資料１

「かながわ消費者施策推進指針（改定版）」に係る事業検証調書

令和２年９月

３つの基本方向

基本方向１　消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進　（大柱）

ア　様々な場やライフステージに応じた消費者教育の推進　（中柱）

＜主な実績（令和元年度）＞

【消費者教育資料の作成や出前講座の実施】

・ライフステージに応じ、各種啓発資料（「契約のきりふだ(若者編)」60,000 部、「小学生向け『プリペイドカード』を知って“お金名人”をめざそう！」96,000 部等を作成し、関係機関・団体等に配布するとともに、各種講座（消費生活出前講座、高齢者等見守り出前講座、インターネット被害未然防止講座等）を実施 **重点２**（一部）

（各種出前講座の対象別実績）

対　象	回数（人数）	
	平成 30 年度	令和元年度
高齢者（見守る方含む）	19　（708）	23　（810）
障がい者（見守る方、特別支援学校含む）	4　（205）	3　（119）
学校（小、中、高、大学等）	31（6,294）	42　（8,948）
一般	20　（613）	23　（873）
合　計	74（7,820）	91（10,750）

契約のきりふだ（若者編）

「プリペイドカード」を知って、“お金名人”をめざそう！

【学校等における消費者教育の推進】

・「神奈川県の学校における消費者教育推進協議会」を開催（協議会１回、ワーキング･グループ会議２回）し、教育現場との連携を取りながら、学校向け消費者教育資料（中学生用教育資料「STEP UP’19～かしこい消費者になろう！」84,000 部、高校生用教育資料「JUMP UP’19 消費者力を身につけよう!!」70,000 部）等の発行や、消費者教育教員研修（全８日間）を実施した。また、出前講座の積極的活用を働きかけた。

・若者向け成年年齢引下げ啓発アニメーション「これがまさかのアレでした～若者の消費者被害」を作成し、県ホームページや課ＳＮＳ等で発信した。

・若者向け成年年齢引下げ啓発チラシ「新成人は狙われる？」を作成し、県内全ての高校１年生に配付した。

若者向け成年年齢引下げ啓発アニメーション

【地域社会での消費者教育の推進】

・「高齢者、障害者等の消費者被害防止対策連絡協議会」を開催し、福祉の現場等との今後の連携方策について検討した。**重点２**

・「消費者ホットライン188番」と、困ったときの消費生活相談を促す啓文言を記載した「お薬手帳カバー」を30,000枚作成し、県警による高齢者を対象とした戸別訪問時に配布した。**重点２**

お薬手帳カバー

・高齢者及び障がい者を見守る方向け啓発物品（クリアフォルダー）を作成(高齢者 70,000 部、障がい者 46,000 部)し、社会福祉協議会、民生委員等に配付した。**重点２**（再掲）

・消費者団体や県警等と連携･協働し、消費者被害未然防止街頭キャンペーンを実施した。**重点１**

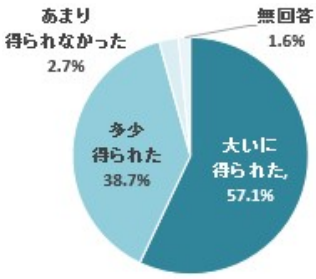
・消費者市民社会の形成に向け、啓発資料「買い物が未来をつくる　未来をかえる」の作成・配布や、企業・団体等と連携し、啓発イベント「エシカルトークかながわ 2019」を横浜市で実施した。

エシカルトークかながわ 2019

＜評価及び課題＞

・出前講座の実施にあたり、高齢者や障がい者、児童･生徒など受講者の特性に合わせ、講師や申込者と講座のテーマ、内容、構成、使用教材の調整を丁寧に行い、効果的な講座実施に努めた。受講者アンケートでは「新たな知識や情報が習得できた」という回答が多く寄せられた。(「大いに得られた」、「多少得られた」という回答の割合 95.8%)

消費生活出前講座受講者
アンケート結果（2,221 人回答）
「新たな知識や情報の習得について」



・インターネットの普及等により消費者被害が若年化する中、小中高校生向け資料を教員向け解説書とセットで作成し、教員を通じた消費者教育を支援した。

（県立学校における高校生向け消費者教育資料の授業等での活用状況）

	平成 30 年３月末	令和元年３月末
活用した	73%（119 課程）	82%（133 課程）
活用していない	27%（ 45 課程）	18%（ 30 課程）

・県警との連携により、特殊詐欺や消費者被害の未然防止のため、警察官が高齢者宅を直接訪問して声掛けを行うことにより、心に残る注意喚起を実施することができた。
・食品ロス削減の推進をサブテーマとし、ＳＤＧｓやフェアトレード等についての取組を実施している団体と連携した啓発イベントの実施により、消費者市民社会の形成に向け、エシカル（倫理的）消費を知ってもらうきっかけを提供することができた。

【課題】
・対象者やテーマに沿った消費者教育を引き続き推進、展開していく必要がある。
・特に被害の多い高齢者及び高齢者を見守る方々や成年年齢引下げを見据えた若者に対する、より効果的な取組みを検討していく必要がある。
・インターネット、通信関連の苦情相談件数が依然として多く、被害防止に向けた啓発活動が必要である。
・持続可能な社会づくりに向け、消費者が主体的に行動するための啓発をさらに進める必要がある。

