会の実現と国際協調への貢献

- (1) 持続可能でより良い社会の実現
- (2) 事業者と消費者の共創・協働

5. 緊急時における消費行動の変化

社会情勢
・背景

【第2章 本計画における消費者政策の基本的な方向性と目指すべき姿】

1. 消費者政策の基本的な方向性

- ▶ (1) 消費者政策の価値規範に関する考え方の転換 (2) 消費者法制度の再編・拡充

目指すべき姿

2. 消費者政策の目指すべき姿

- ▶ (1) 消費者が信頼できる公正な取引環境の確保
- (2) 全ての世代における「消費者力」の実践
- (3) 持続可能で包摂的な社会の実現

【第3章 多様な主体が連携して推進する消費者政策】

1. 地方消費者行政の推進

- ▶ (1) 人口減少・高齢化、デジタル化に対応した地方消費者行政の方向性 (2) 消費生活相談体制の充実
- (3) 地方における見守り活動 (4) 地域社会における消費者教育推進の拠点
- (5) 地方消費者行政予算の拡充の促進と国の支援の充実

主体間の連携

2. 事業者の責務と期待

- ▶ (1) 事業者の責務 (2) 事業者の自主的な取組に対する期待

3. 消費者への期待

- ▶ (1) 消費者への期待 (2) 消費者団体への期待

4. 行政、消費者及び事業者の連携による持続可能な社会の実現

- ▶ 持続的な社会の実現に資する商品・サービスの提供・購買・広報

【第4章 消費者政策における基本的な施策】

1. 消費生活を取り巻く現状の課題への対応

- ▶ (1) デジタル技術の飛躍への対応 (2) 消費生活のグローバル化の進展への対応
- (3) 社会構造の変化への対応 (4) より良い社会の実現と国際協調への貢献への対応
- (5) 緊急時における消費行動の変化への対応

基本的な施策

2. 消費者の安全及び自主的かつ合理的な選択の機会の確保

- ▶ (1) 消費者の安全の確保 (2) 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保
- (3) 消費者被害の防止及び救済

3. 消費者政策推進のための関係部局間の連携

參考資料

消費生活を取り巻く現状の課題 [第1章]

消費生活を取り巻く現状

1. デジタル技術の飛躍

- ・モバイル端末の保有率は約86% (2023年)
- ・65歳以上の約60%がSNSを利用 (2023年)
- ・SNS関係の相談は約8万件で5年前の約4.3倍 (2023年)

2. 消費生活のグローバル化の進展

- ・海外事業者との取引の市場規模は4,208億円、この5年間で約1.5倍 (対米国・中国、2023年推計値)
- ・CCJのチャットボット※へのアクセスは7,707件、この5年間で約3.3倍 (2023年度)

※ 国民生活センターが運営。海外事業者との取引に関するトラブルの相談窓口(CCJ)が、相談内容ごとの類似事例や対応方法を案内。

3. 社会構造の変化

- ・2038年には、3人に一人が65歳以上
- ・2040年には、65歳以上の世帯の43%が単独世帯 (いずれも、国立社会保障・人口問題研究所令和6年推計)

4. より良い社会の実現と国際協調への貢献

- ・SDG12: 「つくる責任、つかう責任」の実現が重要

5. 緊急時における消費行動の変化

- ・能登半島地震においても災害便乗商法や義援金詐欺が発生

誰もが消費者トラブルに遭遇する可能性

⇒ 誰一人として取り残されることのない持続可能な社会の実現

対応すべき主な課題

世代を問わず
SNSの利用率が増加
↓

SNS等を利用した消費者トラブルが
急増

認知症や独居の高齢者等の増加

↓
相談にたどり着かず被害が埋もれる
おそれのある消費者の増加

消費者政策の基本的な方向性と目指すべき社会の姿 [第2章]

- 第1章で示した課題(高齢化やデジタル化、国際化等)を踏まえた消費者政策の価値規範に関する考え方の転換(パラダイムシフト)
- 本計画が目指すべき社会の姿の提示

1. 基本的な方向性

- 消費者政策の価値規範に関する考え方の転換

一定のモデルとして
「一般的・平均的・
合理的消費者像」



一定のモデルとして
「一般的・平均的・
合理的消費者像」

だけでなく、

- ・全ての消費者が有する多様な「消費者の脆弱性」に着目
- ・情報、時間、関心等を提供する場合も消費者取引として捉えていく

- 考え方の転換を踏まえた消費者法制度の再編・拡充に向けた検討

2. 目指すべき社会の姿

(1) 消費者が信頼できる公正な取引環境の確保

- ・デジタル化等により複雑・巧妙化する消費者トラブルに対する、包括的な規制や予防・救済の観点を含めた対策の在り方の検討
- ・行政と事業者等の協働による、悪質な事業者が市場から排除される仕組みの形成 等

(2) 全ての世代における消費者力の実践

- ・消費者市民社会の実現に向けた消費者教育の推進
- ・消費者と事業者のコミュニケーションの深化
(カスタマーハラスメント対策を含む) 等

(3) 持続可能で包摂的な社会の実現

- ・どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる体制の維持強化
- ・誰一人取り残されることなく、安心して安全な消費生活を営むことができる社会の構築 等

多様な主体の連携 [第3章]

- 地方消費者行政の推進
- 事業者の責務と期待
- 消費者への期待
- 行政、消費者及び事業者の連携による持続可能な社会の実現

1. 地方消費者行政の推進

- 地方消費者行政の体制整備は引き続き最重要政策課題の一つ
 - ・地域の消費者の安全・安心の確保
 - ・消費者政策の基盤
(政策の企画立案・執行に活用)
- 人口減少等の中、より効率的な体制整備を促進し、ユニバーサルサービスとして全国的に維持・拡充する必要



- このため、地域の実情に応じて、
 - ・広域連携等の活用
 - ・都道府県による市町村の援助や調整
 - ・消費生活相談員の確保・技能向上
 - ・デジタル技術の活用による相談体制の強化
 - ・高齢者等の見守り活動の充実
 - ・消費者教育の充実 等
- ※ 国及び国民生活センターによる支援を更に充実

2. 事業者

- ・消費者の安全及び公正な取引の確保に努める。

3. 消費者

- ・消費者力(気づく力、断る力、相談する力など)を身に付け、実践する。

4. 行政、消費者及び事業者の連携による持続可能な社会の実現

- ・持続可能な社会の実現に資する商品・サービスの提供とともに、これを選択していく。

消費者政策における基本的な施策 [第4章]

- 消費生活を取り巻く現状の課題(第1章)への対応
- 消費者の安全及び自主的かつ合理的な選択の機会の確保
- 消費者政策推進のための関係部局間の連携

1. 消費生活を取り巻く現状の課題（第1章）への対応

(1) デジタル技術の飛躍

- ・取引環境のデジタル化に伴う課題について、国際機関の議論への積極的な参加、諸外国の取組も参考にしつつ必要な対応
- ・特定商取引法等の効果的な執行
- ・個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護
- ・違法・有害情報等からの消費者利益の擁護
- ・決済サービスの多様化への対応 等

(2) 消費生活のグローバル化

- ・越境消費者トラブル対応のため海外機関との連携強化 等

(3) 社会構造の変化

- ・見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の設置、見守り活動の充実
- ・高齢者等終身サポート事業者ガイドラインの周知
- ・成年後見制度等の活用 等

