

1 - (1) 団体の理念、経営方針

1 横浜市消費者協会の基本姿勢

横浜市消費者協会は、昭和 49 年に開設された横浜市消費者センター（当時）と同時期に発足した「センター運営協議会」を前身とし、昭和 54 年に横浜市の出捐により財団法人として設立されてからも一貫してセンターの管理・運営を担い、更には指定管理制度が導入された平成 18 年度からは 3 期に渡って指定管理者として実績を積み重ねてきました。

これまでの経験と実績を踏まえ、私たち協会で働くすべての者は、公益財団法人である横浜市消費者協会として果たすべき使命と役割について次のように考え、皆で話し合った結果を「宣言」としてホームページに公表しました。この内容を大切にするとともに、透明性のある運営のため決算や活動報告等の経営状況を分かりやすく工夫しながら公表することに加え、利用者等からの評価についてもホームページでオープンにしていきます。

（宣言の概要）

協会は横浜市民のために「消費者被害の防止」と「消費者市民社会の実現」の両方を追求し、現場性や小回りの利く事業展開を活かして、横浜市のビジョン構築や事業推進等に寄与しながら、消費行動によって持続可能な社会が実現することを目指します。

そのための行動指針として、次のようなことを大切にしています。

- 消費者の権利の尊重と自立支援を行って消費者の利益を守り増進する、横浜市民に役に立つ仕事をする協会であることを常に原点として考えること
- 横浜市の相談の第一線を担っていることを自覚し、親身な対応と適切な調整に努めること。なにより横浜市民の信頼に支えられている協会であることを常に意識すること
- 「豊富な事例に基づく情報」と「専門性があり高い使命感を持った人材」という協会の 2 つの財産に誇りを持ち、大切にしていくこと
- 協会の実績を踏まえつつ、現状の課題や足りない点もしっかりと見つめ、議論と実践により一層横浜市民に役に立ち共感される協会を創り上げていくこと
- 市民意識が高く消費者として自立を進める横浜市民、地域・現場の様々な活動団体や個人、消費者志向経営を進める事業者等と、将来にわたって協働を広げていくこと

2 専門職の確保及び組織的育成と相談から情報発信までの一体的運用

消費生活相談や情報発信等を効果的・効率的に行うためには力のある人材を確保することが不可欠です。

様式 2 - A

とりわけ専門資格職である相談員については、特に競争が厳しい首都圏の中で優秀な相談員を確保し、長期にわたって能力を発揮してもらえるよう、全国で初めて経験年数や期待する役割に応じて報酬月額がステップアップする給与制度を導入しました。また、相談を安定的、継続的に行うために、従前から相談員をグループ分けし、グループ毎に主任を置いて、業務処理に関する指導、助言を行うなど業務を通じた専門職の育成を図ってきましたが、経験豊富な相談員も新人相談員の育成に関わるなど、組織的な育成を一層強化していきます。

さらに主任相談員等を協会の総合職員に位置づける方向で検討を進め、職責に応じた処遇向上を図っていきます。

また、相談業務と情報収集、それに基づく情報発信・提供までの業務を一体で行うことで、貴重な財産である「情報」を最大限に活かすことを目指し、相談業務部門と情報発信・提供業務部門を1つの課に集約し、両業務の連携強化を図りました。情報発信等を担う職員の中から適任者を業務リーダーに任命する方向で検討を進め、各セクションの職員全体のレベルアップを図り、少ない人数でより一体的な業務運営が出来るような仕事の進め方についても常に適切に見直し、組織や人員体制のスリム化などの効率化を進め、満足度の高い集団を目指していきます。

3 コロナ後の厳しい財政状況や新たな生活様式への柔軟な対応

コロナ禍を経て、過去の成功事例が一変し、一堂に会することが困難な状況も生じるなど「新しい日常」に対応する必要があります。ICTを活用した新たな方式も工夫し、SNSや動画など若者に届く方法をはじめとして、様々な年代の特性に応じた情報発信や相談対応について模索し、工夫しながら実行に移していきます。デジタルネイティブや在宅勤務者の増加、高齢者を中心とする情報リテラシー格差の増大など、様々な状況変化に対しても、横浜市の所管局と十分に調整しながら柔軟に対応していきます。

一方で、国や横浜市の財政状況はますます厳しさを増していますので、各事業の実施にあたっては最小の費用で大きな効果が出せるように工夫するとともに、市や区と調整しながら地域ケアプラザなど関係者との協働も一層強化していきます。

