

第 10 次横浜市消費生活審議会
第 1 回消費者教育推進地域協議部会

議事次第

平成 27 年 2 月 2 日(月) 午前 10 時から
関内中央ビル 3 階 K302 会議室

1 開 会

2 議 題

- (1) 部会長・会議録確認者の選出について
- (2) 横浜市消費者教育推進の方向性及び平成 27 年度消費者教育推進計画について

3 閉 会

【配布資料一覧】

- 配布資料 1 本部会名簿、第 10 次審議会の部会構成、第 10 次審議会委員名簿及び第 10 次審議会のテーマについて
- 配布資料 2 第 9 次横浜市消費生活審議会報告書「新たな視点での消費者教育について」
- 配布資料 3 横浜市消費者教育推進の方向性(案)及び平成 25 年度消費者教育に関する取組一覧について
- 配布資料 4 横浜市消費者教育の方向性(案) <概要版>

以上

消費者教育推進地域協議部会委員名簿

平成27年2月2日現在

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

敬称略 審議会委員、専門委員毎に五十音順

第10次横浜市消費生活審議会の部会構成

【役割】

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

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

(横浜市消費生活条例より抜粋)

○ 構成 20名以内

第10次 横浜市消費生活審議会

消費者被害救済部会 常設

学識経験者
消費者
事業者

消費者からの申出・付託により紛争のあつせん・調停を行います。

施策検討部会

学識経験者
消費者
事業者

テーマを設定し、課題を抽出し、必要な施策について審議を行います。名称は「施策検討部会」とすることを検討しています。

消費者団体等協働促進事業 審査評価部会

学識経験者
消費者
事業者

協働事業実施団体の審査及び評価を行います。

公募委員選考部会

学識経験者
消費者
事業者

公募委員の選考を行います。

消費者教育推進地域協議部会

学識経験者
消費者
事業者

構成員相互の情報の交換及び調整や、消費者教育推進計画の作成に関して意見を述べます。

第10次横浜市消費生活審議会委員名簿

平成27年2月2日現在

No	委員氏名	所 属
1	いとう ひであき 伊藤 秀秋	(公益社団法人) 日本訪問販売協会 専務理事
2	うえだ まりこ 上田 麻理子	横浜市生活協同組合運営協議会
3	えのもと ひでお 榎本 英雄	(一般社団法人) 横浜市工業会連合会 会長
4	おおおか ひでみ 大岡 秀海	(公益社団法人) 日本通信販売協会 専務理事
5	おおさわ あや 大澤 彩	法政大学法学部法律学科 准教授
6	おかだ のぶひろ 岡田 伸浩	横浜商工会議所 常議員
7	さくま きょうこ 作間 京子	(公益社団法人) 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
8	ささき まさこ 佐々木 真佐子	横浜市消費生活推進員
9	すずき かずこ 鈴木 和子	消費者サポート横浜会
10	すずき たかし 鈴木 隆	家電製品PLセンター センター長
11	すずき よしひと 鈴木 義仁	横浜弁護士会
12	だいが たつや 醍醐 辰也	(一般社団法人) 日本クレジット協会 常務理事
13	たがや としこ 多賀谷 登志子	横浜市消費者団体連絡会
14	たなか まこと 田中 誠	横浜弁護士会
15	まつばぐち れいこ 松葉口 玲子	横浜国立大学教育人間科学部 教授
16	むら ちずこ 村 千鶴子	東京経済大学現代法学部教授・弁護士

敬称略：五十音順

第10次横浜市消費生活審議会のテーマについて

背景

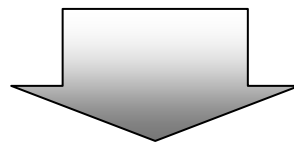
消費者安全法については、平成26年3月11日に行われた第186回国会（常会）に「不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律案」が提出され、衆参両院において可決されています。

しかし、消費者安全確保地域協議会等、地域の安全の取組について、横浜市の地域性に則して、どのように運用し、高齢者に対して見守りを行っていくのかという点について検討する必要があります。

課題：高齢者の消費者被害は顕在化しないため、潜在的な被害者が増加している
 ∴高齢者の相談は、本人以外から相談が寄せられる傾向がある（平成25年度消費者白書 66頁）

大都市の高齢者の独り暮らし世帯は、困ったときに頼れる人がいない割合が大きい（平成25年度消費者白書 30頁）

高齢者の一人暮らしの増加（第5期 横浜市高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画 36頁）



地域における高齢者の見守りの在り方についての検討

具体的には・・・

- ①消費者安全確保地域協議会の在り方
- ②消費生活推進員の在り方
- ③まとめ

新たな視点での消費者教育について

— 報告 —

平成26（2014）年7月

第9次横浜市消費生活審議会

はじめに

横浜市においては、高齢化、高度情報化及び国際化が進展し、経済環境が日々刻々と変化し、消費者被害についても多様化・複雑化が進んでおり、新たな視点による施策の実施が求められている。

消費者問題に関する施策については、平成 24 年 12 月 13 日に消費者の自立支援を目的とする消費者教育の推進に関する法律が施行され、平成 25 年 6 月 28 日に「被害に遭わない消費者」及び「合理的意思決定ができる消費者」を育成し、消費者市民社会を形成するための「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が国から示され、これを踏まえた消費者教育推進計画を定めることが市町村の努力義務とされた。

これまで、横浜市では、昭和 49(1974)年の「横浜市消費者センター」開設後、「消費生活一日教室」、「講演会」、「講師派遣事業」、「展示事業」及び「小中学校等への出前授業」等の消費者教育・啓発に取り組んできており、また情報紙「消費生活情報よこはまくらしナビ」発行やホームページの開設、メールマガジンの配信等、消費者教育・啓発が行われてきたが、社会の変化や消費者教育の推進に関する法律の施行を踏まえて、消費者教育をさらに一層深化させていく必要性が高まってきた。

こうした状況を踏まえ、第 9 次横浜市消費生活審議会では、消費者教育の推進に関する法律を踏まえた横浜市の消費者教育の在り方を検討するために、施策検討部会において、平成 25 年 3 月より 6 回にわたり、議論を重ねてきた。本報告は、これらの議論を踏まえ、3つの新たな視点を設けた上で、横浜市における消費者教育の在り方を示したものである。

第 1 に、消費者教育の内容として、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を設ける。

第 2 に、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り組みを検討するという視点を設ける。

第 3 に、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、横浜らしさという視点を設定する。

これらの 3 つの新たな視点から、本報告を行う。

目次

第1章 消費者教育の内容について	1
第1 概論	1
コラム①「消費者市民社会」とは	2
コラム②「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」について	2
第2 消費者教育の内容の設定について	3
1 消費者被害の未然防止について	3
2 消費行動について	3
コラム③ 横浜市消費生活総合センターについて	4
第2章 消費者教育の情報提供の仕組みについて	5
第1 概論	5
第2 対象別の課題と取組みについて	6
1 学校について	6
2 地域について	8
3 家庭について	9
4 職域について	11
コラム④ 増え続ける高齢者人口	12
コラム⑤ 未成年者のオンラインゲームに関するトラブルが急増	13
コラム⑥ ゲーム会社が行う未成年保護の取組はあまり知られていない	14
第3章 横浜らしい消費者教育について	15
第1 国際都市としての消費者教育について	15
1 国際機関等との連携	15
2 在日外国人への対応	15
第2 地域団体やNPO等との連携について	16
第3 消費生活推進員の活用について	16
コラム⑦ 横浜での生活で困っていることや心配なことがあったときの相談先	17

第1章 消費者教育の内容について

第1 概論

消費者被害は、化粧品成分による健康被害、食品偽装、食の安全を脅かす事件や製品事故のように、新聞等の報道を受けて取り上げられるものが多かった。

そのため、以前から行われていた消費者教育は、悪質商法による消費者被害に遭わないためにはどうしたら良いかという視点が強調されることが多かった。

このように消費者被害の流行に対応して、消費者に対して消費者問題の啓発活動を行ってきたことは、消費者被害を防ぐために一定の意味があったと考えられる。

しかし、特定商取引に関する法律や割賦販売法等により従来の典型的な悪質商法の事案が減少し、被害が多様化・深刻化してきている。

また、「消費」をめぐる課題には、公正で持続可能な発展に貢献するような消費行動をとるという考え方等、幅広い意味があるため、消費者問題の一部である悪質商法を対象としただけでは、「消費」という言葉の意味全体を理解することはできない。

さらに、「消費」という言葉には、サービスの受け手が行うという意味合いが強くなり、主体的に消費生活を送るという積極的な意味に欠ける印象があったといえる。

このような状況において、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いう。）では、「消費者教育」は、「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動」と定義された（消費者教育推進法第2条第1項）。

この定義を踏まえて、消費者教育の内容を再構築することが必要である。

コラム①「消費者市民社会」とは

「消費者市民社会とは、消費者が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です。

それは、一人一人の消費者が、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会経済情勢や地球環境にまで思いをはせて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味します。」

引用元：消費者庁ホームページ：

<http://www.caa.go.jp/information/pdf/130228leaflet.pdf>

コラム②「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」について

文部科学省では、平成 22 年度に「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」(文部科学省)を定め、消費者教育の目的を以下の通り示しています。

- ① 消費者の権利を実現し、消費生活の安定と向上を図るため、消費に関する基礎的・基本的な知識及び技能を習得し、これらを活用して消費者被害等の危機を自ら回避する能力、将来を見通した生活設計を行う能力、及び、課題を解決する実践的な問題解決能力をはぐくむ。
- ② 自己の利益だけを求めるのではなく、他者や社会とのかかわりにおいて意思決定し、よりよい社会を形成する主体として、経済活動に関して倫理観を持って責任ある行動をとれるようにする。
- ③ 消費を、持続可能な社会を実現するための重要な要素として認識し、持続可能な社会を目指してライフスタイルを工夫し、主体的に行動できるようにする。

第2 消費者教育の内容の設定について

消費者教育の内容は、基本的には、具体的な消費者被害の未然防止を目的とした上で、消費者教育推進法が、公正かつ持続可能な社会の意味を含んだ消費者市民社会の形成を目指していることからして、消費行動についても考慮する必要があるといえる。

1 消費者被害の未然防止について

(1) 必要性について

消費者被害は、近年、極めて多様化しており、組織的な犯罪グループによって引き起こされるものもあるため事後的な救済が不可能なものがある。

また、消費者契約法等の消費者を保護するための法律は、6 か月程度の短期消滅時効を定めていることが多いため、被害の救済が困難な事例も多い。

以上の2点から、消費者被害の未然防止の必要性は極めて高い。

(2) 方法について

未然防止の方法については、日々刻々と変化する消費者被害に対応するため、横浜市消費生活総合センターに寄せられる年間2万5千件以上の相談のうち、どの世代に、どのような内容の相談が寄せられているのかを分析し、消費者被害の流行を捉えた上で、消費者教育の内容としてふさわしいものを設定する必要がある。

平成25年度消費生活相談概要（巻末資料）によると、相談内容では、アダルト情報サイトや出会い系サイトなどの「デジタルコンテンツ」が相談全体の16.6%を占め、70歳以上を除く各年代で第1位となっている。

そこで、デジタルコンテンツに関する消費者被害を未然に防止するための消費者教育を行うことが喫緊の課題である。

2 消費行動について

公正かつ持続可能な社会、すなわち消費者市民社会の形成を目指すためには、消費者被害を未然に防止するだけでなく、消費者の行動にも注目すべきである。

例えば、食育は人間の「食べる」という最も基本的な消費行動についての教育であるし、情報リテラシーは消費者がどのような消費行動をとるかを判断する際に必要な力であるという点で、消費行動に関わるものである。

このような消費行動に関係する事柄についても、消費者教育の内容として考慮すべきである。

コラム③ 横浜市消費生活総合センターについて

横浜市消費生活総合センターは、市民の皆さんの安全で快適な暮らしを実現するための拠点施設として、消費生活相談、消費生活情報の提供、消費者活動の支援などを行っています。