(4) より良い社会の実現と国際協調への貢献

- ・消費者教育の推進
- ・エシカル消費・消費者志向経営等の推進
- ・カスタマーハラスメント対策
- ・食育・食品ロス削減の推進 等

(5) 緊急時における消費行動の変化

- ・災害便乗行為等への対応 等

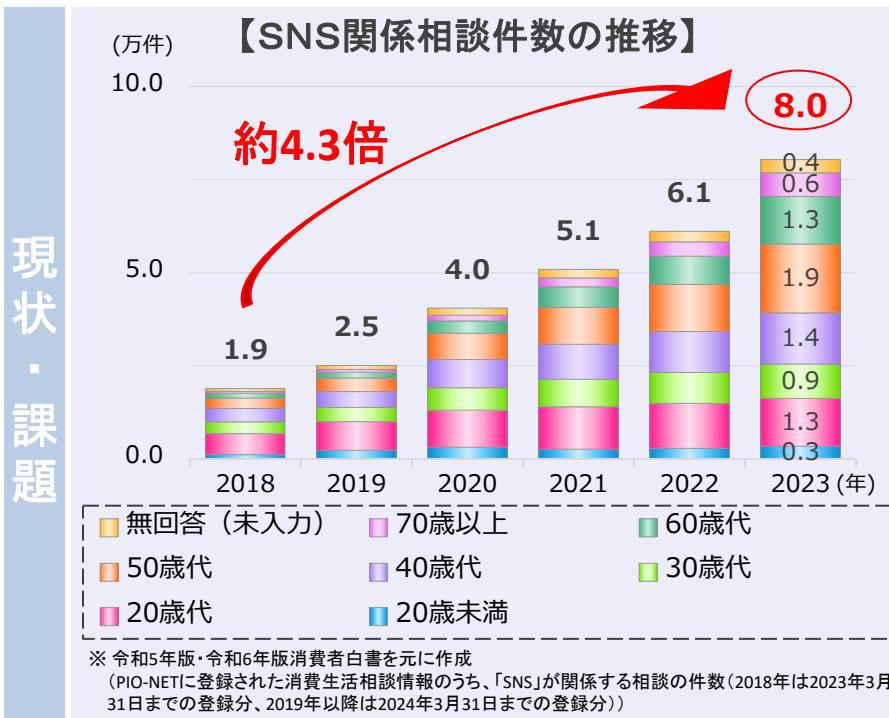
2. 消費者の安全及び自主的かつ合理的な選択の機会の確保

- ・高齢者や子供をはじめ消費者の安全、公正な取引、悪質商法対策、被害の適切・迅速な救済 等

3. 消費者政策推進のための関係部局間の連携

- ・国・地方公共団体の関係部局が連携し、情報共有や役割分担を行い、本計画に基づく施策を推進

【施策事例①】消費者の安心・安全の確保～SNS等を利用したトラブル～



SNS上の投資に係る詐欺的なトラブル

SNSで知り合った人に誘われ、指示どおり海外FX口座を開設して何度も現金を振り込んだが、出金しようとしたら高額なお金を請求された 等

簡単なタスクの副業トラブル

ネット検索した副業広告からLINEに友だち登録したら初期費用無料のはずが電子書籍代を請求された 等



- 「国民を詐欺から守るための総合対策」※に基づき、特殊詐欺やSNS型投資詐欺等に誘導するSNS上の違法・有害情報等から消費者を守る

※ 令和6年6月18日犯罪対策閣僚会議決定

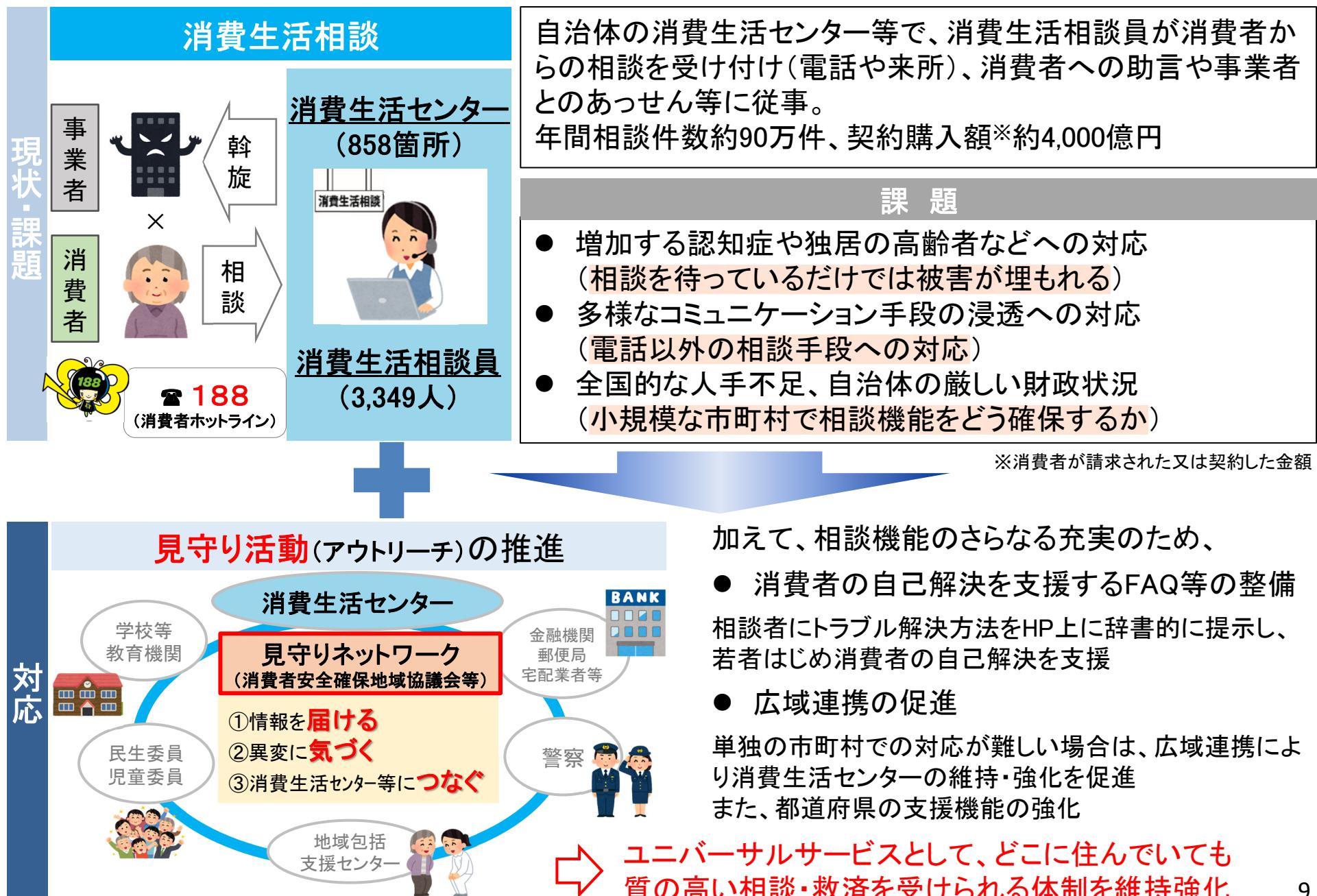
対応

- 具体的には、
 - ・特殊詐欺等の被害実態に注目した広報・啓発等の被害に遭わない環境の構築
 - ・青少年をアルバイト感覚で犯罪に加担させない教育・啓発
 - ・デジタル環境を念頭において、諸外国の規律の動きに注視しつつ、必要な対応