＜令和２年３月改定の新しい指針における取組みの方向性＞

・これまでの取組みを踏まえ、教育現場と連携した消費者教育を更に進めるとともに、ライフステージに応じた方法と内容を工夫した消費者教育を推進する。
・特に、令和４年４月の成年年齢引下げを見据えた「成年年齢引下げに伴う若者への消費者教育の充実」を重点的取組みとして位置付け、取組みを推進する。
・新指針では、新たに設けた大柱「消費者被害の未然防止」の中で、被害未然防止に向けた注意喚起・情報発信や、高齢者・障がい者、若者、外国人といった消費者の特性に配慮した対応、他機関等と連携した被害未然防止の取組みを推進する。
・新たに設けた中柱「持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進」の中で、関係する SDGｓの各達成目標を念頭に置き、エシカル消費の普及に向けた取組みを推進する。

【令和２年度の主な取組み】
・消費生活出前講座の実施（「資料２」P1,2,3,7）重点１・２
・消費者教育資料の作成（「資料２」P1,2,3,5,7）重点１・２
・インターネット被害未然防止研修講座の実施（「資料２」P1,2,3,6,7）重点１・２
・若者向け成年年齢引下げ啓発映像の発信（「資料２」P1,2,6）重点２
・保護者向け成年年齢引下げ啓発資料の作成（「資料２」P3,8）重点２
・「ＳＤＧｓ目標 12」達成イベントの実施（「資料２」P2,5）

イ　消費者教育推進のための環境づくり　（中柱）

＜主な実績（令和元年度）＞

【消費者教育の担い手の育成や相互連携】

・消費者教育の担い手を育成するため、消費者教育講師養成講座（5 回実施、32 名参加）、講座受講者等による交流会を実施（20 名参加）した。

・消費者被害未然防止街頭キャンペーンの場において、消費者教育講師養成講座受講者（消費者教育の担い手）による、寸劇を交えた消費者被害防止講座を実施した。重点１

消費者教育講師養成講座の様子

「消費者被害未然防止街頭キャンペーン」における消費者教育の担い手の活躍

・消費者の学びの場と消費者教育の担い手を結びつけるコーディネートのしくみとして開設した消費者教育サポートサイト「つながる・かながわ 消費者教育」のコンテンツ充実のために、エシカル消費のサイトを新たに開設した。重点１

消費者教育サポートサイト「つながる・かながわ 消費者教育」

【相談情報を活かした消費者教育の拠点づくり】

・かながわ中央消費生活センターで実施している消費生活相談の情報を分析、活用した「かながわくらしテキスト」（45,000 部×２回）や「かながわ消費生活注意･警戒情報」（12 回）等を発行した。重点１

・市町村の消費生活センターが、消費者教育の拠点としての役割を果たせるよう、県作成の啓発資料等を提供した。（「契約のきりふだ（若者編）」県発行の 60,000 部に加え、９市町において計 32,600 部を発行）

・また、消費生活相談員や行政職員を対象に相談窓口で必要な知識の習得のための実践的研修を行った。（再掲）

かながわくらしテキスト No. 12

かながわ消費生活注意･警戒情報

契約のきりふだ（若者編）

【消費生活に関連するその他の教育との連携】

・消費者教育教員研修や出前講座などで、環境や食の安全･安心に関して取り上げるなど、消費生活に関する多様なテーマについて教育機関と連携した消費者教育を実施した。

研修種別	テーマ	対象者
消費者教育教員研修	企業での食の安全・安心の取組み	小・中・高・特別支援学校の教員
消費生活出前講座	エシカル消費・ＳＤＧｓ等	高等学校の家庭科教員

・神奈川県金融広報委員会と連携し、「金融商品の基礎知識」「親子お小遣い教室」等各種講座（59 回）や、金融・生活設計コーナーへの出展（５回）など、ライフステージにあわせた金融経済教育を実施した。

※「くらしの経済講演会」はコロナウイルス感染拡大の影響により中止

＜評価及び課題＞

・消費者教育講師養成講座等の実施により、受講者が効果的な消費者教育について、自ら考え、行動するためのきっかけづくりを行うことができた。受講者から、「知識を身につけるだけでなく、人に伝えることにも挑戦したい」「来年は仲間と共に消費者教育を実施していきたい」といった意見が寄せられた。

消費者教育講師養成講座受講者へのアンケート結果（5 日間実施　延べ 100 人回答）
講座を受講して、今後、消費者教育を行うことへの関心が高まったか。

	高まった	変わらない・無回答
割合	89%	11%

・消費生活センターでの相談情報を分析し、相談件数が増加している高齢者の被害事例などの情報を、啓発資料や教材に反映させるとともに、相談員の専門性を活かした出前講座を実施するなど、消費者教育の拠点としての機能を発揮することができた。

（相談情報の分析によるくらしテキストへの反映事例）

号	事例	相談分析内容
No. 11	電気契約切替え時のトラブル	令和元年度上半期は電気契約に関する相談が前年度同期と比べ約 1.9 倍に増加した。
No. 12	屋根工事の訪問販売トラブル	火災保険が使えると屋根工事を持ちかける訪問販売トラブルが増加傾向にある。

・消費者教育サポートサイトでは、エシカル消費のサイトを追加するなど、消費者教育に関する情報収集の手段としての機能を強化するとともに、アクセシビリティを改善した。

【課題】

・消費者教育の担い手を引き続き育成するとともに、担い手が連携・協働できる場を広げるなど、活動しやすい環境づくりを進める必要がある。
・消費者教育サポートサイトの認知度（認知度 16.6%：令和元年度消費生活ｅモニター調査）を高め、多くの方に利用していただくよう、引き続き周知を行う必要がある。