商品・サービスの契約トラブルなど、消費生活に関する相談を受け付けています。困ったとき、まずは、お電話ください。

横浜市消費生活総合センター		携帯メールマガジン：登録受付中 「はまの夕焼けメール」 yokohama@star7.jp  <small>QRコード からも 登録できます</small>
相談専用電話	TEL.845-6666 FAX.845-7720	
受付時間	平日 9:00～18:00 土日 9:00～16:45 <small>※祝日・休日、年末年始12/29～1/3を除く</small> http://www.yokohama-consumer.or.jp	

第2章 消費者教育の情報提供の仕組みについて

第1 概論

消費者問題に関連する情報は、消費者の側からアクセスしない限り、有益な情報が得にくいというのが現状である。そこで、特に消費者からアクセスしなくても情報が得られるような、情報提供の仕組みづくりが必要である。

他方で、年代や領域等によって、消費者教育を行う者、すなわち担い手が異なることに加えて、他の担い手と連携する場合に、連携する相手方が異なることや、消費者教育推進法において、消費者センターを消費者教育の拠点とすることが規定されたことも考慮する必要がある。

なお、学校、地域、家庭及び職域という分け方をした場合には、相互に重なり合う部分が生じるが、このことは、重層的な生活圏域において多くのコミュニティやネットワークに関わっていることを意味するので、その分、手厚く消費者教育を行える点で、適切であると考えられる。

第2 対象別の課題と取組みについて

1 学校について

(1) 課題

今までも消費者行政に関係する部署と、教育行政に関する部署は連携をしてきたが、これからは、より密接に連携するための仕組みづくりをどのように行っていくかという点が課題である。

(2) 取組み

ア 小学校、中学校及び高等学校

小学校、中学校及び高等学校における消費者教育については、社会科や家庭科の授業の一部で行われている。

しかし、自立した消費者を育成するためには、早い時期から消費者問題や消費行動について学ぶことが有効である。

そのために、今後は、授業形式とは別の方法によることを含め、消費者行政と教育行政が連携して取組むための仕組みをつくる必要がある。

(ア) 小学校及び中学校

小学生は、主体的な行動や、社会や環境への興味を通して消費者としての素地の形成が望まれる時期であり、中学生は、行動の範囲が広がり、権利と責任を自覚し、トラブルの解決方法の理解が望まれる時期である。

他方で、この時期には、興味や関心を持つことができるような方法によって消費者教育を行わないと、記憶に残らないおそれがある。そのため、教員が一方的に話すような講義型学習形式のみではなく、生徒が課題に主体的に取り組む参加型の学習教育手法を用いる必要がある。

また、生徒のみではなく、親にも消費者教育に対する関心を持ってもらうために、授業参観において消費者問題を取り上げることで、親と生徒に対して、同時に消費者教育を行うことも効果的である。

さらに、例えば、小学生や中学生にとって身近な教員等が、消費者関係のグループを立ち上げて教材を作る等のクラブ活動が活発化することによって、消費者行政と教育行政の連携が広がっていくことも考えられる。

(イ) 高等学校

高校生は、卒業をすれば、就職をしたり、一人暮らしを始める場合もあるため、消費者被害に遭う可能性が高まる。そこで、生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断をする力を身に付けることが望まれる時期である。

そして、社会に出れば持つことになるかもしれないクレジットカードや、購入するかもしれない株や金融商品等についての理解を深めることが大事な時期でもある。また、悪質商法による消費者被害に遭わないように、消費者教育を行う必要性が高い。

他方で、小学校や中学校よりも社会に対する理解が高まってくるので、緩やかなグループが担い手となって、主体的に消費者教育の実践ができる時期でもある。例えば、消費者問題や金融について興味があるけれども学習できない生徒のために、緩やかなサークルを立ち上げ、教科等とも連携した取組みを行うなど様々な手法が考えられる。

このような柔軟な取組みにより、消費者教育を普及させていくことが重要である。

イ 大学・専門学校等

大学生は、生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期である。

この時期には、一人暮らしを始めることもあるため、消費者被害に遭う可能性が高くなり、インターネットの出会い系サイトや通販等のトラブルに加え、就職活動中の学生に対して就職用高額商品等の購入を強引に迫る等特有の事案もある。

このため、自立した消費者として行動する際の正しい知識を身に付けるための消費者教育を行うことが望ましい。

これまでも新入生ガイダンス等での啓発リーフレット配布や、インターンシップ生の受入れ及び悪質商法の被害防止に向けた出前講座の開催等を実施し、消費者教育に取り組んできたが、一回で終了するイベントのようなものが多かった。しかしながら、一回で終了するものよりも継続的に行うものの方が教育効果が高いことから、授業等に消費者教育を取り入れること等によって、消費者教育を推進する必要がある。

大学・専門学校等は、小学校、中学校及び高校に比べ、カリキュラ

ムの自由が利きやすいことから、既存の枠にとらわれない消費者教育をすることも可能である。

また、業界団体等が大学と連携して取り組んでいる消費者教育の例があれば、それを積極的に支援することも考えられる。

さらに、横浜市としては、大学・都市パートナーシップ協議会や、横浜市政策局大学調整課と連携して、学生相談窓口担当教職員向け研修を加える等、消費者教育の仕組みをつくることも検討するべきである。

2 地域について

(1) 課題

地域では、様々な年代、ライフスタイルの異なる市民が生活しているので、高齢者等の見守りについて福祉関係部門等と連携する等、様々な担い手とともに包括的に取り組むことが必要となる。

特に、高齢化が急速に進展しているので、高齢者対策は喫緊の課題である。

高齢者の中には、退職金等により資産を有している人々がおおり、また、加齢により判断力が低下していることがあるので、高齢者を狙った悪質な業者による消費者被害を受ける可能性がある。

他方で、地域に貢献するために積極的に活動している高齢者もいることから、このような高齢者に協力してもらうことも含めて、見守りの必要な高齢者をどのように見守るかを検討する必要がある。

(2) 取組み

ア 身近な消費者教育の担い手について

地域では、すでに福祉の視点から数多くの見守り活動が行われている。その中に消費者被害を防ぐ見守りの視点を入れることが重要である。消費生活推進員、自治会・町内会役員及び民生委員等が近所に住む高齢者や学生に消費者被害を防ぐ視点からの声の掛け合いがあるような地域づくりや、市民利用施設の協力を得ながら進めていくことが必要である。

特に、消費生活推進員については、教材の開発を自主的に行えるよう支援をしたりすることにより、地域や各家庭への情報提供を積極的に行う地域の核となることが考えられる。

このように、見守りの必要な高齢者にとって身近な人から、消費者被害に遭いやすい高齢者や学生に対して声掛けが日常的に行われる地

域を形成していくことが、消費者市民社会の実現につながっていくと考えられる。

消費者安全法では、消費者安全確保地域協議会の設立が検討されているが、横浜市では、既存団体を活用して、消費者被害の未然防止や消費行動を意識した見守りをお願いしていくことによって、実効性を高めていくことも考えられる。

また、地域で活動している消費者問題の啓発に関する団体等の情報発信力を強化するよう支援することにより、これらの団体等の情報が地域のボランティア団体、自治会及び町内会等の地域の各団体や消費者へ提供され、周知されていく必要があると考えられる。

さらに、積極的に地域に関わっている高齢者が、その経験を生かして消費者教育の担い手となっていくことも考えられる。

イ 高齢社会における消費者教育の対象者について

高齢期は、周囲の支援を受けつつも、人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会の構築に生かす時期である。

他方で、核家族化が進み、独居高齢者が増え、高齢者の孤立化の進んでいる今日の社会状況においては、高齢者が自ら社会とつながりを持つように促すとともに、地域で支援体制を築くことによって、消費者被害に遭わないように見守ることが必要となる。

ウ 連携について

高齢者の利用する介護サービスを行う福祉関連事業者や、一人暮らしの高齢者へ配達することもある宅配業者については、高齢者と面と向かって接することが多いため、一人暮らしの高齢者のもとに膨大な量の荷物が届いたりするという異変に気付くことができる。

こうしたことから、福祉関連事業者や宅配業者と横浜市が連携をしていくことも望まれる。

3 家庭について

(1) 課題

未成年者のオンラインゲームに関するトラブルが急増している（コラム⑤）。ゲーム会社が行う未成年保護の取組として行われている調査（コラム⑥）によると、子どもはオンラインゲームに関するトラブルに遭うことがある一方で、親は、そのようなトラブルを防ぐ取組について十分に把握していないという結果が出ている。こうしたことから、オンライ

ンゲームについて、親に対する教育を行う必要性が高い。

また、家庭では、昨今「食育」の必要性が高まっているが、その中に、消費者教育の視点も盛り込んでいく必要がある。

(2) 取組み

ア 認識の差の解消について

例えば、携帯電話でゲームをやっていると知らないうちに課金されているというケースが消費者被害としてとりあげられることがある。子どもがゲームをするのは家庭であることが多いので、ゲームをしている子どもに対して、課金の仕組みや責任の負担などについて、親が指導できるように啓発・教育することが必要である。

具体的には、保護者が活用できる啓発資料の開発や、危害・安全情報の周知を行ったりすることが考えられる。周知については、教育関係部署と連携をして、学校から情報提供をするのが効率的であるかもしれない。

また、早期からの教育をするため、乳幼児を連れた保護者が受講できる講座の開催を検討することも考えられる。これには、例えば消費生活総合センターによる消費者教育に関する親子教育を強化していくこと等も必要である。

このような取組みを行えば、子どもの世代と親の世代における認識の差を解消することができるかもしれない。

イ 家庭での食育との関連付けについて

平成26年度食育白書（本編）43頁によると、ライフスタイルの多様化などにより、家庭や社会の影響を受けやすい子供たちの生活習慣の乱れが、学習意欲や体力・気力の低下の要因の一つとして指摘され、子どもに最も身近な立場にいる親が、食育の担い手となることが必要とされている。

家庭で育むべき食育の中にも、消費者市民としての教育を組み入れて、例えば、保護者と子どもが買い物に行って、実践的に食品の安全性や食品表示について話し合いをすることで実践的に消費者市民力を上げていく姿が生まれてほしいものである。

4 職域について

(1) 課題

職域においては、業界団体や企業が担い手となること等を検討することによって、消費者教育を行う仕組みをつくることが課題である。

(2) 取組み

消費者教育の対象者は、精神的経済的に自立し、消費者市民社会の構築に様々な人々と協働し取り組む時期にある成人が中心となる。

具体的に消費者教育を進める際には、市と業界団体との連携と、個々の企業による取組みが課題となりうる。

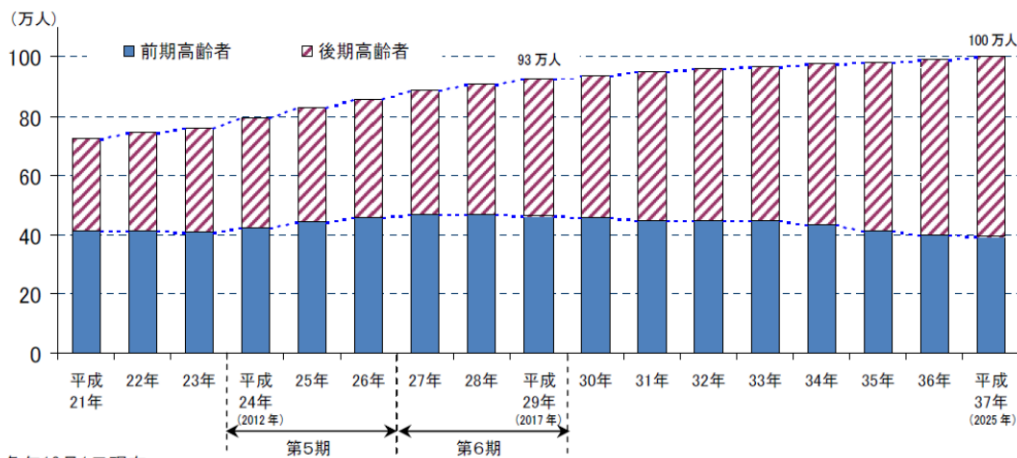
まず、市と業界団体との連携について、既に消費者教育を行っている業界団体を積極的に支援したり、業界団体が作成している教材を企業と共有することにより、消費者教育を進めることが考えられる。