- 消費生活相談体制の充実
(困ったら、一人で悩まず、まず相談)



【施策事例②】誰もが安心・安全に暮らせる生活環境～地方消費者行政の充実・強化～



改訂版 横浜市消費者教育推進の方向性における「方向性の柱」（案）

【方向性 1】効果的な情報発信の強化

- (1) デジタル・アナログ両方の様々な媒体、機会を利用した
 - ・消費生活相談窓口である横浜市消費生活総合センター（以下、「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

に関する効果的・効率的な消費者への情報提供
- (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

【取組例】

- ・様々な媒体・啓発物等による情報発信（啓発物の配布、啓発動画の作成及び公共交通機関のサイネージ・SNS 等のデジタル広告を活用した放映等）

【方向性 2】多様な機関との連携による地域での啓発の活性化

以下の機関等との連携により、地域に密着した啓発を実施する。

- (1) 消費生活推進員の地域に根差した啓発活動の支援及び消費生活推進員が主催する出前講座等への講師派遣等による連携
- (2) 地域ケアプラザをはじめとした福祉関係者との連携を深め、消費者トラブル情報のタイムリーな情報提供や研修の実施による職域の中での消費者の見守りの意識の醸成
- (3) 警察・防犯所管課との連携による消費者被害防止のための啓発の実施及びセンターとの連携の強化
- (4) 防災所管課等との連携による緊急時の消費者被害防止のための平時からの啓発の実施
- (5) 消費者団体との情報交換等の連携強化

【取組例】

- ・各区で活動する消費生活推進員の活動を支援するための研修動画の作成、啓発物の配布
- ・福祉部門との連携体制の構築（地域ケアプラザ等とセンターの専用相談回線の設置、福祉関係職員向け研修の実施、福祉関係者が主催する出前講座への講師派遣、福祉関係者が参加する様々な会議での「職域の中での緩やかな見守り」への協力依頼、地域ケアプラザ等とセンターの連携推進会議の開催等）
- ・防犯分野・警察と連携した啓発の実施
- ・防災部門への定期的な情報提供及び「よこはま防災 e パーク」への啓発物の掲載等

【方向性3】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）

【取組例】

- ・小中学校、高校、特別支援学校等への講師派遣
- ・市内大学と連携した啓発の実施（新入生ガイダンスでの啓発や学園祭へのブース出展、啓発冊子の配布等）
- ・二十歳の市民を祝うつどいでの啓発動画放映等
- ・高齢者向けの啓発冊子や物品等の作成・配布、地域での専門家講師の派遣による出前講座の実施
- ・多言語版啓発リーフレットの作成
- ・親子を対象としたおこづかい講座の実施
- ・企業が実施する新入社員向け研修への消費生活相談員の派遣

【方向性4】協働の推進、関連分野との連携

- (1) 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
- (2) 関連分野（環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育）との連携

【取組例】

- ・弁護士、ファイナンシャルプランナー等との講師派遣における連携
- ・民間事業者や市民団体との協働による啓発の実施
- ・エシカル消費の普及啓発事業に係る関連部局との連携

ヨコハマ e アンケートの実施について

1 趣旨

「横浜市消費者教育推進の方向性（以下、方向性）」の見直しにあたり、「ヨコハマ e アンケート」制度を活用し、市民の皆様から消費生活総合センターの認知度や消費生活に関する情報の入手方法等を調査し、基礎資料としたいと考えています。

アンケートの実施にあたっては、本審議会で設問についてご意見をいただきたいと考えています。

2 「ヨコハマ e アンケート」とは

「ヨコハマ e アンケート」とは、事前に登録していただいたメンバーの方に、インターネットで市政に関するアンケートに回答していただき、その結果を横浜市の事業の企画、効果の測定、改善に役立てるものです。

3 登録メンバー

横浜市内に在住・在勤・在学の 15 歳以上（令和 7 年度 4 月 1 日時点）の方で、インターネット及び電子メールの利用が可能な方。

※メンバー数：4,733 人（令和 7 年 1 月 1 日時点）

4 実施時期

令和 7 年 10 月頃（予定）

5 過去のアンケート結果（別添）

消費生活に関するアンケート（令和 4 年 9 月実施）

消費生活に関するアンケート

実施期間 令和4年9月16日（金）から9月30日（金）

事業所管課 経済局 消費経済課

回答者数 1,312人（回答率：30.9%）

【参考】eアンケートメンバー数 4,246人（9月16日時点）

年代別、横浜市内在住・在勤・在学別の回答者構成比

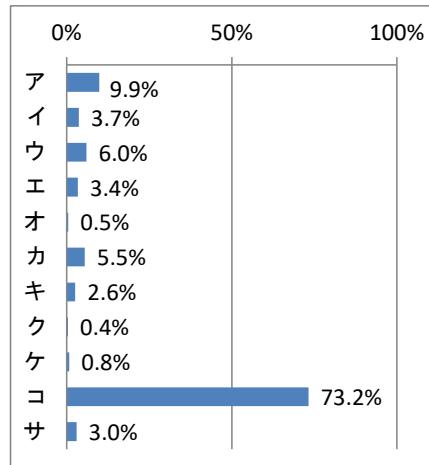
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	計
横浜市内在住	1 (0.1%)	12 (0.9%)	72 (5.5%)	224 (17.1%)	400 (30.5%)	319 (24.3%)	277 (21.1%)	1,305 (99.5%)
横浜市内在勤	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (0.2%)	2 (0.2%)	2 (0.2%)	0 (0.0%)	6 (0.5%)
横浜市内在学	1 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.1%)
計	2 (0.2%)	12 (0.9%)	72 (5.5%)	226 (17.2%)	402 (30.6%)	321 (24.5%)	277 (21.1%)	1,312 (100.0%)

Q1 ここ1～2年の間に、商品の購入やサービスの利用にあたり、次のような被害・トラブルにあった、又はあいぞうになったことはありますか。

※「被害・トラブルにあったことはない」を選択された方は、他の回答を選択しないでください。
(複数選択可)

n = 1,312

ア	商品やサービスの実際の内容が表示や広告と違っていた	(Q2へ)	9.9%	130
イ	「特別価格」や「期間限定価格」など価格の表示や広告にウソがあった	(Q2へ)	3.7%	48
ウ	執拗な勧誘をされた	(Q2へ)	6.0%	79
エ	虚偽の説明をされた	(Q2へ)	3.4%	44
オ	脅されたり契約をせかされたりした	(Q2へ)	0.5%	6
カ	身に覚えのない料金を請求された	(Q2へ)	5.5%	72
キ	不当な料金を請求された	(Q2へ)	2.6%	34
ク	商品やサービスが原因だけがをしたり病気になったりした	(Q2へ)	0.4%	5
ケ	解約ができないなど高額な解約料を請求されたりした	(Q2へ)	0.8%	10
コ	被害・トラブルにあったことはない	(Q5へ)	73.2%	961
サ	その他	(Q2へ)	3.0%	39



その他(抜粋)