＜令和２年３月改定の新しい指針における取組みの方向性＞

・新しい指針では、中柱の名称を「消費者教育の拠点機能の発揮と連携の推進」に改め、消費者教育の拠点としてこれまでの取組みで培ったノウハウを活かし、消費生活相談情報を踏まえた研修実施・教材作成等を実施していく。
・対象に合わせた消費者教育を実施できるよう消費者教育の担い手を育成・支援するとともに、担い手の活動の場を広げるため、連携、協働の場づくりに取り組む。
・消費者教育サポートサイトの内容の充実を図るとともに、多くの方に利用していただくよう、引き続き周知に取り組む。
・環境教育、食育、国際理解教育等の分野における連携に加え、災害等の非常時における消費生活に関する合理的行動のための知識・理解の促進に取り組む。

【令和２年度の主な取組み】

・消費者教育教員研修の実施（消費者教育推進事業）（「資料２」P1, 4）**重点２**
・消費者教育推進連携・協働事業　ワークショップ等の開催（「資料２」P4）
・消費者教育推進連携・協働事業　ポータルサイトの運営（「資料２」P3, 4, 5, 6）
・「かながわくらしテキスト」の発行（「資料２」P3）
・市町村に対する啓発資料の提供（「資料２」P4）
・災害等非常事態における消費生活に関する知識と理解の促進（「資料２」P4）

基本方向２　消費生活相談機能の充実　（大柱）

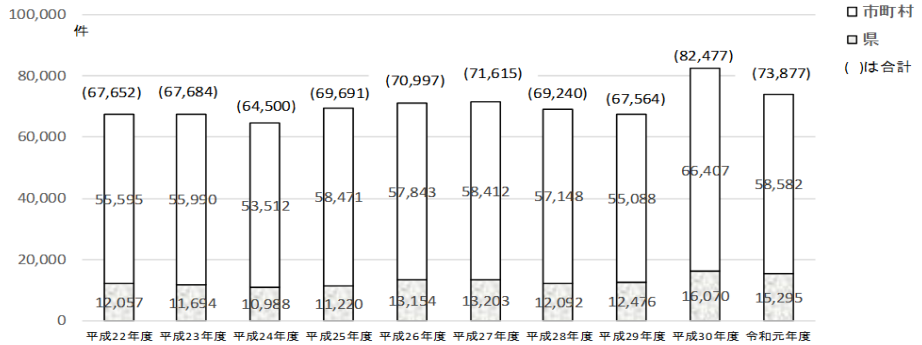
ア　かながわ中央消費生活センターの機能向上　（中柱）

＜主な実績（令和元年度）＞

【消費生活相談の実施等】

・消費生活相談を土日、祝日、平日夜間も含め実施し、電話、面接による相談（15,295 件）、メールでの相談（410 件）を受け付けた。

（消費生活相談総件数の推移）



・PIO-NET により収集した県内の相談情報を分析し、「消費生活相談概要」（２回）、「消費生活相談警戒情報」（238 件）、「消費生活相談情報」（12 回）を発行し、市町村の相談窓口へ情報提供を行った。また、市町村からの緊急通報を受け、情報共有を行った。（４件）

・職員と消費生活相談員による相談対応チーム制を運用し、新人消費生活相談員の育成を行い、相談対応力の強化を図った。

【高度な相談にも対応できる人材育成】

・相談窓口において必要な知識を習得するため、消費生活相談員、行政職員等を対象とした研修を実施した。（年 33 回　延べ 656 名参加）

・専門性を有する高度な相談に対応するため、相談事例の専門分野別グループ検討会（４グループ 各２回）を実施し、検討結果を市町村相談窓口へ情報提供した。

分野別グループ	主な検討テーマ
土地・建物	住宅リフォームに関する相談事例について
安心・安全	身元保証等高齢者サポート事業の現状と消費者トラブル
金融・保険	高齢者の金融商品トラブル
運輸・通信	情報セキュリティに関する相談対応例、宅配・引越に関する相談対応例

・県消費生活相談員に対し、外部の専門機関による電話対応研修を行い、電話相談対応における課題等を把握し、スキルアップを図った。

【専門的な相談への対応、様々な相談機関等との連携強化】

・専門的な相談内容に対応するため、弁護士等の専門家と連携し、法律相談（面接・文書 133 件）、技術相談（85 件）を実施したほか、心の問題を抱えた方等への適切な対応について助言を得るため、精神保健福祉相談（34 件）を実施した。

・多重債務者など生活再建が必要な方を支援するため、生活再建支援相談を実施した。（電話相談 161 件、面接相談 276 件）

・専門性の高い相談に対し、適切な相談機関の情報を提供できるよう、専門相談機関との連携を推進するための研修を実施した。

・弁護士会と県・市町との消費者問題に係る懇談会を開催した。（年２回）

＜評価及び課題＞

・かながわ中央消費生活センターでは、様々な相談に対し、適切な助言、あっせん等を行い、被害の未然防止や回復を図った。全国や県内の相談状況の把握に努め、トラブルの傾向を捉えた助言対応を行うことができた。令和元年度救済金額：5.6 億円（前年度比 23.3%減）※前年度 7.3 億円

（主な相談内容とその対応）

相談内容	助言・あっせん等の内容
中学生の娘がスマートフォンで「完全無料」との広告を見てお試し１回のつもりで、ダイエットサプリメントを注文した。定期購入だったので、解約したい。（当事者 10 歳代　女性）	消費生活センターから事業者に対して、年齢を特段重視していないと認められる点、未成年者の場合に親権者の同意が必要である旨の注意事項がサイト内に掲載されていない点を主張した。何度か交渉した結果、事業者は、返品に応じた。
自宅に事業者が訪問し、「新規で電気の契約することで今の電気代よりも安くなる」と言われ、契約をしたが、本当に今よりも安くなるのか分からないので、クーリング・オフしたほうがよいだろうか。（当事者 40 歳代　男性）	電気の小売自由化に関わるトラブルについて情報提供し、クーリング・オフするかどうか相談者自身でよく検討するよう助言した。後日「検討したが、クーリング・オフしたい」旨の連絡があり、書面の書き方や通知方法について助言した。

