

はじめに

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

第 1 章 市内事業者及び消費生活相談の状況

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

第 2 章 消費者関連法の現状と横浜市の対応

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

第 3 章 事業者と横浜市が連携・協力するにあたっての課題と方向性

1 市内事業者と連携・協力するにあたっての課題

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

2 市内事業者と連携・協力するにあたっての対応の方向性

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

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

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

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

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