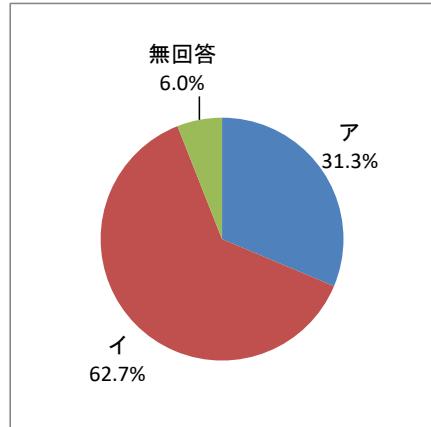
インターネットの詐欺サイトで支払いをして商品が届かなかった。

一見目を引くものの、実際は条件がすごく小さくわかりにくい場所に書いてあることが多い。

Q2 Q1で「ア～ケ」または「サ その他」と回答された方に伺います。
商品の購入やサービスの利用にあたり、被害・トラブルにあった又はあいそうになった時や不満を感じた時に
どこかへ(誰かへ)相談しましたか。
(単一選択)

n = 351

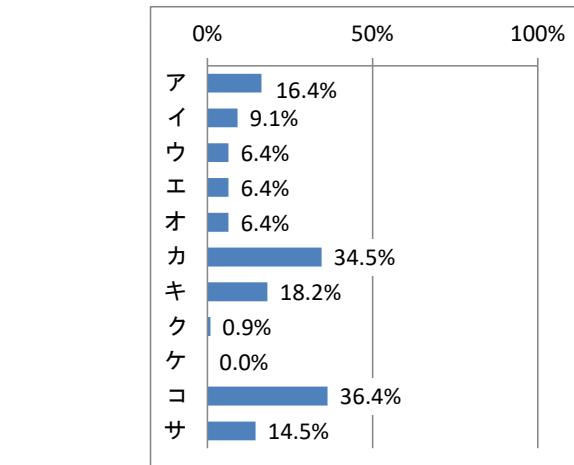
ア 相談した (Q3へ)	31.3%	110
イ 相談しなかった (Q4へ)	62.7%	220
無回答	6.0%	21
	100.0%	351



Q3 Q2で「ア 相談した」と回答された方に伺います。
どこに(誰に)相談をしましたか。
(複数選択可)

n = 110

ア 横浜市消費生活総合センター(最寄駅:上大岡駅)	16.4%	18
イ かながわ中央消費生活センター(最寄駅:横浜駅)	9.1%	10
ウ 国民生活センター(最寄駅:品川駅)	6.4%	7
エ 弁護士	6.4%	7
オ 消費者団体	6.4%	7
カ 家族	34.5%	38
キ 友人・同僚など	18.2%	20
ク 近所や地域の人(民生委員・児童委員などの自治会町内会関係者を含む)	0.9%	1
ケ 消費生活推進員	0.0%	0
コ 事業者(お客様相談窓口等を含む)に直接苦情を申し出た	36.4%	40
サ その他	14.5%	16



その他(抜粋)

クレジットカード会社

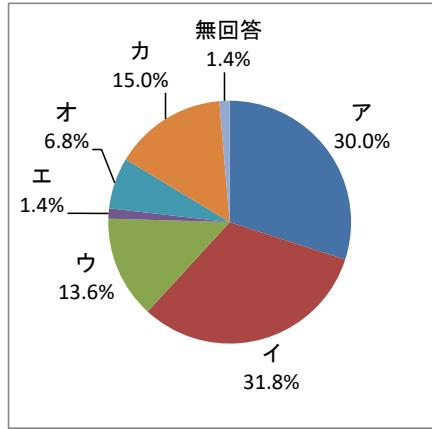
警察

販売者

Q4 Q2で「イ 相談しなかった」と回答された方に伺います。
相談しなかった主な理由は、次のどれですか。
(単一選択)

n = 220

ア	相談しても仕方ないと思った	30.0%	66
イ	相談せず自身で解決しようとした	31.8%	70
ウ	どこに相談すればよいのか分からなかった	13.6%	30
エ	恥ずかしいので誰にも言えなかつた	1.4%	3
オ	相談する適切な相手がいなかつた	6.8%	15
カ	その他	15.0%	33
	無回答	1.4%	3
		100.0%	220



その他(抜粋)

- 自力で解決できた
- 相談するまでの内容ではなかったため
- 明らかに詐欺だったので、無視すれば済むとわかつっていたから

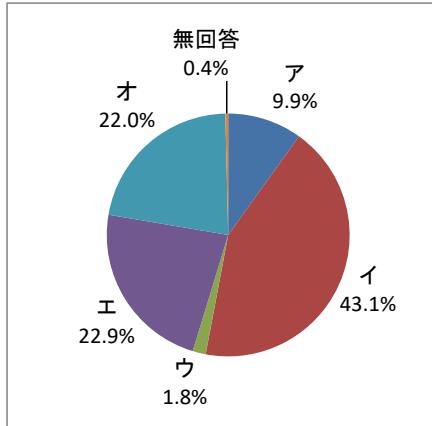
Q5 全員に伺います。
横浜市消費生活総合センター(※)を知っていますか。

※横浜市消費生活総合センター：消費者が購入した商品やサービスにより被害や事故にあった場合、相談を受け付け、消費者に必要な情報を提供する拠点施設。利用対象は横浜市在住・在勤、在学の方。

URL：<https://www.yokohama-consumer.or.jp/index.html>
(単一選択)

n = 1,312

ア	場所や役割まで知っている (Q6へ)	9.9%	130
イ	名前や役割は知っているが場所は知らない (Q6へ)	43.1%	565
ウ	名前や場所は知っているが役割は知らない (Q6へ)	1.8%	23
エ	名前は聞いた事があるが場所や役割は知らない (Q6へ)	22.9%	301
オ	知らない (Q7へ)	22.0%	288
	無回答	0.4%	5
		100.0%	1,312

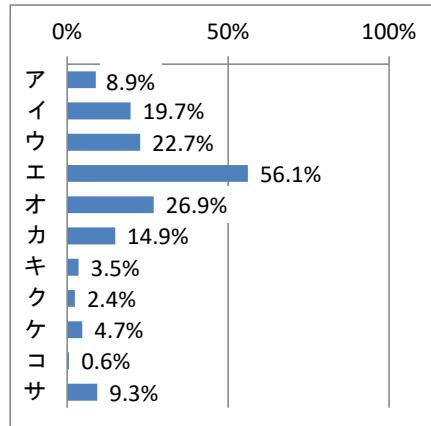


Q6

Q5で「ア～エ」と回答された方に伺います。
横浜市消費生活総合センターをお知りになったきっかけは何ですか。
(複数選択可)

n = 1,019

ア	家族・友人・同僚など	8.9%	91
イ	新聞・雑誌(フリー・ペーパー含む)	19.7%	201
ウ	テレビ・ラジオ	22.7%	231
エ	広報よこはま	56.1%	572
オ	暮らしのガイド	26.9%	274
カ	横浜市消費生活総合センターの広報媒体(情報紙・ホームページ・Twitter・PR物品等)	14.9%	152
キ	講座・講演会	3.5%	36
ク	地域の催し	2.4%	24
ケ	消費生活に関する活動をしている団体(消費者団体やNPO等)	4.7%	48
コ	お助けカード	0.6%	6
サ	その他	9.3%	95



その他(抜粋)