・精神保健福祉士の助言により、対応困難事案への相談員の対応力の強化を図ることができた。

・専門分野別のグループ検討会では、時宜を得た内容で専門家の意見を聞き、検討結果を各市町村消費生活行政担当課に情報提供したことで、市町村消費生活相談員等の専門性の向上に寄与することができた。

（専門分野別のグループ検討結果に対する市町村からの意見）

・住宅リフォームに関わる相談等最近相談が多いテーマであり、相談に役立つ内容である。

・センター内に配架して相談対応に役立てたい。

【課題】

・新たな消費者トラブルに対応するため、消費生活相談窓口の専門性や相談処理能力の向上のほか、消費生活相談情報の収集、登録、分析の迅速化など、かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談機能の向上が求められている。

・相談者の特性に配慮した相談への対応のほか、相談対応のバリアフリー化が求められている。

・本県に在住・滞在する外国人の増加を受け、外国人が抱える消費者問題への適切な対応が求められている。

＜令和２年３月改定の新しい指針における取組みの方向性＞

・「基本方向２　消費生活相談機能の充実」については、新しい指針では「基本方向３　消費者被害の救済」とし、引き続き、研修による相談員資質向上や相談対応チーム制の取組み等により、かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談機能の向上を図る。

・また、障がいのある方や日本語を母語としない方等からの相談に対しても適切に対応できるよう、他機関との連携を進め、消費者の特性に配慮した取組みを促進する。

【令和２年度の主な取組み】

・相談対応チーム制による相談対応力向上の取組み、専門分野別グループによる専門性向上の取組み（「資料２」P11）

・消費生活相談員、行政職員に対する人材育成研修、新規課題対応研修の実施（「資料２」P11, 12）

・契約弱者に配慮した相談対応研修（「資料２」 P7, 12）

・遠隔手話通訳サービスを活用した消費生活相談（「資料２」P8, 11）

・多言語支援センターかながわとの連携（「資料２」P9）

イ　市町村消費生活相談のサポート　（中柱）

＜主な実績（令和元年度）＞

【市町村の消費生活相談窓口等の支援】

・消費者安全法第 10 条の４に基づき、「指定消費生活相談員」６名を配置し、継続的な市町村支援を行う体制を整備した。

・市町村の消費生活相談窓口の支援として、指定消費生活相談員等による巡回訪問(19 市町で 27 回実施)やかながわ中央消費生活センターでの新人相談員実務研修（３市)、ヘルプデスクや出張支援等による相談処理方法等の助言等を行い、消費生活相談窓口を支援した。

・消費生活相談員、行政職員等に対し、相談窓口において必要な知識を習得するため、研修を実施した。(年 33 回　延べ 656 名参加)（再掲）

（レベルアップ研修等実施状況）

事業名	県及び市町村消費生活相談員レベルアップ研修	新規課題対応研修	消費生活行政担当職員向け		消費生活相談機能支援事業	
			研修(基礎編)	研修(応用編)	概論研修	専門研修
実施回数	６テーマ×２回	１テーマ×２回	２回	５回	４テーマ×１回	５テーマ（内３テーマは２回開催）
受講者数	延べ 193 名	延べ 29 名	延べ 27 名	延べ 88 名	延べ 121 名	延べ 198 名
主なテーマ	「オンライン旅行取引に関わるトラブルについて」「軽減税率制度について」等	訪日観光客消費者ホットラインの概要と相談事例	「消費者法の基礎知識（民法、消費者契約法・総論)」「消費者法の基礎知識（民法、消費者契約法・各論」	「民法で規定する典型契約について」「キャッシュレス決済の現状について」等	「消費者契約法の改正」「電気通信事業法の改正」等	「フリマアプリに関わる消費者トラブルについて」等

・令和元年度に県が実施した研修を撮影し、令和元年 12 月２日から令和２年２月 28 日まで３か月間、市町村等を対象としてオンデマンド配信によるｅラーニング研修を行った。(254 件の視聴（前年度は 397 件))

	ｅラーニング研修テーマ
1	電気通信事業法の改正
2	賃貸住宅のトラブル －民法の改正点を踏まえて－

・市町村の消費生活相談体制整備等を支援するため、国の地方消費者行政強化交付金による市町村補助を実施した。(25 市町)

【市町村との情報共有】

・消費生活相談担当者会議を開催（10 回）し、市町村の消費生活相談担当者と定期的に情報交換を行うとともに、弁護士が出席（うち３回）し、事例研究に対して専門的な助言を行った。

・通信販売事業者、携帯電話事業者と消費生活担当者との事業者懇談会を開催（各１回）し、相談事例について情報交換を行った。

＜評価及び課題＞

・指定消費生活相談員を配置し、巡回訪問やヘルプデスク担当としたことにより、地域の実情に合った継続的な支援ができるとともに、市町村からも「県に相談しやすくなった」など関係の強化を評価する声が寄せられた。
・市町の要請に応じて、県から派遣や助言等を実施し、市町の相談窓口を支援することができた。
・各消費生活相談窓口で苦情相談が増加している分野や、新たな制度の導入に対応した研修、福祉分野など関係機関との連携をめざした研修など、市町村のニーズや課題に即した研修を行うことにより、相談員及び職員の資質の向上が図られた。

（レベルアップ研修、新規課題対応研修、行政担当職員研修、専門研修、概論研修の受講者アンケート結果（回答数 627 名））

項目	満足	どちらともいえない	不満
講義内容に対する受講者の満足度	92.4%	5.7%	1.9%

・引き続きｅラーニング研修を実施することで、業務上の制約等の事由により通常の研修に出席ができない市町村の消費生活相談員等へ研修機会を提供することができた。
・国の地方消費者行政強化交付金による補助金の活用年限到来等により、一部の市において、１日あたりの消費生活相談員の配置数が減少することとなった。