次に、企業については、まずは消費者教育の必要性について理解を求めた上で、社会経験の少ない新入社員研修において、消費者教育を実施し、生涯にわたり消費者市民として生活していく力を育んだり、退職を控えた社員に対する研修を実施することにより、退職金を狙った悪質商法による被害を未然に防止することも有意義である。また、社会の基幹を担う中堅職員への消費者市民としての研修が充実していくことによって、生活者としても家庭や地域へ消費者市民社会についての理解を浸透させる一翼となってもらえることができる。加えて、企業人としてのコンプライアンスや企業の社会的責任に対する意識を高めることができると考えられる。

コラム④ 増え続ける高齢者人口

横浜市の将来推計人口では、高齢者の増加傾向は今後も続き、平成 23 年（2011 年）には、76 万人（高齢化率 20.6%）、いわゆる団塊の世代が高齢期を迎える平成 26 年（2014 年）には高齢者数は 86 万人、後期高齢者となる 37 年（2025 年）には 100 万人、高齢化率は 26.7%に達し、特に 75 歳以上の高齢者数の増加が見込まれます。

〔 横浜市の人口の推移 〕



各年10月1日現在

	平成 21 年	22 年	23 年	24 年	25 年	26 年	平成 29 年	平成 37 年
総人口	366 万人	368 万人	369 万人	370 万人	371 万人	372 万人	374 万人	374 万人
高齢者人口 指数 < 100.0 >	73 万人 < 100.0 >	74 万人 < 101.4 >	76 万人 < 104.1 >	79 万人 < 108.2 >	83 万人 < 113.7 >	86 万人 < 117.8 >	93 万人 < 127.4 >	100 万人 < 137.0 >
高齢化率	19.9%	20.1%	20.6%	21.4%	22.4%	23.1%	24.9%	26.7%
75 歳以上 の人口 指数	31 万人 < 100.0 >	33 万人 < 106.5 >	35 万人 < 112.9 >	37 万人 < 119.4 >	39 万人 < 125.8 >	40 万人 < 129.0 >	46 万人 < 148.4 >	61 万人 < 196.8 >
後期高齢 者の割合	42.5%	44.6%	46.1%	46.8%	47.0%	46.5%	49.5%	61.0%

注: 横浜市の将来推計人口に基づく、< > 内の指数は、平成 21 年を 100 とした指数

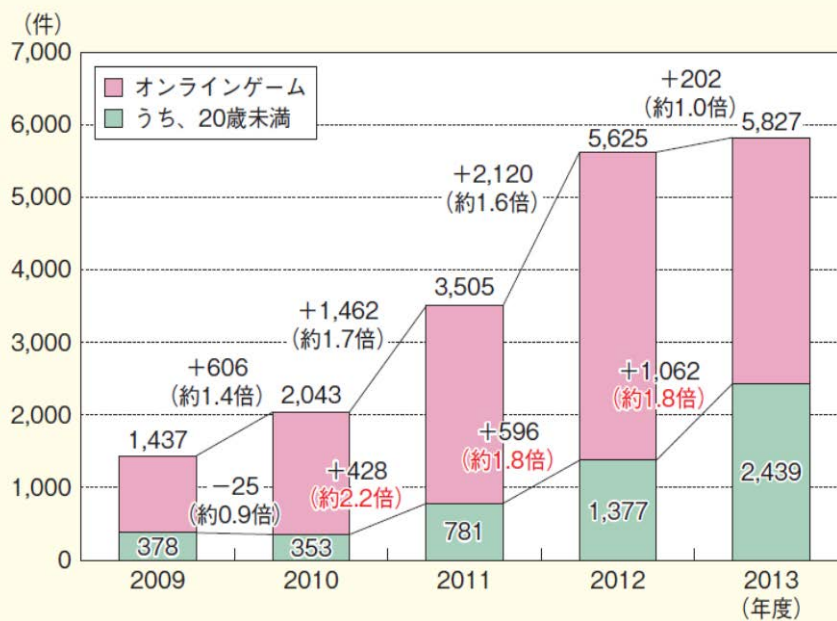
コラム⑤ 未成年者のオンラインゲームに関するトラブルが急増

平成 26 年度消費者白書 73 頁から 75 頁によると、未成年者のオンラインゲームに関するトラブルが急増しています。

オンラインゲームとは、インターネットに接続して利用するゲームを指します。ゲームの基本部分は無料で、ゲームをより有利に進めるための多くのオプション（アイテム等）が有料で提供される形式のものが一般的となっています。

「オンラインゲーム」に関する消費生活相談は近年増加傾向にあり、2013 年度の総数は、全国で 5,827 件でした。このうち、未成年者に関する相談件数は、2010 年度以降、毎年度約 2 倍のペースで増加しており、2013 年度は 2,439 件と全体の約 4 割を占めています。

図表2-2-28 未成年者のオンラインゲームに関するトラブルが急増している

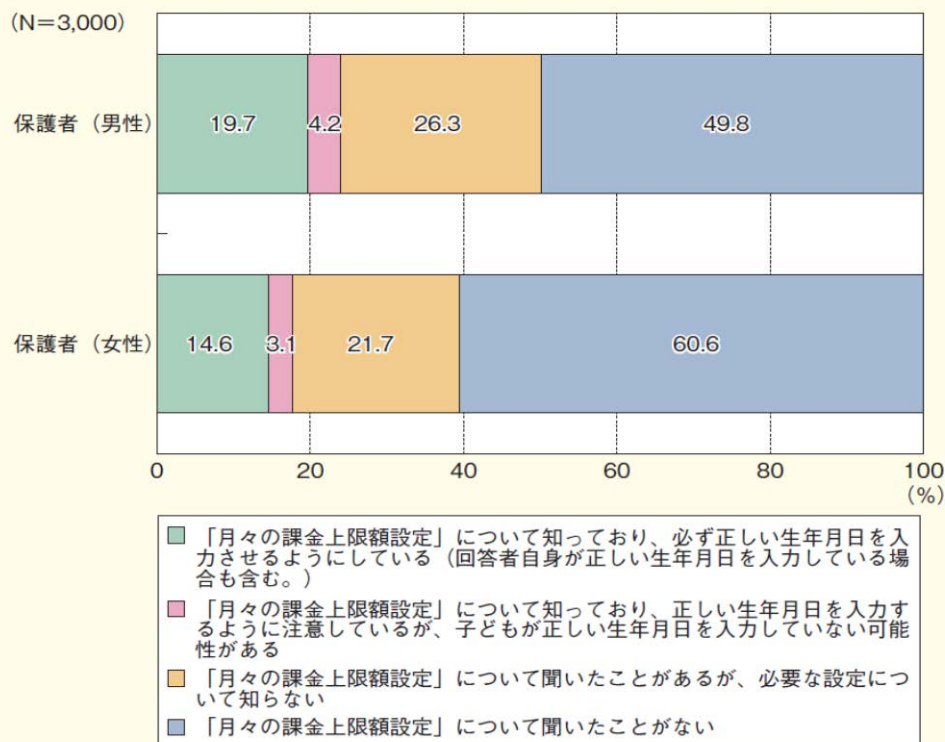


(備考) PIO-NETに登録された「オンラインゲーム」に関する消費生活相談情報 (2014年4月30日までの登録分)。

コラム⑥ ゲーム会社が行う未成年保護の取組はあまり知られていない

平成 26 年度消費者白書 81 頁によると、未成年者によるオンラインゲームへの課金が社会問題化していることを受け、複数のゲーム会社では未成年者保護の取組みとして、「月々の課金上限額設定」や「課金制限機能（ペアレンタルコントロール等）」を導入していますが、消費者庁が行った「消費生活に関する意識調査」によると、この「月々の課金上限額設定」を子どもに必ず利用させている保護者は 2 割以下にとどまっております。また、「課金制限機能（ペアレンタルコントロール等）」は約 1 割程度の保護者しか設定していません。いずれも保護者が男性である方が知っている割合が大きく、対応している傾向があります。

図表2-2-37 「月々の課金上限額設定」を必ず利用させている保護者は 2 割以下



(備考) 1. 消費者庁「インターネット調査「消費生活に関する意識調査」(2013年度)。
 2. 「あなたは複数のゲーム会社が未成年者保護の取組として行っている「月々の課金上限額設定(※)」を御存知ですか。また、あなたはその機能を使用するために必要な設定を行っていますか、又は行わせていますか。(※) オンラインゲーム利用時に正しい生年月日を入力することで、未成年のユーザーに対してゲーム会社が定めた「月々の課金上限額」が自動的に適用される仕組み。」との問に対する回答。

第3章 横浜らしい消費者教育について

1859年に横浜港が開港して以来、国際都市として発展を続けており、平成26年7月1日現在、政令指定都市として首位の3,709,777人の人口を抱えている。また、平成23年度では、市内総生産額（GDP）は約12兆5960億円で、東京、大阪に次いで第3位に位置している。OECD諸国と比較すると、28位ニュージーランドと29位ハンガリーの間に相当するほどの規模を有する大都市である。

このように、人口的にも経済的にも大都市であり、国際色豊かな特色を有する横浜市においては、大都市としての市民のつながりの強さや国際性を生かした、横浜らしい取組みができると思う。

第1 国際都市としての消費者教育について

1 国際機関等との連携

横浜市は、1859年の横浜港開港以来、国際都市として発展しており、国際熱帯木材機関（ITTO）、国際連合食糧農業機関日本事務所（FAO）及びJICA横浜等の国際的な機関が立地している。

これらの国際機関等とイベントを共催したり、後援をするというような緩やかな連携をすることや、協力して消費者教育のための教材を作成する等、消費者教育に関する取組みを行っていくことが考えられる。

また、横浜市の外郭団体である公益財団法人横浜市国際交流協会（YOKE）が、多文化共生や、国際協力の推進に取り組んでおり、これらの部署と共に消費者行政の在り方を検討することも必要である。例えば、同協会が運営する横浜市国際学生会館では、市民と留学生との交流事業や、国際理解促進事業を行っており、これらの事業において、消費行動に関するテーマを扱うことも考えられる。また、YOKEを通じて各区の国際交流ラウンジに情報を提供したり、国際交流ラウンジが行う事業・イベントに消費者教育の要素を取り入れることも考えられる。

2 在日外国人への対応

横浜市に在住している多くの外国人への配慮をするべきである。横浜市は、76,218人の外国人人口を有している（平成26年4月末現在）ため、横浜市内に住んでいる外国人を消費者被害から守るという視点や、消費行動に関する教育をすることも有用である。

横浜市政策局が平成25年7月に行い、市内在住外国人のうち満20歳以

上の人を対象とした平成 25 年度横浜市外国人意識調査結果報告書（コラム⑦）等を踏まえて、今後の消費者教育を検討する必要がある。

もっとも、在日外国人が消費者問題に関してどのようなことで困っているのかという点等については十分に把握できていないので、例えば、横浜市国際学生会館や市内大学の集まる各大学の国際交流センター等において、留学生から消費者問題に関してどのようなことで困っているのかという点や、各国でどのような消費者教育がなされているのかという点等について、調査をすることも有益である。