ネット検索

学校の授業

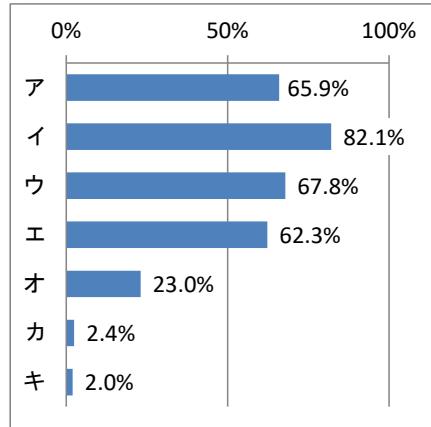
仕事柄

Q7

全員に伺います。
あなたが、商品の購入やサービスの利用の契約をするときに、気をつけていることはなんですか。
※「カ 特に気をつけていることはない」を選択された方は、他の回答を選択しないでください。
(複数選択可)

n = 1,312

ア	本当に必要なものかもう一度よく考える	65.9%	865
イ	価格や条件をもう一度よく確かめる	82.1%	1,077
ウ	他社(店)と比較するなどよく検討する	67.8%	890
エ	それまでの実績などから信頼できる契約相手かどうか確認する	62.3%	817
オ	家族や周りの人に相談する	23.0%	302
カ	特に気をつけていることはない	2.4%	32
キ	その他	2.0%	26



その他(抜粋)

会社や商品の口コミなども参考にする

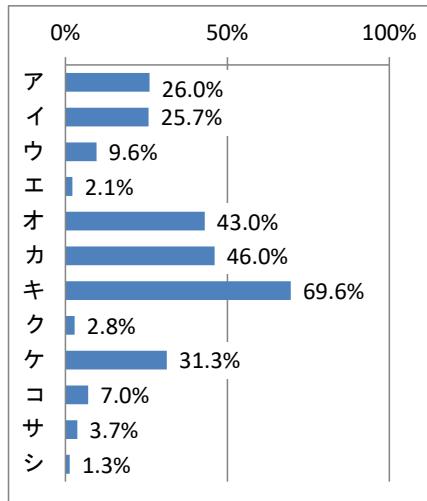
返品やキャンセルのサービスが整っているところで購入するようにしている。

法令で定められている資格の有無、表示を確認している。

**Q8 消費生活全般に関する情報(例えば、商品やサービスの内容・品質、悪質商法、消費生活についての法制度、生活の知恵に関することなど)をどのようにして入手していますか。
※「サ 関心がないので入手していない」を選択された方は、他の回答を選択しないでください。
(複数選択可)**

n = 1,312

ア	家族から	26.0%	341
イ	友人・同僚などから	25.7%	337
ウ	近所や地域(自治会町内会等)の人から	9.6%	126
エ	消費生活推進員からの情報	2.1%	28
オ	新聞・雑誌(フリーペーパー含む)	43.0%	564
カ	テレビ・ラジオ	46.0%	604
キ	インターネットやソーシャルメディア(Facebook・Twitterなど)	69.6%	913
ク	消費生活に関する講座・講演会	2.8%	37
ケ	広報よこはま	31.3%	411
コ	横浜市消費生活総合センターからの発信情報(情報紙・ホームページ・Twitter・メールマガジン等)	7.0%	92
サ	関心がないので入手していない	3.7%	48
シ	その他	1.3%	17



その他(抜粋)

町内の回覧板

国民生活センターの情報配信

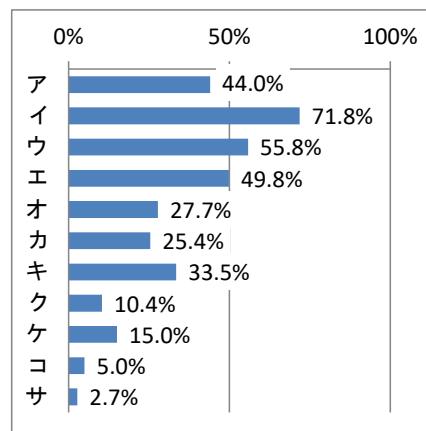
他の自治体の広報紙

Q9

消費生活に関して、どのような情報を提供してほしいですか。
※「コ 特にない」を選択された方は、他の回答を選択しないでください。
(複数選択可)

n = 1,312

ア 消費者問題に関する相談窓口	44.0%	577
イ 消費者が行う取引で生じがちなトラブル(契約・解約など)の実例と対処方法	71.8%	942
ウ 消費者に関わる深い法律や制度(クーリング・オフ制度等)の紹介・解説	55.8%	732
エ 苦情品のテスト結果や商品・サービスの比較調査の結果	49.8%	654
オ 経済・社会・環境へ良い影響を与える商品・サービス(地産地消・フェアトレード・エコマークなど)に関する情報	27.7%	364
カ 生活に役立つ衣食住などの基礎知識	25.4%	333
キ 食品表示や広告表示に関する解説など商品・サービスを選択する際の参考となる情報	33.5%	439
ク 消費者団体・NPO・民間の企業等の消費者向けの活動内容	10.4%	136
ケ 講座や催しなどのイベント開催情報	15.0%	197
コ 特にない	5.0%	65
サ その他	2.7%	35



その他(抜粋)

悪質な業者の実名公開

苦情事例の詳細

実際にトラブルとなった際に弁護士を探すための情報。現状では、弁護士の相談をしようと思っても、つてがないとなかなか難しい。

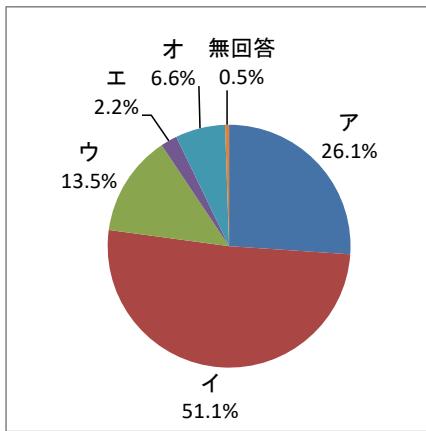
Q10

横浜市では、「消費者市民社会(※)」の実現に向けて、様々な教育・啓発に関する取り組みを進めています。あなた自身は、消費者市民社会の目指す消費行動をとることができる消費者であると思いますか。

※消費者市民社会:一人ひとりの消費者が、社会経済・環境などに与える影響を考えて商品・サービスを選択、購入するなど、それぞれの消費行動を通して、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を指します。
(単一選択)

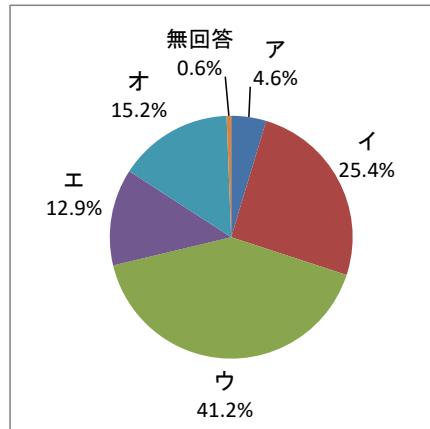
n = 1,312

ア そう思う	26.1%	342
イ ややそう思う	51.1%	670
ウ あまりそう思わない	13.5%	177
エ そう思わない	2.2%	29
オ わからない	6.6%	87
無回答	0.5%	7
	100.0%	1,312



Q11 横浜市では、消費生活に関する様々な情報や学びの機会の提供を行っていますが、知識の習得、情報入手のための機会及びツールの提供は十分であると思いますか。
(単一選択)