【課題】

・新人相談員・経験の浅い相談員への支援に加え、相談員が少ない等、地域の実情に沿った市町村消費生活相談窓口への支援が必要である。
・多様化、複雑化する消費生活相談に市町村の相談窓口が対応できるよう、消費生活相談員の対応力の向上を図っていく必要がある。
・地方消費者行政の取組み促進のために設けられている国の地方消費者行政強化交付金のうち推進事業については順次活用年限を迎えることとなり、各市町において、自主財源を確保していく必要がある。

＜令和２年３月改定の新しい指針における取組みの方向性＞

・県民がどこの地域においても等しく消費生活相談を受けることができることが重要であり、そのためには県全体の相談体制の充実が必要である。新しい指針では、中柱名を「市町村消費生活相談との連携・支援」とし、指定消費生活相談員による定期的な巡回訪問やヘルプデスクによる直接助言等により市町村と連携するとともに必要な支援をしていく。
・コロナウイルス感染拡大等の影響により、研修が実施できないことによる人材育成の機会喪失を防ぐために、ＷＥＢ研修の実施等、新たな手法を検討する。

【令和２年度の主な取組み】

・消費生活相談員等巡回訪問、指定消費生活相談員等による市町村支援（「資料２」P12）
・消費生活相談担当者会議の開催（「資料２」P14）
・事業者団体懇談会の開催の開催（「資料２」P14, 15）
・消費生活相談員及び行政職員に対するレベルアップ研修の実施（「資料２」P3, 12, 13）

基本方向３　安全・安心な消費生活の確保　（大柱）

ア　事業者指導による取引の適正化　（中柱）

＜主な実績（令和元年度）＞

【法令に基づく事業者指導の実施】

・法令に基づき、事業者による違法、悪質な勧誘行為等に対する指導を実施した。

（特定商取引法に基づく事業者処分・指導件数）

区　分		平成 30 年度	令和元年度
処分※１	業務停止命令	0(0)	1(0)
	業務禁止命令	0(0)	1(0)
	指示	0(0)	1(0)
勧　告※１		0(0)	0(0)
指　導※２		33(10)	29(18)
計		33(10)	32(18)

（景品表示法に基づく事業者処分・指導件数）

区　分	平成30年度	令和元年度
指示・措置命令	0(0)	0(0)
指　導	20(6)	13(0)
計	20(6)	13(0)

※　（　）は五都県（神奈川県、埼玉県、千葉県、東京都、静岡県）の連携によるもので内数

※1　１事業者に複数の措置を講ずることがあることから措置件数で集計

※2　指導を実施した回数で集計

（特定商取引法に基づく処分・指導等の概要）

区　分	内　訳（令和元年度）		
	処分	指導	処分・指導の内容
訪問販売	3（0)	21(12)	住宅リフォーム等
電話勧誘販売	0(0)	1(1)	電力小売り
通信販売	0(0)	0(0)	
特定継続的役務提供	0(0)	0(0)	
連鎖販売取引	0(0)	1(1)	電力小売り
業務提供誘引販売取引	0(0)	0(0)	
訪問購入	0(0)	2(1)	貴金属
その他	0(0)	4(3)	店舗販売等
計	3(0)	29(18)	

（景品表示法に基づく事業者指導の概要）

区　分	内　訳（令和元年度）	
	指導	指導の内容
景品類	0(0)	
表示	13(0)	優良誤認、有利誤認
計	13(0)	

・ホームページ上に設置した「悪質商法目安箱」により、県民からの事業者による違法、悪質な勧誘行為等に関する情報が蓄積された。（通報受理件数　平成 30 年度：24 件　令和元年度：24 件）

【事業者指導にあたっての連携の推進】

・五都県合同による悪質事業者対策会議（１回）、担当者会議（特定商取引法関係６回、景品表示法関係４回、計 10 回）を実施し、事業者指導にあたっての連携を進めた。

・消費者被害拡大防止連絡会議（４回）を実施し、政令市、県警との連携を強化し消費者被害拡大防止を図った。

＜評価及び課題＞

・以前に行政処分を行った住宅リフォーム工事等の役務提供（訪問販売）を行う事業者について、処分後も断続的に苦情相談が寄せられていたことから、改めて特定商取引法に違反する取引行為の有無を調査し、再度行政処分（６か月間業務停止）を行うとともに、代表者に対し業務禁止命令（６か月間）を行った。

・事業者指導事案・消費者被害救済委員会付託事案・適格消費者団体による差止請求の候補事案を総合的・複合的に検討する「消費者被害救済検討チーム」を有効に活用し、迅速に事業者指導に繋げることができた。

・五都県合同で、特定商取引法に基づく指導を実施することにより、広域で悪質な勧誘行為等を行う事業者に対し、効果的な指導を実施することができた。

＜五都県合同指導の実績＞

◎特定商取引法等に基づく指導　29 件中 18 件

・景品表示法に基づく事業者指導に関しては、一般消費者からの情報提供等により調査を行い、優良誤認表示及び有利誤認表示で 13 件の指導を実施し、当該表示の改善が図られた。