また、国際機関等との連携をすることによって、消費者被害に関する情報の共有や、消費行動についての意識を高めることが考えられる。

第2 地域団体やNPO等との連携について

横浜市は、自治会町内会への加入率が大都市の中では比較的高く、NPO等の市民団体の活動が活発であることから、市民が積極的に参画して消費者教育を行う下地がある。

すなわち、平成 11 年 3 月に「横浜市における市民活動と協働に関する基本方針（横浜コード）」を定め、平成 12 年には、横浜市市民活動推進条例を施行し、平成 24 年に横浜市市民協働条例を制定する等、市民団体との連携に積極的に取り組んでいる。

特に、「公共的なサービスを担う異なる主体が、地域課題や社会的な課題を解決するために、相乗効果をあげながら、新たな仕組みや事業を作り出したり、取り組むこと」と定義される協働の考え方は、消費者教育を推進する有用な手段となると考えられる。消費者問題に関わる団体に関わらず、国際的な活動を行っている団体や、環境問題に携わっている団体に、横浜市における消費者教育の視点を持って活動してもらうことは、消費者教育の取り組みが広がることにつながる。

すでに、横浜市には、消費者団体と共に消費者に対する啓発等を行う消費者団体等協働促進事業という事業があり、また、消費者問題に取り組む横浜市内の消費者啓発団体が培ってきた情報もある。このような情報が、自治会・町内会やボランティア団体等地域の各団体へ広く提供され、地域への周知に結び付くよう、これらの団体の情報発信力の強化を支援していく必要がある。

第3 消費生活推進員の活用について

横浜市では、消費者の主体的活動を促進し、市民の安全で快適な消費生活の推進を図ることを目的として、消費生活推進員制度が昭和 56 年に発

足した。平成 24 年度末現在、その人数は約 1,600 人であり、横浜市独自の制度として今日まで続いている。

また、横浜市の自治会・町内会の加入率は、100 万人以上の政令指定都市の中では、仙台市、名古屋市について 3 番目となっている。

消費生活推進員が、自治会・町内会の組織率が比較的高い横浜市において、地域に密着したキーアクターとして、消費者市民社会の視点を地域における消費者教育に取り入れることにより、横浜らしい取り組みができると考えられる。

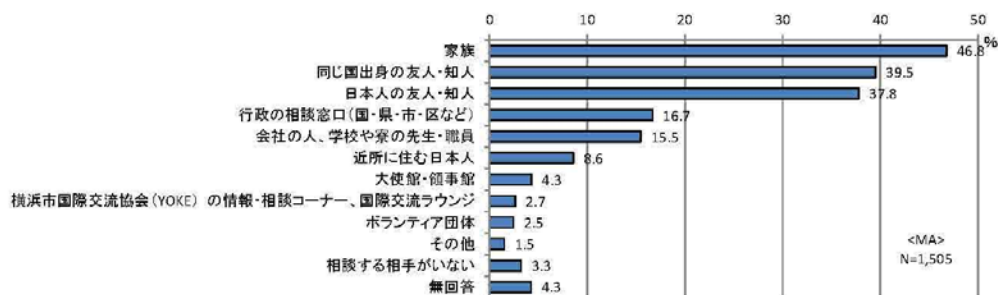
現在、地域の集会所等において、悪質商法被害未然防止講座を開催しているが、今後は、消費生活推進員のさらなる研修等によりレベルアップを図り、消費生活推進員が企画する消費者教育に関するイベント等を活発にした啓発の推進を図るべきである。

コラム⑦ 横浜での生活で困っていることや心配なことがあったときの相談先

平成 25 年度横浜市外国人意識調査の調査結果報告書 5 頁によると、横浜での生活で困っていることや心配なことがあったときの相談先としては、「家族」が 46.8%、「同じ国出身の友人・知人」が 39.5%、「日本人の友人・知人」が 37.8%となっている。

横浜での生活で困っていることや心配なことがあったときの相談先

相談先では、「家族」46.8%、「同じ国出身の友人・知人」39.5%、「日本人の友人・知人」37.0%



審 議 経 過

開 催 日	主な審議事項
平成 24 年 12 月 20 日	<p>【第 9 次第 1 回横浜市消費生活審議会】</p> <p>会長、副会長の選出後、施策検討部会の審議テーマが「新たな視点での消費者教育について」とされた。</p> <p>会長により、消費者被害救済部会委員 8 名、施策検討部会委員 8 名、消費者団体等協働促進事業審査評価部会委員 3 名が指名された。</p>
平成 25 年 3 月 21 日	<p>【第 1 回施策検討部会】</p> <p>(1) 部会長の選出について</p> <p>(2) 施策検討部会の運営について</p> <p>(3) その他</p>
平成 25 年 5 月 31 日	<p>【第 2 回施策検討部会】</p> <p>(1) 国の動向について</p> <p>(2) 各領域における提言内容の検討について</p>
平成 25 年 8 月 1 日	<p>【第 3 回施策検討部会】</p> <p>(1) 国の動向について</p> <p>(2) 各領域における提言内容の検討について</p>
平成 25 年 10 月 31 日	<p>【第 4 回施策検討部会】</p> <p>(1) 国の動向について</p> <p>(2) 各領域における意見等の検討について</p>
平成 26 年 1 月 29 日	<p>【第 9 次第 2 回横浜市消費生活審議会】</p> <p>(1) 消費者被害救済部会報告について</p> <p>(2) 消費者団体等協働促進事業審査評価部会報告について</p> <p>(3) 公募委員選考部会報告について</p> <p>(4) 施策検討部会報告について</p>
平成 26 年 3 月 7 日	<p>【第 5 回施策検討部会】</p> <p>(1) 第 9 次横浜市消費生活審議会報告「新たな視点での消費者教育について」(案)について</p>
平成 26 年 6 月 2 日	<p>【第 6 回施策検討部会】</p> <p>(1) 第 9 次横浜市消費生活審議会報告「新たな視点での消費者教育について」(案)について</p>

第9次横浜市消費生活審議会委員名簿

敬称略 50音順

No	委員氏名	所 属
1	いとう ひであき 伊藤 秀秋	(公益社団法人) 日本訪問販売協会 専務理事
2	うえだ まりこ 上田 麻理子	横浜市生活協同組合運営協議会
3	おおおか ひでみ 大岡 秀海	(公益社団法人) 日本通信販売協会 専務理事
4	おおさわ あや 大澤 彩	法政大学 法学部法律学科 准教授
5	おおつか みゆき 大塚 美雪	横浜市消費者団体連絡会
6	おかだ のぶひろ 岡田 伸浩	横浜商工会議所 常議員
7	さくま きょうこ 作間 京子	(公益社団法人) 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会
8	ささき まさこ 佐々木 真佐子	横浜市消費生活推進員
9	さとう のぶお 佐藤 信夫	(一般社団法人) 横浜市工業会連合会 前会長
10	すずき かずこ 鈴木 和子	消費者サポート横浜会
11	すずき たかし 鈴木 隆	家電製品PLセンター センター長
12	すずき よしひと 鈴木 義仁	横浜弁護士会
13	だいが たつや 醍醐 辰也	(一般社団法人) 日本クレジット協会 常務理事
14	たなか まこと 田中 誠	横浜弁護士会
15	つのだ まりこ 角田 真理子	明治学院大学 法学部消費情報環境法学科 准教授
16	はらだ きんや 原田 謹家	市民委員
17	まつばぐち れいこ 松葉口 玲子	横浜国立大学 教育人間科学部 教授
18	みはら さぶろう 見原 三郎	市民委員

「新たな視点での消費者教育について」
(報告)

平成 26 年(2014)7月

横浜市消費生活審議会
横浜市経済局消費経済課
〒231-0017 横浜市中区港町1-1
TEL671-2585 FAX664-9533

横浜市消費者教育推進の方向性（案）

平成27年 月

横浜市経済局

目 次

1 「横浜市消費者教育推進の方向性」について

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

2 法律等における消費者教育の基本的考え方

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

3 横浜市の現状と課題

- (1) 消費者を取り巻く現状と横浜市の消費生活相談の状況・・・・・・・・ 8
- 【コラム④】消費生活相談員とは・・・・・・・・・・・・・・・・ 9
- (2) 本市消費者教育施策の現状と課題・・・・・・・・・・・・・・・・ 10

4 「横浜市消費者教育推進の方向性」策定に当たっての考え方

- (1) 重点項目の設定・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 13
- 【コラム⑤】横浜市消費生活推進員・・・・・・・・・・・・・・・・ 14
- (2) 消費者教育にかかる施策の体系化・・・・・・・・・・・・・・・・ 16
- 【目標 1】発達段階（年代）や場の特性（領域）に応じた体系的な消費者教育の実施・・・・・・・・・・・・・・・・ 16
- 〈取組 1〉学校等における消費者教育の推進・・・・・・・・ 17
- 【コラム⑥】「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」(平成 23 年 3 月、文部科学省) に示された消費者教育の目的・・・・・・・・ 18
- 〈取組 2〉地域社会における消費者教育の推進・・・・・・・・ 19

〈取組3〉 家庭における消費者教育の推進	20
〈取組4〉 職域における消費者教育の推進	21
【コラム⑦】 社会的責任 (Social Responsibility) について	22
【目標2】 消費者教育推進の担い手の育成、担い手間の連携、市民との協働の 実現	23
〈取組1〉 小中学校、高等学校における消費者教育を担う教職員への支 援	23
〈取組2〉 職域との連携による消費者教育の担い手の育成	24
〈取組3〉 地域における消費者教育の担い手の拡充、育成	25
【目標3】 国・県等との連携及び市内消費生活関連分野等との連携	25
〈取組1〉 消費者庁・神奈川県との連携	25
〈取組2〉 関連する教育との連携	26
【コラム⑧】 ESD (持続可能な開発のための教育) について	26
【コラム⑨】 「横浜市の都市農業における地産地消の推進等に関する条例」につ いて	27
〈取組3〉 連携の推進	28
【コラム⑩】 消費者教育推進の拠点	28
消費者教育に関する取組一覧	29
消費者教育に関する取組の分布	39

1 「横浜市消費者教育推進の方向性」について

(1) 「横浜市消費者教育推進の方向性」の趣旨

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

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

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

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

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

これらを契機として横浜市では、消費者教育を総合的かつ体系的に推進するため、「消費者教育推進法」の考えを参考に、また、第9次横浜市消費生活審議会報告書「新たな視点での消費者教育について」を踏まえて、消費者教育推進の基本的な考え方をまとめ、消費者教育施策及び事業の「見える化」、体系化を行った「横浜市消費者教育推進の方向性」を策定しました。

(2) 「横浜市消費者教育推進の方向性」に沿った施策・事業の実施について

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

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

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

【コラム①】横浜市消費者教育推進地域協議会について

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

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

この協議会は、学識経験者、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、横浜市消費生活総合センターのほか、第9次横浜市消費生活審議会から国際性や高齢者への対応をしていくべきだとの報告をいただいた事を踏まえ、これらの関係者を構成員とします。

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

2 法律等における消費者教育の基本的考え方

(1) 消費者教育の必要性

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

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

【コラム②】「消費者市民社会」

（『Q&A 消費者教育推進法と消費者市民社会』日本弁護士連合会）

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

【コラム③】消費者教育が育むべき力

(『消費者教育の推進に関する基本的な方針』から)

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

ア 消費者市民社会の構築に関する領域ではぐくむべき力

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

イ 商品等やサービスの安全に関する領域ではぐくむべき力

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

ウ 生活の管理と契約に関する領域ではぐくむべき力

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

エ 情報とメディアに関する領域ではぐくむべき力

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



(2) 消費者教育が目指すもの

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

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

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

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

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



(3) ライフステージに即した消費者教育について

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

その際に第9次横浜市消費生活審議会での、学校、地域、家庭及び職域という生活圏域における重層的なコミュニティやネットワークのかかわりに留意してまいります。

〈「イメージマップ」作成に際して前提となる共通理解〉

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

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

〈ライフステージの分類〉

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

横浜市においても、幼児期から高齢期までの各発達段階・機会に応じた学習要素を「学校、地域、家庭、職域」という生活圏域における関わりを意識しながら体系的に明示し、施策に取り組んでいきます。