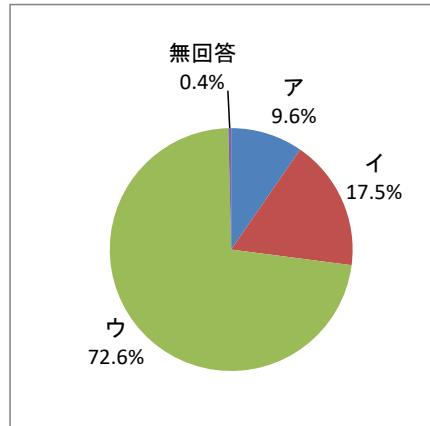
n = 1,312	
ア そう思う	4.6% 61
イ ややそう思う	25.4% 333
ウ あまりそう思わない	41.2% 541
エ そう思わない	12.9% 169
オ どちらともいえない	15.2% 200
無回答	0.6% 8
	100.0% 1,312



Q12 横浜市内で活動を行っている「消費生活推進員(※)」を知っていますか。

※消費生活推進員：消費生活トラブルを未然に防ぎ、地域の皆さんの安全でより良い「消費生活」をサポートすることを目的として、区ごとに活動しているボランティア
URL:<https://www.city.yokohama.lg.jp/kurashi/sumai-kurashi/shohiseikatsu/kurashi/suisin.html>
(単一選択)

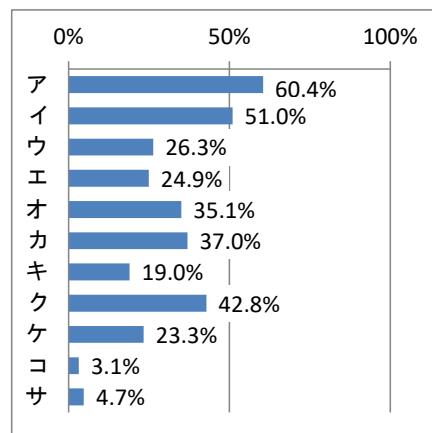
n = 1,312	
ア 名前と役割を知っている	9.6% 126
イ 名前は知っているが役割は知らない	17.5% 229
ウ 知らない	72.6% 952
無回答	0.4% 5
	100.0% 1,312



Q13 高齢者の消費者被害の未然防止や迅速な問題解決のために、どのような対策を強化するべきだと思いますか。
 ※「コ 特に対策は必要ない」を選択された方は、他の回答を選択しないでください。
 (複数選択可)

n = 1,312

ア 地域の掲示板・回覧板を活用した消費者被害事例の周知	60.4%	793
イ 地域の人たちの見守り・声かけや、消費生活推進員の呼びかけ	51.0%	669
ウ 消費者トラブルをテーマにした講座や講演会の開催	26.3%	345
エ 学校での教育を通じた学生による高齢者の見守り	24.9%	327
オ 企業と連携した高齢者への声かけ	35.1%	460
カ インターネットやソーシャルメディア(Facebook、Twitterなど)を利用した情報発信	37.0%	485
キ 消費生活に関するメールマガジンの配信	19.0%	249
ク 情報誌(新聞・雑誌)へ注意喚起の掲載	42.8%	562
ケ 日用品(ティッシュ等)のパッケージへの注意喚起の掲載	23.3%	306
コ 特に対策は必要ない	3.1%	41
サ その他	4.7%	62



その他(抜粋)

テレビや新聞を利用した情報発信

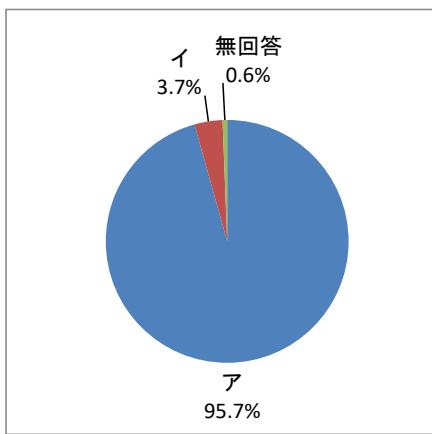
トラブル相談に関する連絡先の周知が最優先。認知症の場合のクーリングオフ期間の大幅延長。

家族とのコミュニケーションの強化

Q14 改正民法が令和4年4月1日に施行され、成年年齢が18歳に引き下げられました。成年年齢が引き下げられたことを知っていましたか。
 (単一選択)

n = 1,312

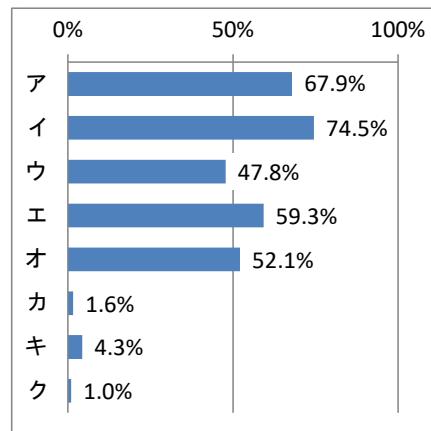
ア 知っている (Q15へ)	95.7%	1,255
イ 知らない (Q16へ)	3.7%	49
無回答	0.6%	8
	100.0%	1,312



Q15 Q14で「ア 知っている」と回答された方に伺います。
成年年齢が引き下げられたことに関して、当事者の消費生活において、どのようなことが危惧されると思いま
すか。
※「キ 危惧されることはない」を選択された方は、他の回答を選択しないでください。
(複数選択可)

n = 1,312

ア	悪質商法などに巻き込まれる危険性	67.9%	891
イ	契約を一人で行えるようになる(ローンを組む・クレジットカードを作る等)	74.5%	978
ウ	未成熟のまま成人としての責任が生まれてしまう	47.8%	627
エ	契約に関する知識がないまま成人を迎えてしまう	59.3%	778
オ	若年者の消費者被害が拡大する	52.1%	684
カ	成年年齢が引き下げられたことを知らない	1.6%	21
キ	危惧されることはない	4.3%	57
ク	その他	1.0%	13



その他(抜粋)

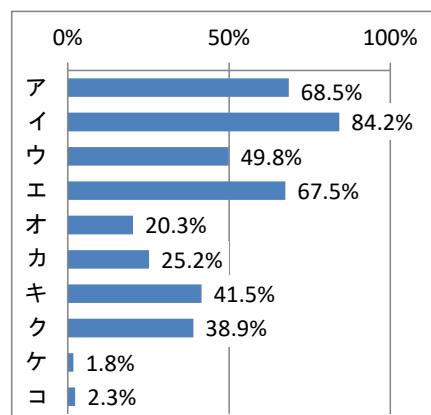
危惧されることはいろいろあるが、成年年齢の引き下げにより直接的にリスクが増えることは少
ないと思う。従来通りあるいはそれ以上に新成人を迎える人たちに、成年の権利と義務を十分に啓
発することが必要だと思います。被害にあったとしても、大きな被害にならないように指導することも
必要ではないでしょうか。

成年年齢の引き下げを理解していないことによる不利益。また、正確な情報を得られるずに、被害
を受けること。

Q16 成年年齢が18歳に引き下げられ、若年者が消費者被害にあわないようにするためにには、どのような対策が
有効だと思いますか。
※「ケ 特に対策は必要ない」を選択された方は、他の回答を選択しないでください。
(複数選択可)

n = 1,312

ア	家庭での教育	68.5%	899
イ	小学校・中学校・高校での教育・啓発	84.2%	1,105
ウ	専門学校・大学等での教育・啓発	49.8%	654
エ	インターネットやソーシャルメディア(Facebook・Twitterなど)を利用した情報発信	67.5%	885
オ	消費生活に関するメールマガジンの配信	20.3%	266
カ	情報誌(新聞・雑誌)へ注意喚起の掲載	25.2%	331
キ	よくある消費者トラブルの注意喚起等の情報をまとめたウェブページの整備・ 内容の充実	41.5%	544
ク	電車内の吊り広告・ディスプレイや映画館等での広告	38.9%	511
ケ	特に対策は必要ない	1.8%	23
コ	その他	2.3%	30