・消費者被害拡大防止連絡会議の取組みにより、県、横浜市及び川崎市との合同で２件の指導を実施した。

【課題】

・行政処分を行った事業者については、業務停止期間経過後、再度同様の違反行為を繰り返さないよう注視していく必要がある。

・他自治体等との連携の強化を図りながら、引き続き適切な事業者指導を進める必要がある。

・「悪質商法目安箱」の認知度を高め、幅広く情報収集を図ることで、事業者指導に役立てていく。

＜令和２年３月改定の新しい指針における取組みの方向性＞

・引き続き県内消費生活相談窓口に寄せられる苦情相談等を注視し、課内の「消費者被害救済検討チーム」での検討や、悪質商法目安箱に寄せられる情報等、様々な機会を捉え不当な取引行為に係る端緒情報を入手し、悪質な勧誘行為等を行う事業者の処分・指導を適切に実施してく。

・近隣都県との連携を進めるとともに、政令市、県警との連携、事業者指導や被害情報の共有など消費者被害拡大防止に向けた取組みの充実強化を図る。

【令和２年度の主な取組み】

・事業者指導の実施（「資料２」P15, 17）

・近隣都県、政令市、県警察との連携（「資料２」P15）

・消費者被害救済検討チームの開催（「資料２」P9, 14）

・悪質商法目安箱（「資料２」P15）

イ　消費者被害の未然防止、拡大防止に向けた取組み　（中柱）

＜主な実績（令和元年度）＞

【消費者被害救済委員会などによる被害の救済】

・消費者被害救済委員会への付託に向けて、消費生活相談員等を対象にした研修会等を活用したり、相談件数の多い市の消費生活センターに出向いて消費者被害救済委員会の制度について周知を図った結果、付託には至らなかったものの、消費生活センターから付託候補事案が２件提案された。

・適格消費者団体に認定された「(特非)消費者支援かながわ」に対し、消費者行政強化交付金を活用した補助金交付や広報面での協力を行うとともに、課内「消費者被害救済検討チーム」での検討を踏まえ、団体による差止請求等に向けての事例検討を行う等、団体の活動の活性化を支援した。

【詐欺的悪質商法等への対応】

・「特殊詐欺防止」「悪質商法防止」など防犯意識の普及啓発のため、チラシの作成及び配布、防犯人材発掘・育成として実施する地域防犯指導の啓発を実施した。　**重点２**

・各種会合、防犯キャンペーンのほか、様々な機会において特殊詐欺等の最新の手口や実態を周知することにより、被害防止対策を推進した。また、固定電話機につなげる迷惑電話防止機器を活用し、被害防止対策を推進した。**重点２**

・「消費者ホットライン 188 番」の番号と、困ったときの消費生活相談を促す啓発文言を記載した「お薬手帳カバー」を 30,000 枚作成し、県警による高齢者戸別訪問時に配布した。**重点２**（再掲）

【高齢者、障がい者等に配慮した対応】

・高齢者等の見守りに係る市町村との意見交換会を２箇所（海老名市・南足柄市）で実施し、高齢者、障がい者向けＤＶＤ「こんなとき、あなたならどうします？～『高齢者・障がい者の消費者トラブルを防ごう～』」の活用も含めた効果的な施策について検討した。**重点２**

・事業者に対する障がい者の理解促進等に取り組む福祉子どもみらい局や県警、関係機関とともに、「高齢者、障害者等の消費者被害防止対策連絡協議会」を１回開催し、今後の連携方策等について検討した。**重点２**

・高齢者及び障がい者を見守る方向け啓発物品（クリアフォルダー）を作成(高齢者 70,000 部、障がい者 46,000 部)し、社会福祉協議会、民生委員等に配付した。**重点２**

高齢者及び障がい者を見守る方向け啓発物品（クリアフォルダー）

・契約弱者の特性に配慮した相談対応を図るため、若者の消費者被害未然防止に関する研修や、見守り出前講座等の講師となる消費生活相談員に対する研修を実施した。**重点１・２**

(若者の消費者被害未然防止に関する研修実施状況)

研修テーマ	実施回数	延べ参加
民法の成年年齢引き下げの伴う若者への消費者教育について	１回	34 名
若者の被害未然防止講座実践のポイント	１回	

・市町村による訪問型サービスや生活援助員派遣事業として、保健師等が、閉じこもり等の高齢者の居宅を訪問して、生活機能に関する問題を把握し、必要な相談・指導を実施するとともに、集合住宅等に生活援助員を派遣し、生活指導や相談等と併せて安否確認を実施した。**重点２**

＜評価及び課題＞

・消費者被害救済委員会の制度の周知を行うことで、付託には至らなかったものの、付託候補事案の掘り起こしができた。また、消費者被害救済検討チームで提起された事案が、いち早く事業者指導や、適格消費者団体への情報提供に繋がることで、消費者被害の救済に一定の効果が得られた。

・市町村等との意見交換会を通じ、民生委員に対する DVD 視聴の促進や、ケアマネジャー、ヘルパーに対する啓発など、高齢者、障がい者の被害未然防止のための見守りに向けた効果的な取組みについて把握することができた。

・映像により悪質商法等の注意すべき点を直接訴えることで、高齢者やその周辺の方たちに、効果的に注意喚起を実施することができた。

・消費生活相談員等が専門知識や講座技法を習得することにより、相談者の特性に配慮した相談対応の向上が図られるとともに、消費者被害未然防止に向けた高齢者・障がい者等を見守る方々に対する出前講座等の充実が図られた。

（若者の消費者被害未然防止に関する研修受講者の満足度：31 名回答）

	大変満足、満足	どちらともいえない	やや不満、不満
割合（%）	98.0%	2.0%	0.0%

【課題】

・引き続き、苦情相談の中で被害内容が県民の生活に著しく影響を与え、または与えるおそれがある紛争の交渉状況の把握に努め、消費者被害救済委員会による解決を図る必要がある。