消費者教育の体系イメージマップ(横浜Ver.)									
各期の特徴 重点領域	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	特に若者	成人一般	特に高齢者	地域	
	権々な気づきの体験を通して、家族や身の回りの物事に興味をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を通じた生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会構築に配慮する時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	見守り	地域
消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心をもち	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済や社会に与える影響を考えよう	持続可能な社会を目指し、ライフスタイルを模索しよう	持続可能な社会を目指し、ライフスタイルを実践しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響を伝えることの大切さを伝えよう		
持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境との関わりを気づき、物の使い方を工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活の実践しよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済や社会に与える影響を考えよう	持続可能な社会を目指し、ライフスタイルを模索しよう	持続可能な社会を目指し、ライフスタイルを実践しよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくることの大切さを伝えよう		
消費者の参画・協働	協力することの大切さを知らう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けて考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けて考えよう	持続可能な社会を目指し、ライフスタイルを模索しよう	持続可能な社会を目指し、ライフスタイルを実践しよう	地域で支えあひながら連携して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくることの大切さを伝えよう		
選択し、契約することへの理解と考える態度	約束や決まりを守らう	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう	商品に適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考える	適切な判断に基づいて行動し、契約とそのルールの活用について理解しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約とトラブルに遭遇しないくらしの知恵を伝えよう		
生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたとき、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能や買い物の計画を面的にしよう	主体的に生活設計を立てよう	生涯を身通した生活経済の管理や計画を考えよう	経済社会の変化に対応し、障害を身通した計画的なくらしをしよう	生活環境の変化に対応し支えあひながら生活を管理しよう		
商品安全の理解と危険回避能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方について気をつけよう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知らう	危険を回避し、物を安全に使う手法を知り、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらし方を身に付けよう	安全で危険の少ないくらし方を身につけよう	安全で危険の少ないくらし方を身につけよう		
トラブル対応能力	困ったことがあつたら身近な人に伝えよう	困ったことがあつたら身近な人に相談しよう	販売方法の情報を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知らう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用方法を知らう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすいう社会を作らう	地域で支えあひながら、トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう		
情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の真実や活用方法を知らう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用方法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	地域で支えあひながら、情報と情報技術を適切に利用しよう		
情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど情報モラルを守らう	著作権や発信した情報への責任を知らう	情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報モラルを守る習慣を付けよう	情報モラルを守らう	地域で支えあひながら、情報モラルを守らう		
消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知らう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知らう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知らう	消費生活情報に主体的に向き合う習慣を身に付けよう	消費生活情報に主体的に向き合う習慣を身に付けよう	地域で支えあひながら、消費生活情報を上手に取り入れよう		

3 横浜市の現状と課題

(1) 消費者を取り巻く現状と横浜市の消費生活相談の状況

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

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

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

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

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

【横浜市消費生活総合センター相談件数の推移】

(単位:件)

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

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

【センターにおける相談のうちあっせん解決件数】

(単位:件)

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

【コラム④】消費生活相談員とは？

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

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

また、消費者安全法の改正により、今後、消費生活相談員は国家資格化されます。

●消費生活専門相談員（独立行政法人 国民生活センター）

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

●消費生活アドバイザー（一般財団法人 日本産業協会）

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

●消費生活コンサルタント（一般財団法人 日本消費者協会）

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



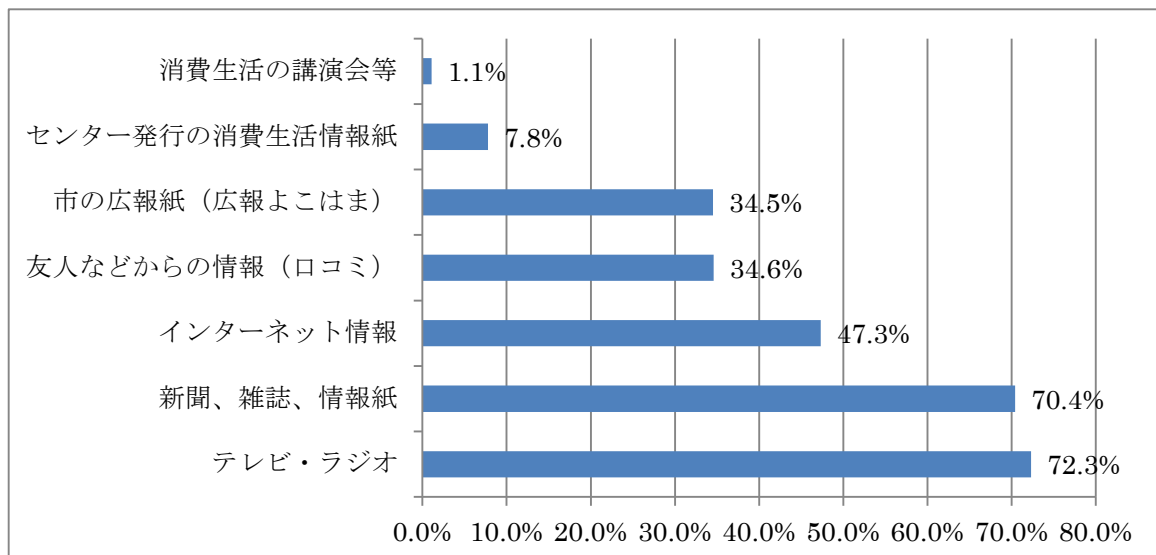
(2) 本市消費者教育施策の現状と課題

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

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

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

【消費生活情報の入手先】 *横浜市消費生活実態調査（平成23年9月）から



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

ア 消費者行政担当部門での消費者教育

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

イ その他の部門での主な消費者教育

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

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

ウ 本市消費者教育施策の課題

(ア) 横浜市消費生活推進員制度の現状

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

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

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

(イ) 見守り強化等高齢化社会の進展に即した連携の推進

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

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

(ロ) 「消費者市民社会の形成」という視点による施策の体系化の必要性

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

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



4 「横浜市消費者教育推進の方向性」策定に当たっての考え方

(1) 重点項目の設定

第9次横浜市消費生活審議会の報告「新たな視点での消費者教育について」において、横浜らしい消費者教育として、「国際都市としての消費者教育について」、「地域団体やNPO等との連携について」、「消費生活推進員の活用について」が挙げられました。

ア 国際都市としての消費者教育について

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

イ 地域団体やNPO等との連携について

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

ウ 消費生活推進員の活用について

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

この報告を受けて、横浜市では、国際的な機関との連携等については報告の内容に沿った取組を進めていくほか、地域での取組の強化が重要であるとして、消費生活推進員による地域での啓発の活性化及び地域団体やNPO等との連携により、見守りを必要とする高齢者や障害者に対する消費者教育を推進することについての2項目を重点項目に定め、積極的に取り組んでいきます。

重点項目 1 横浜市消費生活推進員による地域での啓発の活性化

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

横浜市は、大都市の中では自治会・町内会加入率が比較的高く、各地域で市民間の連携の取組みが進められています。一部ではすでに消費生活推進員が地域の支えあいの重要な構成員となっていますが、今後はより、地域包括支援センターなどと連携しながら、地域に根差したきめ細やかな啓発の重要な担い手としての役割が期待されるため、研修実施や啓発教材の開発、開発支援等により、消費生活推進員のスキルアップを図るとともに、活動のさらなる活性化を行い地域との連携を推進します。

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

【コラム⑥】横浜市消費生活推進員

横浜市消費生活推進員とは、横浜市消費生活条例第 16 条に基づき、市民の安全で快適な消費生活推進のために地域に根ざした自主的な活動を行う市長から委嘱された委員で、昭和 56 年から多くの方々に委員として活動していただき、現在に至ります。

任期は 2 年で、最長で通算 3 期 6 年活動が可能です。

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

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

重点項目2 地域における消費者教育の推進による高齢者、障害者への見守り強化

高齢社会において高齢者は身近な地域においてその意欲と能力を発揮することが期待されており、消費者市民社会の形成に参画できるような情報や知識を啓発していく必要があります（詳細は13ページに記述）。

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

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

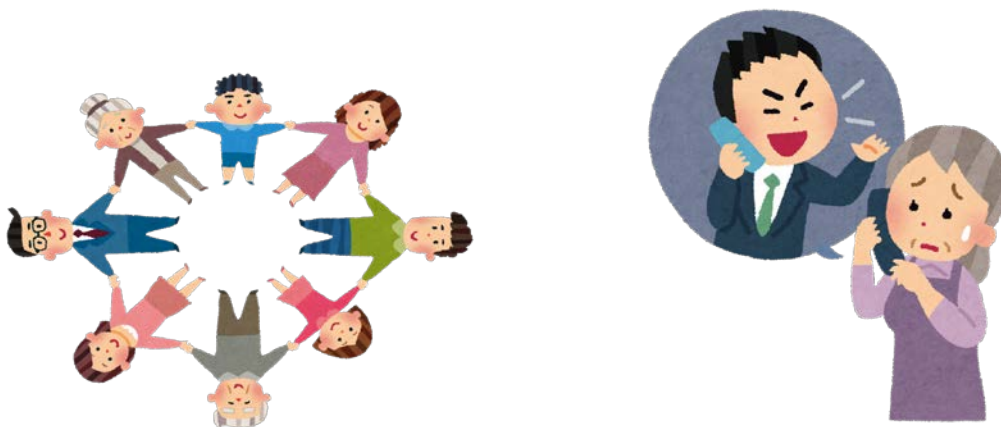
また、障害者に関しても、悪意ある事業者等により消費者トラブルに巻き込まれることがあります。

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

見守りを要する人への教育や啓発も必要ですが、加えて見守りを行う家族などに対する啓発が重要になります。

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

なお、公的な制度を利用していないが、生活不活発な状況に陥っているため、見守りが必要な状況にある方をどのように把握していくかという課題があるため、国や、神奈川県、他都市等の状況を参考にしながら、既にある様々な取組に消費者市民社会の形成という視点をどのように取り込んでいくかについて今後検討していきます。



(2) 消費者教育にかかる施策の体系化

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

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

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

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

取組 1 学校等における消費者教育の推進

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

【①幼児期における消費者教育の推進】

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

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

また、健やかな成長のための食育に関する普及啓発についても推進します。

【②小学校、中学校期における消費者教育の推進】

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

【③高等学校における消費者教育の推進】

高等学校においても学習指導要領に基づき、公民科や家庭科において消費者教育に関する取組が行われています。高校生は卒業後就職したり一人暮らしを始めたりする場合もあり、消費者被害に遭う危険性が高まります。このため、高等学校において、生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任、消費者市民社会の形成に参画することの重要性などについて理解をし、社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できるような能力を育む必要があります。

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

【④大学・専門学校等における消費者教育の推進】

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

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

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

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

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

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

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

取組2 地域社会における消費者教育の推進**【①高齢者に対する消費者教育の推進】**

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

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

【②、③若者、成人一般に対する消費者教育の推進】

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

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

【④地域の相互支援による消費者教育の推進】

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

また、地域での消費者教育や啓発の担い手についても、横浜市消費生活推進員や消費者団体、NPO、事業者団体や事業者、学生など、多岐にわたるため、これらの担い手についても行政との協働や相互支援をしながら事業を展開することにより、消費者教育を推進します。

取組3 家庭における消費者教育の推進**【①健やかな暮らしに関する消費者教育の推進】**

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

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

【②危害・危険から身を守るための消費者教育の推進】

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

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

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

【③情報社会のルール・モラルの啓発・教育】

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

また、未成年者のオンラインゲーム利用によるトラブルも多発しています。

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

取組 4 職域における消費者教育の推進

【①消費者であるとともに家庭人・地域人でもある従業者への消費者教育の推進】

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

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

【②企業が消費者の声を改善に活かす仕組みづくりに必要な情報提供】

あらゆる組織は、組織活動が社会及び環境へ与える影響に責任を持ち、あらゆるステークホルダー（利害関係者）からの要求に対して適切な意思決定をすることが必要であり、これは組織の社会的責任とされています。特に事業者には、持続可能な社会の実現に向け貢献する社会的責務があり、そのためには責任説明や透明性などの原則に基づき、地球環境への配慮等の社会的責任を果たすことが必要です。