その他(抜粋)

YouTubeやTVのコマーシャルで放映する。

教育する側の教育も必要だと思う。つまり、若年者が被害に遭わないための教育をできる先生(親
も含め)がいない。

商品・サービスを提供する側に対する罰則やルールの強化

Q17

消費生活に関することで、ご意見があれば自由にお書きください。
(自由意見)

(抜粋)

高校生を卒業すると使えるお金の額や行動範囲がぐっと広がるので、お金のやり繩りや契約について練習することができる期間として、20歳以下は保護できる仕組みづくりと、消費者トラブルの相談窓口があることやお金の知識を、高校生までにつけておいた方が良いと思う。

インターネットを介した契約に注意を要することが多いので、悪質な事例を注意喚起するとともに、悪質な業者等の摘発を促進する必要があると思います。

クーリングオフ制度を知らない人が多いと思うので、今以上に事業者に周知させるべき。ローンの仕組み(サービス終了後もローンの支払いだけが残る場合もあることや、ローンや定額払いは、支払い総額が割高になること)についても学べる機会があると良い。

新型コロナウイルス感染症の流行で、この2~3年間人との接触離れが続いているので、特に孤独な高齢者への悪質な商法等で被害が増加しない事を望んでいます。本人だけでは防ぎきれない被害について、企業や社会で見守り助けあえたら良いと思います。

騙す人間が悪いのは当然のことですが、騙されないように教育するのに加え、自分なりの勉強が必要かと思います。詐欺の手口は年々巧妙さを増しているため、対応できるようにならないといけないと思います。

トラブルに関して様々な所からの情報発信が大事。万が一巻き込まれた場合の相談窓口を広報誌等で常に明確にしておく必要があると思います。

横浜市消費生活総合センターは以前利用させてもらいました。相談員の方は親身になって相談を聞いていただき、的確なアドバイスももらいました。このような窓口があるのを知っていることで、安心して生活ができます。加害企業等の罰則を強化して、徹底的に取り締まりをしてほしいです。また、それが迅速にできるように法や条例等を整備してほしいです。被害者である消費者の対応だけでは被害は減らないと思います。

横浜市消費生活総合センターを知らない人が、沢山いると思うので、もっと積極的に市民の安全を守ってほしい。

「そんな事に引っかかる人もいるんだな、でも自分はそんなのには引っかからないから大丈夫だ。」と他人事として捉えている人の方が多いのではないかと思います。地域などにおいて、日頃から声を掛け合うことが高齢者には良いのではないかと思います。子どもに関しては、知識を持たせる事が大事だと思うので、学校などの教育が必要だと考えます。

eアンケート設問案

Q 1	質問文	ここ1～2年の間に、商品の購入やサービスの利用にあたり、次のような被害・トラブルにあった、又はあいそぎになったことはありますか。 ※「コ 被害・トラブルにあったことはない」を選択された方は、他の回答を選択しないでください。
	選択項目	(複数選択可) ア 商品やサービスの実際の内容が表示や広告と違っていた イ 「特別価格」や「期間限定価格」など価格の表示や広告にウソがあった ウ 執拗な勧誘をされた エ 虚偽の説明をされた オ 脅されたり契約をせかされたりした カ 身に覚えのない料金を請求された キ 不当な料金を請求された ク 商品やサービスが原因でけがをしたり病気になったりした ケ 解約ができなかつたり高額な解約料を請求されたりした コ 被害・トラブルにあったことはない サ その他（自由記載欄 有） (⇒Q 2～)
Q 2	質問文	Q 1で「ア～ケ」または「サ その他」と回答された方に伺います。 商品の購入やサービスの利用にあたり、被害・トラブルにあった又はあいそぎになった時や不満を感じた時にどこかへ（誰かへ）相談しましたか。
	選択項目	(単一選択) ア 相談した (⇒Q 3～) イ 相談しなかつた (⇒Q 4～)
Q 3	質問文	Q 2で「ア 相談した」と回答された方に伺います。 どこに（誰に）相談をしましたか。
	選択項目	(複数選択可) ア 横浜市消費生活総合センター イ かながわ中央消費生活センター ウ 国民生活センター エ 弁護士 オ 消費者団体 カ 家族 キ 友人・同僚など ク 近所や地域の人（民生委員・児童委員などの自治会町内会関係者を含む） ケ 事業者（お客様相談窓口等を含む）に直接苦情を申し出た コ その他（自由記載欄 有） (⇒Q 5～)
Q 4	質問文	Q 2で「イ 相談しなかつた」と回答された方に伺います。 相談しなかつた主な理由は、次のどれですか。
	選択項目	(単一選択) ア 相談しても仕方ない・相談するほどのことでもないと思った イ 相談せず自分で解決しようとした ウ どこに相談すればよいのか分からなかった エ 耻ずかしいので誰にも言えなかつた オ 相談する適切な相手がいなかつた カ その他（自由記載欄 有） (⇒Q 6～)
Q 5	質問文	全員に伺います。 横浜市消費生活総合センター（※）を知っていますか。 ※ 横浜市消費生活総合センター：消費者が購入した商品やサービスにより被害や事故にあった場合、相談を受け付け、消費者に必要な情報を提供する拠点施設。利用対象は横浜市在住・在勤、在学の方。 (URL: https://www.yokohama-consumer.or.jp/index.html)
	選択項目	(単一選択) ア 場所や役割まで知っている (⇒Q 6～) イ 名前や役割は知っているが場所は知らない (⇒Q 6～) ウ 名前や場所は知っているが役割は知らない (⇒Q 6～) エ 名前は聞いた事があるが場所や役割は知らない (⇒Q 6～) オ 知らない (⇒Q 7～)

Q 6	質問文	Q 5 で「ア～エ」と回答された方に伺います。 横浜市消費生活総合センターをお知りになったきっかけは何ですか。
	選択項目	(複数選択可) ア 家族・友人・同僚など イ インターネットやソーシャルメディア (YouTube、X、Instagramなど) ウ 横浜市消費生活総合センターの広報媒体 (情報紙・PR物品等) エ 公共交通機関のサイネージにおける動画広告 オ 区役所・市役所のサイネージにおける動画広告 カ テレビ・ラジオ キ 新聞・雑誌 (フリーペーパー含む) ク 広報よこはま ケ 講座、講演会 コ 地域の催し サ 地域の掲示板 シ 消費生活に関する活動をしている団体 (消費者団体やNPO等) ス その他 (自由記載欄 有)
Q 7	質問文	全員に伺います。 消費者ホットライン「188」を知っていますか。 ※ 消費者ホットライン「188」：消費生活の中でトラブルや困ったことについて相談したいときに、全国どこからでも相談できる3桁の電話番号。最寄りの消費生活センターや消費生活相談窓口をご案内します。
	選択項目	(単一選択) ア 知っている (⇒Q 8へ) イ 知らない (⇒Q 9へ)
Q 8	質問文	Q 7 で「ア 知っている」と回答された方に伺います。 消費者ホットライン「188」をお知りになったきっかけは何ですか。
	選択項目	(複数選択可) ア 家族・友人・同僚など イ インターネットやソーシャルメディア (YouTube、X、Instagramなど) ウ 横浜市消費生活総合センターの広報媒体 (情報紙・PR物品等) エ 公共交通機関のサイネージにおける動画広告 オ 区役所・市役所のサイネージにおける動画広告 カ テレビ・ラジオ キ 新聞・雑誌 (フリーペーパー含む) ク 広報よこはま ケ 講座、講演会 コ 地域の催し サ 地域の掲示板 シ 消費生活に関する活動をしている団体 (消費者団体やNPO等) ス その他 (自由記載欄 有)
Q 9	質問文	全員に伺います。 あなたが、普段よく買い物をする場所はどこですか。
	選択項目	(複数選択可) ア 商店街 イ スーパー ¹ ウ コンビニ エ ショッピングセンター オ 百貨店 カ ネットショッピング キ その他 (自由記載欄 有)