・適格消費者団体との事例検討の取組みでは、団体内での検討の進め方やペースを踏まえた形で連携を進める必要がある。

・高齢者の消費者トラブルが増えている中、地域での高齢者等見守りネットワークづくりなど、高齢者の被害未然防止に向けた取組みを促進していく必要がある。

＜令和２年３月改定の新しい指針における取組みの方向性＞

・消費者被害救済委員会の取組みは、新しい指針では「基本方向３　消費者被害の救済」の中の新たな中柱「消費者被害救済委員会による被害の救済」として位置付け、課内における被害救済検討チームでの検討や、県内消費生活相談窓口からの積極的な情報収集を行い、付託すべき案件を把握する。

・適格消費者団体との取組みは、新しい指針では「基本方向２　消費者被害の未然防止」の中に「適格消費者団体との連携による被害未然防止」を位置付けている。団体内部での差止請求事案の検討が円滑に進むよう、情報提供の仕方を工夫しながら事例検討等に取組み、団体による差止請求の実現をとおして、消費者被害の未然防止と救済の取組みを推進していく。

・その他の消費者被害未然防止の取組みについては、新しい指針では「基本方向２　消費者被害の未然防止」に位置付け、地域見守りネットワークの構築をはじめとした消費者の特性に配慮した対応や、県警察や消費者団体、事業者団体等との連携による被害未然防止の取組みを促進することとしている。

【令和２年度の主な取組み】

・かながわ消費生活注意･警戒情報」の発行（「資料２」P3, 6, 16, 17）

・ホームページ、ＳＮＳ等様々な媒体による情報発信（「資料２」P6）

・契約弱者に配慮した相談対応（「資料２」P7, 12）**重点１**

・高齢者・障がい者等の見守りネットワークづくりに係る啓発等（「資料２」P2, 7）**重点１**

・消費者被害救済委員会の開催、消費者被害救済検討チームの開催（「資料２」P14）

・適格消費者団体との連携、消費者被害救済検討チームの開催（「資料２」P9）

ウ　消費者から信頼される事業者活動の促進　（中柱）

＜主な実績（令和元年度）＞

【品質や顧客満足を高める事業者活動の支援】

・事業者団体等との連携により、事業者を対象にした研修会（計７回）を開催した。

（事業者向け研修会の開催状況）

研修会名称	主催団体	参加者数
訪問販売に関するコンプライアンス研修会	神奈川県新聞販売組合、京浜新聞販売組合、神奈川県新聞訪問販売委員会、神奈川県	97 名
10 団体連絡協議会	公益社団法人日本訪問販売協会	16 名
景品表示法研修会	（他法令所管課等との連携による開催）	延べ 314 名参加
事業者向けセミナー	公益社団法人かながわ住まいまちづくり協会	12 名
経営層向け講習会（定例会）	神奈川県ケーブルテレビ協議会	37 名

・県・市町村の消費生活センター等の職員・相談員と事業者団体との懇談会（各１回）を開催し、相談事例について情報共有、意見交換を行った。（再掲）

（事業者団体との懇談会）

団体名	消費生活センター等
通信販売事業者（７社１団体）	13 市及び県
携帯電話事業者（４社２団体）	13 市及び県

・県ホームページやＳＮＳにより、公益通報者保護制度の周知を実施した。

【事業者団体との連携による普及啓発】

・県と８つの事業者団体による「悪質な訪問販売 撲滅！かながわ宣言」に基づく取組みとして、県、宣言団体及び消費者団体による意見交換会や、消費者向け啓発、加盟事業者の好取組の発信（ホームページ、ＳＮＳ、県のたより）、年末年始安全・安心キャンペーンでの共同啓発活動等を実施した。

重点１・２

【消費生活協同組合法に基づく健全な生協運営の指導】

・神奈川県消費生活協同組合検査等実施要綱に基づき、県が所管する消費生活協同組合及び生活協同組合連合会（以下、「組合」という。）の運営及び財務の全般について、組合の適正な運営に資することを目的として、令和元年度は８組合に検査を実施した。

〇組合数等（令和元年 12 月末現在）

	組合数	活動中	休止中	組合員数（人）	総出資額（千円）
地域生協	24	22	2	2, 876, 775	56, 235, 178
職域生協	12	11	1	107, 457	1, 574, 586
計	36	33	3	2, 984, 232	57, 809, 764
連 合 会	1	1	0	28組合	2, 754
計	37	34	3	—	

＜評価及び課題＞

・ 研修会や懇談会の共催を通じて、事業者や事業者団体との連携を進めた。研修会の実施やチラシ・パンフレットの配布等にあたり、関係団体との連携により効果的に実施できた。

・事業者団体との連携により実施した研修会の参加者からは、「満足した」が６割以上を占めた。

（研修会参加者アンケートの結果）　単位：％

研修名名称	大変満足した 満足した	どちらとも いえない	不満 未回答
訪問販売に関するコンプライアンス研修会	68.0	30.0	2.0

※その他の研修会等については、他法令所管課等との連携のため、アンケート結果なし

・「悪質な訪問販売 撲滅！かながわ宣言」について県のたよりに掲載する等、県内に広く周知し、県と事業者団体が連携して取り組んでいくという機運を醸成することができた。

【課題】

・特定商取引法や景品表示法をはじめ、事業者に関連する法令の趣旨や内容を広く適切に伝えることで、事業者の法令遵守を促進する必要がある。

・「悪質な訪問販売 撲滅！かながわ宣言」から２年が経過し、これまでの取組みを検証する必要がある。

・生活協同組合に対する指導検査においては、定款、各種規則等の未整備または一部不備の指摘事項が比較的多く見受けられた。定款、各種規則等は組合運営の根幹となるものであるため、適切な整備について、今後も重点的に検査し、指導を行っていく必要がある。