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

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

〈社会的責任とは〉

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

〈社会的責任を果たすための7つの原則〉

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

〈社会的責任を果たすメリット〉

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

* 国際規格として ISO26000 がある。

【③企業としての社会的責任意識を高める教育】

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

目標 2 消費者教育推進の担い手の育成、担い手間の連携、市民との協働の実現

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

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

取組 1 小中学校、高等学校における消費者教育を担う教職員への支援

【①研修機会の提供や情報提供】

従前からの学校教育の場では消費者教育が行われており、関わる教師の研修受講等が行われていましたが、参加者が一部に限られたり、消費者行政部門及び教育部門それぞれで研修を開催しているなど、相互連携が弱かった点を改善するため、消費者行政部門と教育部門の情報共有を強化し、共催で研修を実施したり、他機関、外部機関の研修情報等を整理して情報提供するなど、関わる教師への情報伝達を円滑に行います。

【②指導事例の検討や事例集作成など】

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

【③他の担い手との連携の促進】

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

取組 2 職域との連携による消費者教育の担い手の育成**【①CSR 活動としての消費者教育の支援、情報共有】**

事業者が社会的責任を果たすことにより消費者との間のトラブルを回避できるメリットがあることから、すでに CSR 活動として消費者教育・啓発に取り組んでいる事業者との情報共有等の連携を行うとともに、新たに消費者教育に取り組む事業者が出てくるよう、情報発信・提供を進めます。

【②企業啓発教材の活用】

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

【③お客様相談室等消費者窓口との連携】

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



取組3 地域における消費者教育の担い手の拡充、育成

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

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

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

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

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

【②消費生活推進員の機能強化】 14 ページ『重点項目1』のとおり

目標 3 国・県等との連携及び庁内消費生活関連分野等との連携

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

【取組1 消費者庁・神奈川県との連携】

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

【取組2 関連する教育との連携】

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

〈環境教育との連携〉

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

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

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

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

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

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

〈食育との連携〉

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

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

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

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

条例の体系

1条～3条

- ・目的 ・定義 ・基本理念

4条～7条

- ・市の責務 ・生産者の役割 ・事業者の役割 ・市民の役割

8条～17条

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



条例に示される消費及び消費者教育の該当箇所〈抜粋〉

第7条（市民の役割）

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

第8条（広報活動）

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

第9条（生産者、事業者及び市民の情報の共有等）

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



〈金融教育との連携〉

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

〈国際理解教育との連携〉

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

そのほか、在住外国人に対する日本の消費文化、慣行等の理解促進も図ります。

〈法教育との連携〉

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

【取組3 連携の推進】

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

【コラム⑩】消費者教育推進の拠点

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

この度、国の『消費者教育の推進に関する基本的な方針』において、消費者教育推進の拠点としてのセンターの活用が示されていることを受け、横浜市では従前からのこれらの3つの部門が相互補完し、連携することにより「消費者教育センター」の機能を担い、各種の制度、施策、主体、担い手等の有機的・総合的活動の推進母体としていきます。

相互補完・連携し

**「消費者教育
センター」**の機能
を担う

経済局消費経済課（企画、施策検討）

横浜市消費生活総合センター
（相談、啓発、場の提供）

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

消費者教育に関する取組一覧

「消費者教育が育むべき力（3ページ・コラム③）」ごとに既存の事業を整理し、どの目標・取組（14～26ページ）に該当するかを示したものです。

消費者教育に関する取組一覧〈事業概要の()内は平成25年度実績〉

【計画目標・施策について】

◎重点項目…13ページに記載

●(目標)の▲(取組)の■(目標)の●(取組)の○…15～25ページに記載

目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	目標・取組	方向性
消費者教育全般	地域活動実践力強化研修	地域における消費者市民社会についての啓発講座や情報提供、高齢消費者の見守り・啓発等を実施するとともに、地域団体や福祉関係団体等との連携・調整・コーディネート力をつけるための研修を実施し。地域活動実践力を身に付けた担い手を創出する。	経済局 区地域振興課	重点項目1 (P.14) IIの3の① (P.26)	新規
	地域活動の担い手発掘に向けた情報共有	地域に根ざした関係機関との情報共有、連携を深めることにより、地域での見守りや消費者教育・啓発の担い手を発掘する。	経済局 区地域振興課 区福祉保健課 区・地区社会福祉協議会 地域包括支援センター 市内大学 等	重点項目1 (P.14) 重点項目2 (P.15) Iの2の④ (P.20) IIの3の① (P.26)	推進
	消費者団体等との協働による消費者教育啓発講座	市民の発掘や手法を活かした消費者団体等からの提案に基づく消費者教育啓発講座の実施に対し、市が活動を支援する。(4団体)	消費者団体等 経済局	重点項目1 (P.14) Iの1の①～④ (P.18～19) Iの2の①～④ (P.20) Iの4の① (P.22)	実施
	専門家派遣による出前講座	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校へ派遣し、消費者教育に係る出前講座を実施する。(小学校14回)	経済局	Iの1の② (P.18) Iの1の③ (P.18)	推進
	子ども消費生活セミナー	身近な事を題材にした消費生活に関する教室を子供を対象に開催する。(2回、37人)	消費生活総合センター	Iの1の② (P.18) Iの3の① (P.21)	実施
	啓発ポスター・リーフレットの配布	悪質商法被害未然防止を図ることを目的に啓発用ポスター・パンフレット等を作成し、市内高等学校に配布する。(ポスター180枚、リーフレット6,700枚)	消費生活総合センター	Iの1の③、④ (P.18～19)	実施

消費者教育に関する取組一覧<事業概要の()内は平成25年度実績>

【計画目標・施策について】

◎重点項目…13ページに記載

●(目標)の▲(取組)の■(目標)の■(目標)の●…15～25ページに記載

目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	目標・取組	方向性	
消費者教育全般	新成人に対する消費者教育・啓発	新有権者ダイレクトメール『はたちブック』に、新成人に対する消費者教育・啓発に関する記事を掲載する。	経済局	Iの1の④(P.19)	実施	
	若者向け消費者啓発	若者向け媒体(情報紙等)等を利用した悪質商法手法口などの啓発を行う。(HIPへの記事掲載 21万部)	消費生活総合センター	Iの1の④(P.19)	実施	
	大学等との連携	市内大学や専門学校との連携により、効果的な若者向け消費者啓発・教育を実施する。	(公財)横浜市消費者協会	Iの1の④(P.19)	実施	
	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。(1大学2名受入れ)	経済局 (公財)横浜市消費者協会 市内大学	Iの1の④(P.19)	推進	
	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。 (①地区活動回数267回、参加者数1,764人、②啓発講座用教材の購入・作成：紙芝居2種、シナリオガイド作成、貸出用DVD複製、クイズ用ペーパーサート、③8区による啓発用グッズの作成)	経済局 推進員制度運用区	重点項目1(P.14) Iの2の①～④(P.20)	推進	
	消費生活教室	消費者団体や消費生活推進員と検討したテーマ等により、消費生活に関する幅広い知識を提供する。(12回、1,356人)	消費生活総合センター 推進員制度運用区 消費者団体等	Iの2の①～④(P.20) Iの3の①(P.21)	実施	
	簡易テスト教室	食品等についての簡易なテストを通じ、身近な生活に関して科学的に考え、正しい知識を得るための教室を開催する。(10回、181人)	消費生活総合センター	Iの2の①～③(P.20)	実施	

消費者教育に関する取組一覽く事業概要の()内は平成25年度実績く

【計画目標・施策について】

◎重点項目…13ページに記載

◎●(目標)の▲(取組)の■(目標)の□(目標)の○…15～25ページに記載

目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	目標・取組	方向性
	消費者教育ポータルサイトの周知、活用促進	高齢者や障害者への見守りを行う方や子育て中の方に対し、自学可能な教材等や情報が掲載されたポータルサイトの周知をおこなう。	経済局	重点項目2(P.15) Iの1の①(P.18) Iの3の①～③(P.20) Iの4の①、③(P.21)	実施
	専門家派遣による消費者教育教員研修	弁護士やファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校及び高等学校教師による教科別研究会に派遣する。 (教科別研究会2回)	経済局	IIの1の①(P.24)	実施
	消費者教育ライブラリー	市内小・中学校及び高等学校に消費者教育に関するビデオやDVD等を貸し出す。(ビデオ等112本貸出し)	経済局	IIの1の①(P.24)	実施
	啓発教材の配布	消費者教育に関するパンフレット等を市立小・中学校及び高等学校に配布する。(514校に配布)	経済局	IIの1の①(P.24)	実施
	簡易テスト指導教室(教員対象)	学校での消費者教育等で活用できる簡易なテスト方法を学ぶ教室を開催する。(2回、23人)	消費生活総合センター	IIの1の①(P.24)	実施
	効果的な消費者教育教材の作成に向けた検討	教科別研究会などの場で、教育現場で活用しやすい教材について、意見交換をしながら教材開発を目指す。	経済局 教育委員会事務局	IIの1の②(P.24)	検討、推進
	高齢者を対象とした食育の普及・啓発	高齢者を対象とした食育講座を開催する。 身近な施設での食を通して地域交流をすすめる。	健康福祉局	重点項目2(P.15) Iの2の①(P.20)	実施
	食教育推進計画に基づく市立学校での食育	市内産野菜の小学校給食での活用など、市立学校における食育計画を作成し推進する。	教育委員会事務局	Iの1の②、③(P.18)	実施
	職域との連携強化	事業者団体等との連携を深め、企業による消費者教育、従業員に対する消費者教育を推進する。	経済局 関係事業者団体 NPO法人等	IIの2の①～③(P.25)	仕組みづくり、実施

消費者教育全般

消費者教育に関する取組一覽く事業概要の()内は平成25年度実績く

【計画目標・施策について】

◎重点項目…13ページに記載

◎●(目標)の▲(取組)の■(目標)の□(目標)の○…15～25ページに記載

目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	目標・取組	方向性
消費者市民社会の構築	乳幼児の親・妊産婦対象の食育の情報提供	保育園児、妊産婦へチラシ・パンフレット等を配布する。市ウェブサイトに私立保育所の給食メニューを掲載する。食育イベントで食育に関する情報提供を行う。	こども青少年局 健康福祉局	Iの1の①(P.18) Iの3の①(P.21)	実施
	夏休み子ども実験教室	小学生を中心に簡易な実験を通じて、賢い消費者を育成するための教室を開催する。(2回、23人)	消費生活総合センター	Iの1の②(P.18)	実施
消費者市民社会の構築	ヨコハマ・エコ・スクール(YES)	『横浜で地球を学ぼう』をキャッチフレーズに、市民、市民活動団体、事業者、大学、行政が実施する環境・地球温暖化問題に関する様々な学びの場を、「YES」という統一ブランドで全市のムーブメントに広げようとする市民参加型プロジェクトを展開する。	温暖化対策統括本部	Iの1の④(P.19) Iの2の②～④(P.20) IIの2の②(P.25)	実施
	環境教育出前講座	生物多様性や地球温暖化防止、水や緑の保全・再生、資源の循環、3R等について、市内の小・中学校や地域に、市職員・企業・NPOなど専門知識を持った職員等が出向き出前講座を実施する。 例：生物多様性でYES！等 (118講座、10,228名参加)	環境創造局 温暖化対策統括本部 資源循環局 道路局 建築局	Iの1の②～④(P.18～19) Iの2の①～③(P.20) IIの2の①(P.25)	実施
ごみ・環境情報の積極的な提供		市民・事業者へのわかりやすい情報提供を推進する。様々な機会や媒体を活用した効果的な広報・啓発活動を行う。 事務所・工場等の啓発機能の充実・強化を図る。地域特性や対象者(若者、外国人、高齢者等)に合わせた啓発を推進する。	資源循環局	重点項目2(P.15) Iの1の①～④(P.18～19) Iの2の①～③(P.20) Iの3の①(P.21) Iの4の①(P.22)	実施