Q10	質問文	全員に伺います。 あなたが、普段買い物をするときに利用する主な支払方法はどちらですか。
	選択項目	(単一選択) ア 現金 (⇒Q12へ) イ キャッシュレス決済 (⇒Q11へ)
Q11	質問文	Q10で「イ キャッシュレス決済」と回答された方に伺います。 あなたが、普段よく利用するキャッシュレス決済手段はなんですか。
	選択項目	(複数選択可) ア クレジットカード イ 交通系以外の電子マネー (WAON、nanaco、楽天Edy等) ウ バーコード、QRコード決済 (PayPay、楽天Pay等) エ 交通系電子マネー (Suica、ICOCA等) オ その他スマホ決済 (Apple Pay、Google Pay等) カ デビットカード キ その他 (自由記載欄 有)
Q12	質問文	全員に伺います。 消費生活全般に関する情報（例えば、商品やサービスの内容・品質、悪質商法、消費生活についての法制度、生活の知恵に関することなど）をどのようにして入手していますか。 ※「ス 関心がないので入手していない」を選択された場合は、この設問の他の項目を選択しないでください。
	選択項目	(複数選択可) ア 家族・友人・同僚など イ インターネットやソーシャルメディア (YouTube、X、Instagramなど) ウ 横浜市消費生活総合センターの広報媒体 (情報紙・PR物品等) エ 公共交通機関のサイネージにおける動画広告 オ 区役所・市役所のサイネージにおける動画広告 カ テレビ・ラジオ キ 新聞・雑誌 (フリーぺーぺー含む) ク 広報よこはま ケ 講座、講演会 コ 地域の催し サ 地域の掲示板 シ 消費生活に関する活動をしている団体 (消費者団体やNPO等) ス 関心がない・必要と思わない セ その他 (自由記載欄 有)
Q13	質問文	全員に伺います。 消費生活に関して、どのような情報を提供してほしいですか。 ※「コ 特にない」を選択された場合は、この設問の他の項目を選択しないでください。
	選択項目	(複数選択可) ア 消費者問題に関する相談窓口 イ 契約トラブルや消費者被害の実例や被害にあわないための注意点 ウ 契約トラブルや消費者被害にあってしまったときの対応 (クーリング・オフ等) エ 苦情品のテスト結果や商品・サービスの比較調査の結果 オ 経済・社会・環境へ良い影響を与える商品・サービス (地産地消・フェアトレード・エコマークなど) に関する情報 カ 生活に役立つ衣食住などの基礎知識 キ 食品表示や広告表示に関する解説など商品・サービスを選択する際の参考となる情報 ク 消費者団体・NPO・民間の企業等の消費者向けの活動内容 ケ 講座や催しなどのイベント開催情報 コ 特にない サ その他 (自由記載欄 有)

Q14	質問文	<p>全員に伺います。</p> <p>横浜市では、「消費者市民社会（※1）」の形成に向けた取組の一つとして、「エシカル消費（※2）」の普及・啓発を進めています。</p> <p>あなたは、エシカル消費という言葉を知っていますか？</p>
		<p>※1 消費者市民社会：消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会のこと。</p> <p>※2 エシカル消費：人や社会、地域や環境などに配慮した消費行動を行うこと。</p>
Q15	選択項目	(単一選択) ア 知っている イ 知らない
		<p>全員に伺います。</p> <p>以下はエシカル消費の代表的な行動例です。以下の選択肢の中で、あなたがこれまでに取り組んだことがあるものがありますか？</p> <p>※「ケ 取り組んだことはない」を選択された場合は、この設問の他の項目を選択しないでください。</p>
Q16	質問文	<p>高齢者（概ね60代後半以上）の消費者被害の未然防止や迅速な問題解決のために、どのような対策を強化すべきだと思いますか。</p> <p>※「サ 特に対策は必要ない」を選択された場合は、この設問の他の項目を選択しないでください。</p>
		<p>(複数選択可)</p> <p>ア 服やものを大切に、壊れても直して使う イ 食品ロスを減らすため、お店で手前の商品から取ったり、捨てる部分を減らすなど工夫し ウ 商品を買うときに、レジ袋やエコバッグを使うようにしている エ フェアトレード認証、FSC認証など、認証ラベルのついた商品を購入している オ 地産地消を心掛けている カ 売上金の一部が寄附につながる商品を購入している キ 不要になったものや服を捨てずに、あげたり売ったりしている ク 地域のルールに従ったゴミの分別を徹底している ケ 取り組んだことはない コ その他（自由記載欄 有）</p>
Q17	質問文	<p>壮年～中年層（概ね30代～60代前半）の消費者被害の未然防止や迅速な問題解決のために、どのような対策を強化すべきだと思いますか。</p> <p>※「シ 特に対策は必要ない」を選択された場合は、この設問の他の項目を選択しないでください。</p>
		<p>(複数選択可)</p> <p>ア インターネットやソーシャルメディア（YouTube、X、Instagramなど）を利用した情報発信 イ 公共交通機関のサイネージ等での広告 ウ 消費生活に関するメールマガジンの配信 エ 地域の掲示板・回覧板を活用した消費者被害事例の周知 オ 地域の人たちの見守り・声かけ カ 高齢者福祉に携わる行政職員や高齢者福祉サービスを提供する事業者の見守り・声かけ キ 消費者トラブルをテーマにした講座や講演会の開催 ク 情報誌（新聞・雑誌）へ注意喚起の掲載 ケ 日用品（ティッシュ等）のパッケージへの注意喚起の掲載 コ 企業と連携した高齢者への声かけ サ 特に対策は必要ない シ その他（自由記載欄 有）</p>

Q18	質問文	<p>若年者（概ね20代まで）が消費者被害にあわないようにするためには、どのような対策が有効だと思いますか。</p> <p>※「ケ 特に対策は必要ない」を選択された場合は、この設問の他の項目を選択しないでください。</p>
	選択項目	<p>(複数選択可)</p> <p>ア インターネットやソーシャルメディア（YouTube、X、Instagramなど）を利用した情報発信 イ 公共交通機関のサイネージ等での広告 ウ よくある消費者トラブルの注意喚起等の情報をまとめたウェブページの整備・内容の充実 エ 消費生活に関するメールマガジンの配信 オ 家庭での教育 カ 小学校・中学校・高校での教育・啓発 キ 専門学校・大学等での教育・啓発 ク 情報誌（新聞・雑誌）へ注意喚起の掲載 ケ 特に対策は必要ない コ その他（自由記載欄 有）</p>
Q19	質問文	消費生活に関することで、ご意見があれば自由にお書きください。
	選択項目	