＜令和２年３月改定の新しい指針における取組みの方向性＞

・特定商取引法や景品表示法など、特に事業者にとって身近な法令について研修会を行うとともに、事業者と消費生活相談における被害等の情報を共有し、改善に向けた連携を促進していく。

・「悪質な訪問販売 撲滅！かながわ宣言」に基づく県と宣言団体によるこれまでの取組みを検証し、その結果を踏まえてさらに効果的な取組みの実施を通して、消費者から信頼される事業者活動を促進する。

・各種媒体を活用した公益通報者保護制度の周知を継続して実施する。また、公益通報者保護法が改正（令和２年６月 10 日公布）されたことを受け、法の施行に備え、事業者や労働者に向けた説明会の開催や啓発資料の作成等、新たな制度に関する周知に取り組む。

・引き続き、健全な生協運営を図るため、消費生活協同組合の設立認可、改善指導を行う。

【令和２年度の主な取組み】

・「悪質な訪問販売 撲滅！かながわ宣言」宣言団体等との取組み（「資料２」P10, 16）**重点１**

・事業者向け研修会等（特定商取引法研修会等）の実施（「資料２」P3, 15, 17）

・事業者団体懇談会の開催（「資料２」P14, 15）

・公益通報者保護法の普及（「資料２」P15）

・消費生活協同組合の適正運営の指導（「資料２」P16）

エ　商品及びサービスに関する安全・安心の確保　（中柱）

＜主な実績（令和元年度）＞

【商品及びサービスの安全に関する情報収集、提供】

・「サングラスの商品テスト」や「流せるティッシュ類の商品テスト」を実施し、調査結果や消費者への注意喚起事項を消費者や市町村へ情報提供した。

・商品事故情報をホームページや広報紙などにより提供した。（ホームページ掲載２件）

【適正な食品表示の推進】

・消費生活相談窓口へ寄せられる食品に関する相談に対応するため、消費生活相談員等に対し、食品表示等をテーマに研修を実施した。

（食品表示等をテーマにした研修会実施状況）

テーマ	実施回数	参加人数
新しい食品表示制度において消費生活相談員として気を付けたいポイント	２回	27 名

・景品表示法に基づく指導（13 件、うち食品表示関連は４件）や食品衛生法に基づく施設の立入検査（42,634 件）時に、食品表示の監視指導を実施した。

・食品表示関連法に基づく適正な食品表示のため、事業者に対する啓発事業を実施した。（景品表示法研修会４回、栄養表示等の相談対応 352 件、食品表示のリーフレット配布）

【食の安全･安心に関する消費者の理解促進】

・「かながわ消費生活注意･警戒情報」による食の安全・安心に関する情報発信を行った。（「ウエルシュ菌食中毒について（第 92 号）」、「オーガニック食品について（第 100 号）」）

・食の安全・安心の確保に対する関心及び理解を深めるため、リーフレット「かながわの食品衛生 For　KIDS」を作成し、県内の全小学校を対象に配布するとともに、食品の安全性に関する、小学生を対象としたホームページで食品の安全性に関する情報提供を行った。

・食の安全・安心に関する知識と理解を深めてもらうため、「食の安全・安心基礎講座」を実施するとともに、県民の関心が高いテーマについて県民にわかりやすく情報提供し、意見交換するため、「かながわ食の安全・安心キャラバン」を開催した。

（食の安全・安心に関する情報提供・啓発活動）

事業種別	実施回数	参加者数
食の安全・安心基礎講座	10 回	593 名
食の安全・安心キャラバン	３回	76 名

＜評価及び課題＞

・商品等の安全・安心に関する問題が依然としてなくならない中、県の関係部局、各研究機関、国民生活センター等と連携した商品テストの調査結果や注意喚起事項など、県民への適切な情報提供を行うことができた。
・消費生活相談員等に対する食品表示等の研修により、消費生活相談窓口における相談対応の充実が図られた。

（食品表示等をテーマとした研修会参加者アンケート）

	満足	どちらでもない	不満	無回答
割合（%）	100	0	0	0

・小学生を対象にしたリーフレットの配布や県民を対象とした基礎講座等を通じ、県の取組み等についての情報提供や意見交換を行うことで、県民の食の安全・安心の確保に関する理解が深まり、県民の意見を県の施策に反映させることができた。

【課題】

・商品テストの実施にあたっては、県民ニーズを的確に把握し、テスト結果の消費者への情報提供を充実させるために県の関係部局、各研究機関、国民生活センター等とのより一層の連携が必要である。
・商品等の安全・安心に関して、引き続き県民への必要な情報提供に取り組む必要がある。
・特に食の安全については県民の関心も高いことから、事業者への普及啓発とともに、消費者への正しい情報提供を図る必要がある。

＜令和２年３月改定の新しい指針における取組みの方向性＞

・県の関係部局、各研究機関、国民生活センター等と連携した商品テストを実施するとともに、その結果等を含め、商品事故等の情報を消費者へわかりやすく発信していく。
・引き続き、消費者の安全安心を確保するために、消費生活相談員等に対する食品表示等の研修機会を確保し、消費生活相談窓口における相談対応の充実を図るとともに、景品表示法や食品表示法に基づき、適正な表示の推進に取り組む。
・神奈川県食の安全･安心推進会議（推進会議、幹事会、作業部会）等を通じ、食の安全・安心の確保に向けた取組みを進める。

【令和２年度の主な取組み】

・商品テスト分析の実施（「資料２」P6, 16）
・重大事故情報等の収集、提供（「資料２」P16）
・事業者向け研修会等の実施（食品表示関連）（「資料２」P17）
・食品表示の監視・指導の実施（「資料２」P17）
・食の安全・安心に関する情報提供（「資料２」P17）
・リスクコミュニケーションの推進（「資料２」P17）