消費者教育に関する取組一覧<事業概要の()内は平成25年度実績>

【計画目標・施策について】

◎重点項目…13ページに記載

◎●(目標)の▲(取組)の■(目標ことの消費者教育に関する施策)…15～25ページに記載

目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	目標・取組	方向性
消費者市民社会の構築	地域に密着した情報発信等	身近な場所での情報提供の充実を図る。 情報発信・環境学習の拠点として事務所・工場機能等の 充実・強化を図る。	資源循環局	Iの1の①～④ (P.18～19) Iの2の①～③ (P.20) IIの2の①～③ (P.25)	実施
	環境行動を実践する人づくり	環境学習の充実・強化を図る。 取組方針を設定し、PRを行う。 地域との連携を強化する。	資源循環局	Iの2の④(P.20) IIの3の①、② (P.26)	実施
	リデュース(発生抑制)の促進	市民・事業者・行政の協働によるリデュースを推進する。	資源循環局	Iの1～4(P.18～22)	実施
	環境事業推進委員による啓発活動	ごみ集積場所における分別排出の実践・啓発活動を行う。 3R活動を中心とした環境行動の実践・啓発活動を行う。 地域への情報提供を行う。等	資源循環局 環境創造局	Iの2の④(P.20) IIの3の①、② (P.26)	実施
	生産現場についての普及・啓発	生産現場の情報を積極的に提供し、生産現場を身近に 感じるような試みを実施する。	経済局 環境創造局	Iの1の①～③ (P.18) IIの3の①、② (P.26)	実施

消費者教育に関する取組一覽く事業概要の()内は平成25年度実績く

【計画目標・施策について】

◎重点項目…13ページに記載

●(目標)の▲(取組)の■(目標ことの消費者教育に関する施策)…15～25ページに記載

目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	目標・取組	方向性
消費者市民社会の構築	地産地消を推進する人材の育成	農家や農協の食農教育実践者への支援を行う。	環境創造局	IIの2の①～③ (P.25) IIの3の①、② (P.26)	実施
	国際理解教育との連携	市内に所在する国際関係機関との連携を深め、在住外国人に対する消費者啓発の手法について検討する。	経済局 (公財)横浜市国際 交流協会、ITTO(国 際熱帯木材機関)、 FAO(国際連合食糧 農業機関)駐日連絡事 務所、JICA(国際協 力機構)	Iの1の①～④ (P.18～19)	仕組みづくり、実施
	食品ロス削減に向けた普及・啓発	食べ残しをしないことを呼び掛けるキャンペーンの実施や、食品関連事業者への立ち入り調査の際、食品廃棄物の発生状況についての聞き取り調査やチラシ等による啓発を実施する。	資源循環局 教育委員会事務局	Iの1の①～④ (P.18～19)	実施
商品等やサービスの安全	食品表示・安全講座	消費者の食品の表示・安全に対する知識や理解を深めることを目的に、食に関する講演会を開催する。(1回、370人)	消費生活総合セン ター	Iの2の②、③(P.20)	実施
	子どもの安全に関する情報の周知	「子どもを事故から守る！プロジェクト」(消費者庁)の周知を図る。 「子ども安全メールfrom消費者庁」の周知を図る。 子どもに関わる重大事故、注意喚起情報を発信する。	経済局	Iの1の①(P.18) Iの3の②(P.21)	実施

消費者教育に関する取組一覧<事業概要の()内は平成25年度実績>

【計画目標・施策について】
◎重点項目…13ページに記載
●(目標)の▲(取組)の■(目標ことこの消費者教育に関する施策)…15～25ページに記載

目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	目標・取組	方向性
商品等やサービスの安全	食の安全の普及・啓発	「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供を行う。	健康福祉局	Iの1～4(P.18～22)	実施
	乳幼児とその保護者対象の食中毒予防についての普及・啓発のより一層の推進	幼児健診の場や、地域子育て支援拠点や地域ケアプラザ等での食中毒予防の普及啓発を実施する。	健康福祉局	Iの1の①(P.18) Iの2の②～④(P.20)	実施
	食に関する事業者向けの取組み	営業者や配食等を行っているボランティア団体への衛生講習会の開催等、事業者向けの普及・啓発の充実を図る。	健康福祉局	Iの2の④(P.20) Iの4の①、③(P.22) IIの3の①、②(P.26)	実施
	専門家派遣による親子金銭教育講座	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校へ派遣し、PTA活動などでの親子金銭教育出前講座を実施する。(2回)	経済局	Iの1の②、③(P.18)	推進
生活の管理と契約	高齢者利用施設への講師派遣	地域ケアプラザ等の高齢者利用施設に講師(消費生活相談員)を派遣し、消費者被害未然防止に関する講座を行う。(19回、492人)	消費生活総合センター	重点項目2(P.15) Iの2の①(P.20)	推進
	悪質商法被害未然防止講演会	シニア大学へ講師派遣し、悪質商法被害未然防止や高齢者の見守りに関する講演会を行う。(①シニア大学18回、783人、②よこはま福祉保健力レッジ福祉関連施設従事者対象、6回、501人)	消費生活総合センター 市老人クラブ連合会	重点項目2(P.15) Iの2の①(P.20)	実施
	消費者被害未然防止啓発	高齢者向けリーフレットを作成し、配布する。	消費生活総合センター	重点項目2(P.15) Iの2の①(P.20)	実施

消費者教育に関する取組一覧〈事業概要の()内は平成25年度実績〉

【計画目標・施策について】

◎重点項目…13ページに記載

●(目標)の▲(取組)の■(目標)の●(取組)の○…15～25ページに記載

目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	目標・取組	方向性
生活の管理と契約	地域に根ざした高齢者向け消費者啓発	情報が届きにくい高齢者に対する、福祉関係者との連携による消費者啓発等を実施する。	消費生活総合センター ター 区・地区社会福祉協議会	重点項目2 (P.15) Iの2の① (P.20)	推進
	出前講座	①消費生活推進員や自治会・町内会等が開催する悪質商法に関する講座へ講師派遣する。 (42回、3,609人) ②障害者団体等が開催する悪質商法に関する講座へ講師派遣する。	経済局 消費生活総合センター ター	重点項目2 (P.15) Iの2の①～③ (P.20)	推進
	出前講座(企業対象)	企業が実施する消費生活に関する講座へ講師派遣する(有料)。(6回、134人)	消費生活総合センター ター	Iの4の① (P.22)	推進
	金融教育との連携	県金融広報委員会、日本FP協会等との連携により、金融教育を推進する。	経済局	IIの3の①、② (P.26)	仕組みづくり、実施
	法教育との連携	教育機関、弁護士会等との連携を深め、法教育の手法について検討する。	経済局 教育委員会事務局 横浜弁護士会 神奈川県司法書士会	IIの1の①～③ (P.24～25)	仕組みづくり、実施
情報とメディア	情報社会の消費者教育	情報リテラシーを取り扱う事業者団体やNPO法人等との連携を深め、情報に関する消費者教育の手法等について検討する。	経済局 関係事業者団体 NPO法人 等	Iの3の③ (P.21)	仕組みづくり、実施

消費者教育に関する取組の分布

消費者教育に関する取組一覧の施策・事業が、どの発達段階（年代）、どの領域に関わっていくのかを「見える化」したものです。

消費教育に関する取組の分布（重点項目）

…直接の対象領域

…間接的に影響を受ける領域

施策・事業名	事業概要	所管・関連	重点項目					発達段階					領域		
			重点1	重点2	幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	成人	若者	成人～高齢期	学校等	地域	家庭	職業
地域活動実践力強化研修	地域における消費者市民社会についての啓発講座や情報提供、高齢消費者の見守り・啓発等を実施するとともに、地域団体や福祉関係団体等との連携・調整、コーディネート力をつづけるための研修を実施し、地域活動実践力を身に付けた担い手を創出する。	経済局 地域振興課													
悪質商法被害未然防止講演会	シニア大学へ講師派遣し、悪質商法被害未然防止や高齢者の見守りに関する講演会を行う。	消費生活総合センター 市老人クラブ連合会													
地域活動の担い手発掘に向けた情報共有	地域に根ざした関係機関との情報共有、連携を深めることにより、地域での見守りや消費者教育・啓発の担い手を発掘する。	経済局 地域振興課 区福祉保健課 区・地区社会福祉協議会 地域包括支援センター 市内大学													
消費者団体等との協働による消費者教育啓発講座	市民の発想や手法を活かした消費者団体等からの提案に基づき消費者教育啓発講座の実施に対し、市が活動を支援する。	消費者団体等													
消費生活推進員による地域での消費者啓発	消費生活推進員が地域で消費者被害未然防止などの消費生活に関する講座を様々な媒体や資料を活用しながら開催する。	経済局 推進員制度運用区													
消費者教育ポータルサイトの周知、活用促進	高齢者や障害者への見守りを行う方や子育て中の方に、自学可能な教材等や情報が掲載されたポータルサイトの周知をおこなう。	経済局													
高齢者を対象とした食育の普及・啓発	高齢者を対象とした食育講座を開催する。 身近な施設での食を通じた地域交流をすすめる。	健康福祉局													
ごみ・環境情報の積極的な提供	市民・事業者へのわかりやすい情報提供を推進する。 様々な機会や媒体を活用した効果的な広報・啓発活動を行う。 事務所・工場等の啓発機能の充実・強化を図る。 地域特性や対象者(若者、外国人、高齢者等)に合わせた啓発を推進する。	資源循環局													
高齢者利用施設への講師派遣	地域ケアプラザ等の高齢者利用施設に講師(消費生活相談員)を派遣し、消費者被害未然防止に関する講座を行う。	消費生活総合センター													
消費者被害未然防止啓発	高齢者向けリーフレットを作成し、配布する。	消費生活総合センター													
地域に根ざした高齢者向け消費者啓発	情報が届きにくい高齢者に対する、福祉関係者との連携による消費者啓発等を実施する。	消費生活総合センター 区・地区社会福祉協議会													
出前講座	①消費生活推進員や自治会・町内会等が開催する悪質商法に関する講座へ講師派遣する。 ②障害者団体等が開催する悪質商法に関する講座へ講師派遣する。	経済局 消費生活総合センター													

消費教育に関する取組の分布

目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	…直接に影響を受ける領域						…間接的に影響を受ける領域								
				発達段階						領域								
				幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	若者	成人一般	高年齢期	学校等	地域	家庭	職業				
	専門家派遣による出前講座	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校へ派遣し、消費者教育に係る出前講座を実施する。	経済局															
	子ども消費生活セミナー	身近な事を題材にした消費生活に関する教室を子供を対象に開催する。	消費生活総合センター															
	啓発用ポスター・リーフレットの配布	悪質商法被害未然防止を図ることを目的に啓発用ポスター・パンフレット等を作成し、市内高等学校に配布する。	消費生活総合センター															
	新成人に対する消費者教育・啓発	新有権者ダイレクトメール『はたちブック』に、新成人に対する消費者教育・啓発に関する記事を掲載する。	経済局															
	若者向け消費者啓発	若者向け媒体(情報紙等)等を利用した悪質商法手口などの啓発を行う。	消費生活総合センター															
	大学等との連携	市内大学や専門学校との連携により、効果的な若者向け消費者啓発・教育を実施する。	(公財)横浜市消費者協会															
	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。	経済局 (公財)横浜市消費者協会 市内大学															
	消費生活教室	消費者団体や消費生活推進員と検討したテーマ等により、消費生活に関する幅広い知識を提供する。	消費生活総合センター 推進員制度運用区 消費者団体等															
	簡易テスト教室	食品等についての簡易なテストを通じ、身近な生活に関して科学的に考え、正しい知識を得るための教室を開催する。	消費生活総合センター															
	専門家派遣による消費者教育教員研修	弁護士やファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校及び高等学校教師による教科別研究会に派遣する。	経済局															
	消費者教育ライブラリー	市内小・中学校及び高等学校に消費者教育に関するビデオやDVD等を貸し出す。	経済局															
	啓発教材の配布	消費者教育に関するパンフレット等を市立小・中学校及び高等学校に配布する。	経済局															
	簡易テスト指導教室(教員対象)	学校での消費者教育等で活用できる簡易なテスト方法を学ぶ教室を開催する。	消費生活総合センター															
	効果的な消費者教育教材の作成に向けた検討	教科別研究会などの場で、教育現場で活用しやすい教材について、意見交換しながら教材開発を目指す。	経済局 教育委員会事務局															

消費教育全般

消費教育に関与する取組の分布

目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	発達段階				領域									
				幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	若者	成人一般	高齢期	学校等	地域	家庭	職業			
消費教育全般	食教育推進計画に基づく市立学校での食育	市内産野菜の小学校給食での活用など、市立学校における食育計画を作成し推進する。	教育委員会事務局														
	職域との連携強化	事業者団体等との連携を深め、企業による消費者教育、従業員に対する消費者教育を推進する。	経済局 関係事業者団体 NPO法人等														
	乳幼児の親、妊産婦対象の食育の情報提供	保育園児、妊産婦へチラシ、パンフレット等を配布する。 市ウェブサイトへ私立保育所の給食メニューを掲載する。 食育イベントで食育に関する情報提供を行う。	こども青少年局 健康福祉局														
	夏休み子ども実験教室	小学生を中心に簡易な実験を通じて、賢い消費者を育成するための教室を開催する。	消費生活総合センター														
	エコハマ・エコ・スクール(YES)	『横浜で地球を学ぼう』をキャッチフレーズに、市民、市民活動団体、事業者、大学、行政が実施する環境・地球温暖化問題に関する様々な学びの場を、「YES」という統一ブランドで全市的ムーブメントに広げようとする市民参加型プロジェクトを展開する。	温暖化対策統括本部														
	環境教育出前講座	生物多様性や地球温暖化防止、水や緑の保全、再生・資源の循環、3R等について、市内の小・中学校や地域に、市職員・企業・NPOなど専門知識を持った職員等が出向き出前講座を実施する。 例：生物多様性でYES！ 等	環境創造局 温暖化対策統括本部 資源循環局 建設局														
	地域に密着した情報発信等	身近な場所での情報提供の充実を図る。 情報発信・環境学習の拠点として事務所、工場機能等の充実、強化を図る。	資源循環局														
	環境行動を実践する人づくり	環境学習の充実・強化を図る。 取組方針を設定し、PRを行う。 地域との連携を強化する。	資源循環局														
	リデュース(発生抑制)の促進	市民・事業者・行政の協働によるリデュースを推進する。	資源循環局														
	環境事業推進委員による啓発活動	ごみ集積場所における分別排出の実践、啓発活動を行う。 3R活動を中心とした環境行動の実践、啓発活動を行う。 地域への情報提供を行う。等	資源循環局 環境創造局														
	生産現場についての普及・啓発	生産現場の情報を積極的に提供し、生産現場を身近に感じようとする試みを実施する。	経済局 環境創造局														
	地産地消を推進する人材の育成	農家や農協の食農教育実践者への支援を行う。	環境創造局														
	国際理解教育との連携	市内に所在する国際関係機関との連携を深め、在住外国人に対する消費者啓発の手法について検討する。	経済局 環境創造局 国際交流協 (公財)横浜国際交流協 会、ITTO(国際軟材材機 関)、FAO(国際連合食糧農 業機関)駐日連絡事務所、等 JICA(国際協力機構)														

消費者市民社会の構築

消費教育に関する取組の分布

…直接に影響を受ける領域

…間接的に影響を受ける領域

目標	施策・事業名	事業概要	所管・関連	発達段階						領域						
				幼児期	小・中学生期	高校生期	大学・専門学校等	若者	成人一般	高齢期	学校等	地域	家庭	職業		
商品等やサービスの安全	食品ロス削減に向けた普及・啓発	食べ残しをしないことを呼び掛けるキャンペーンの実施や、食品関連事業者への立ち入り調査の際、食品廃棄物等の発生状況についての聞き取り調査やチラシ等による啓発を実施する。	資源循環局 教育委員会事務局													
	食品表示・安全講座	消費者の食品の表示・安全に対する知識や理解を深めることを目的に、食に関する講演会を開催する。	消費生活総合センター													
	子どもの安全に関する情報の周知	「子どもを事故から守る！プロジェクト」(消費者庁)の周知を図る。 「子ども安全メールfrom消費者庁」の周知を図る。 子どもに関わる重大事故、注意喚起情報を発信する。	経済局													
	食の安全の普及・啓発	「食の安全ヨコハマWEB」での情報提供を行う。	健康福祉局													
	乳幼児とその保護者対象の食中毒予防についての普及・啓発のより一層の推進	幼児健診の場や、地域子育て支援拠点や地域ケアプラザ等での食中毒予防の普及啓発を実施する。	健康福祉局													
	食に関する事業者向けの取組み	業者や配食等を行っているボランティア団体への衛生講習会の開催等、事業者向けの普及・啓発の充実を図る。	健康福祉局													
	専門家派遣による親子金銭教育講座	弁護士、ファイナンシャルプランナー等の専門家を市立小・中学校へ派遣し、PTA活動などでの親子金銭教育出前講座を実施する。	経済局													
生活の管理と契約	出前講座(企業対象)	企業が実施する消費生活に関する講座へ講師派遣する(有料)。	消費生活総合センター													
	金融教育との連携	県金融広報委員会、日本FP協会等との連携により、金融教育を推進する。	経済局													
	法教育との連携	教育機関、弁護士会等との連携を深め、法教育の手法について検討する。	経済局 教育委員会事務局 横浜弁護士会 神奈川県司法書士会													
	情報社会の消費者教育	情報リテラシーを取り扱う事業者団体やNPO法人等との連携を深め、情報に関する消費者教育の手法等について検討する。	経済局 関係事業者団体 NPO法人													
情報とメディア																

横浜市消費者教育推進の方向性(案)
平成 年() 月

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

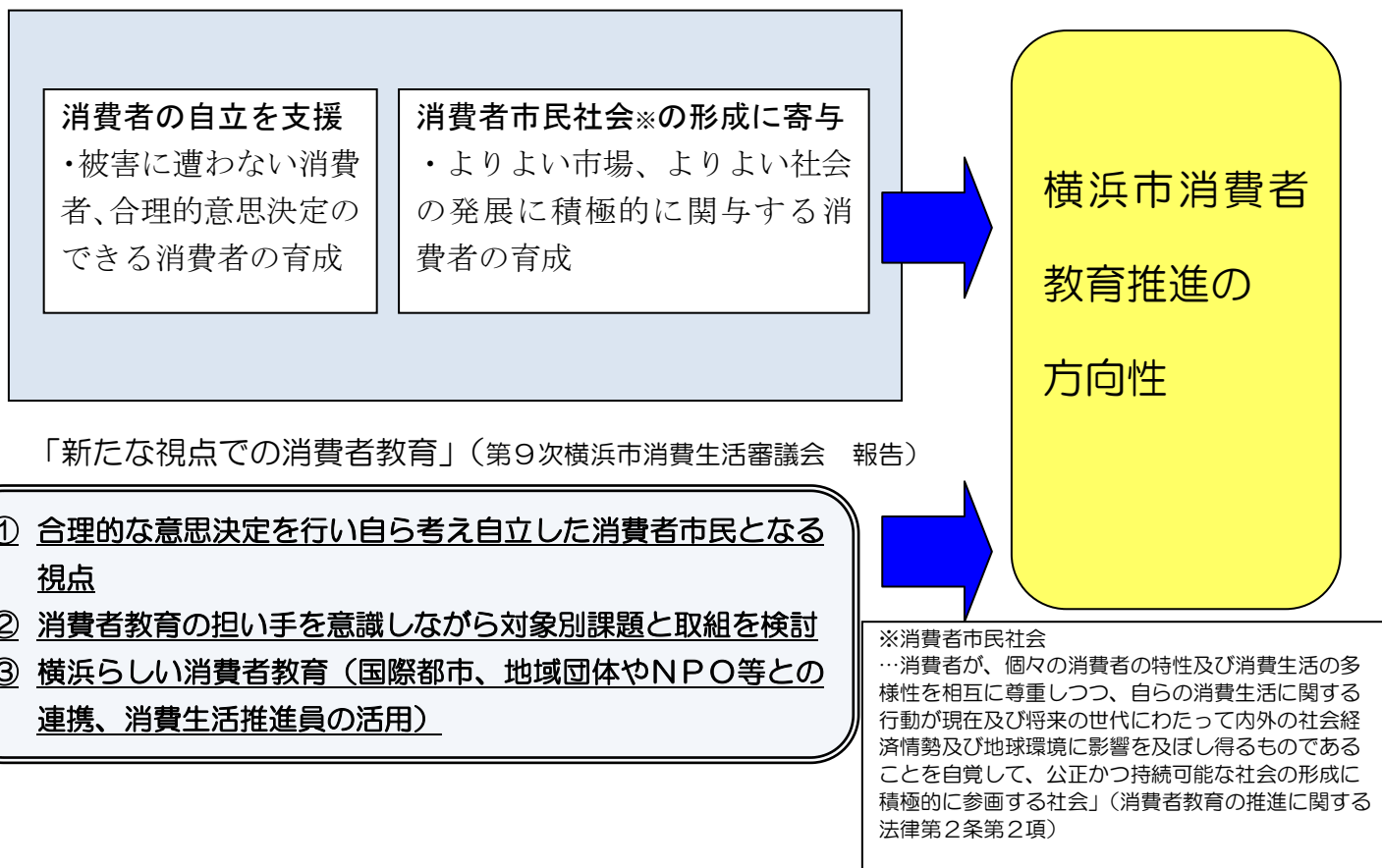
横浜市消費者教育推進の方向性(案)〈概要版〉

横浜市では「横浜市消費生活条例（平成8年3月）」に基づき消費者行政を運営してきましたが、「消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月）」及び「消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月閣議決定）」を参考に、**第9次横浜市消費生活審議会報告書「新たな視点での消費者教育について」**に基づき、消費者教育を総合的かつ体系的に推進するための基本的な考え方として、「横浜市消費者教育推進の方向性（案）」を策定します。

横浜市経済局

1 横浜市消費者教育が目指すもの

「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の概念



2 2つの重点項目

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

【1】横浜市消費生活推進員（*）による地域での活動強化

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

*横浜市消費生活推進員

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

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

【2】地域における消費者教育の推進による高齢者、障害者

への見守り強化

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

3 施策の体系化

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

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

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

目標 2 消費者教育推進の担い手の育成、担い手間の連携、市民との協働の実現

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

目標 3 国・県等との連携及び庁内消費生活関連分野等との連携

- 取組1 消費者庁・神奈川県との連携
取組2 関連する教育（環境教育、食育、金銭教育、法教育、国際理解教育等）との連携
取組3 連携の推進（庁内連携の強化、福祉関係団体等との連携強化）

* 消費者教育推進の拠点

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

相互補完・連携し

「消費者教育センター」

の機能を担う

経済局消費経済課（企画、施策検討）

横浜市消費生活総合センター

（相談、啓発、場の提供）

各区地域振興課・教育委員会事務局・他の区局

（各区・各領域における事業の推進）

横浜市消費者教育推進の方向性（案）

横浜市経済局消費経済課

〒231-0017 横浜市中区港町1-1

TEL 045-671-2568

FAX 045-664-9533