さらに、限られた財源を選択と集中することで、ICTの活用などにより情報発信経費の削減を図る一方で、ニーズに応じた実現可能な自主財源確保に努めていきます。

新しい羅針盤が確立されていない中、コロナ禍というピンチをチャンスに変える発想転換の視点を持ち、新しいモデルが構築できるよう試行錯誤、取捨選択を進めていきます。

団 体 名

公益財団法人 横浜市消費者協会

1 - (2) センター運営にあたっての基本方針

消費者問題は、法律が想定していない新たな課題が次々に生じるなど、ますます複雑化、高度化、多様化しています。また、コロナ禍を契機に新しい生活様式が求められ、今までの常識が常識ではなくなるようなパラダイムチェンジが起きている劇的な変化の時でもありますので、今までの実績を土台にしつつも、常に自らをブラッシュアップ、アップデートし、新たな試みを試行錯誤しながら、費用対効果を考慮したより質の高い取組に挑戦していきます。

消費者安全法、消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」といいます。）、横浜市消費生活条例等の目的、理念を踏まえ、次の基本方針に基づき横浜市民の大切な財産であり、社会基盤である「横浜市消費生活総合センター」を適切に運営し、誰もが住み慣れたこの横浜で生き生きと暮らしていくことができるよう尽力していきます。

1 自主的な決定をサポートしながら質の高い救済の実現を目指します

センターの最も基本的で中核をなす業務は消費生活相談への対応です。事業者と消費者の間には大きな情報格差があり、消費者の自己決定には常に困難さが存在します。契約において不利益を被ったのではないか、納得がいかないなどの不満を抱える相談者に寄り添い、主観的主張の中から事実関係を洗い出し、場合によっては事業者と調整し、法に照らして最適解を探し出して相談者に提案し、消費者の自己決定を支援するという相談業務を適切に行っていきます。

相談者の中には、センターを解決機関であると認識している方もいらっしゃいますので、相談を受ける中で相談業務の本質が自己決定の支援であることを十分に説明して、理解を得ていくよう努力します。

このように高い専門性とコミュニケーションスキルが求められる相談業務には、現在も国家資格取得者など全員有資格者である経験豊かな専門職の相談員を充てていますが、全国・首都圏での相談員のなり手不足の中、引き続き必要な人材を積極的に確保するとともに組織的に育成することで、さらに質の高い救済の実現を目指していきます。

また、相談員の直接的な助言等と合わせて、電話システムやホームページの充実など、ICTも積極的に活用しながら、トラブル解決に向けた情報を発信し、自ら調べ、自ら解決しようとする人を適切にサポートしていきます。

2 個別相談の内容を正確かつ迅速に整理・記録し、横浜市をはじめとする関係機関に適切に情報提供するとともに、情報の中から新しい課題を発見できるよう感度を高め、その後の法的対応等に貢献していきます

消費生活相談は、相談員のアドバイスや事業者を交えた三者あっせんにより解決するものの他、案件によっては行政が行う事業者指導や規制強化などの行政指導、あるいは例えばフリーマーケットでの個人間取引のように最終的には条例改正、法律改正といった法的対応が必要と

様式 2 - B

なるケースも存在します。

行政が判断する基礎となる情報データベースが有効なものとなるよう、数多く寄せられる様々な相談内容を正確かつ迅速に記録し、関係機関に適切に提供します。このことでセンターに集まる情報が「情報財」になるよう努めていきます。さらには、自ら内容を分析し、課題発見できる感度を高めて、関係機関に一層有効な情報を提供できるよう努めます。

3 地域の見守り機関や支援者と連携の仕組みを柔軟に工夫し、成年年齢引き下げ、高齢者を中心とする相談の多様化など新しい課題にも対応しながら、消費者教育の推進、消費被害の未然防止に関する事業を効率的・効果的に展開します

センターには個別相談への対応にとどまらず、同一あるいは類似事案の発生抑制・再発防止の役割も要求されています。さらには消費者目線で社会を変えていく行動に貢献できるよう消費者の様々な学びを支える中心的な役割を果たすことも期待されています。

協会は、今までも区役所と共催の消費生活教室、地域ケアプラザや高校との連携、消費者支援に関する連携推進会議における各種消費活動団体との情報交換などの取組を行っています。

今後の5年間は国・横浜市の厳しい財政状況下での事業運営となりますので、今まで以上に限られた財源と体制で事業運営をすることが必要です。そこで、消費者問題の真の解決のカギを握る地域コミュニティを支援する横浜市や区役所と役割分担し、今まで関係を築いてきた自治会、消費生活推進員、地域ケアプラザや高校などに加えて、民生委員をはじめとする地域の見守り機関や支援者、消費者志向経営に熱心な企業や企業団体など様々なステークホルダーとの関係をさらに深化していきます。まずはお互いに本音で話し合える対等な関係作りに努めていきます。

これらのことを実現するため、従前の手段に留まらず、インフルエンサーになってくれる人や機関をはじめ、必要な人に必要な情報が届くような情報発信・情報提供に力を注いでいきます。動画による発信や SNS の活用など、従来手法にとられない様々な方法も工夫していきます。

4 外部の専門機関、相談機関等との連携を推進し、新たに起こってくる課題への対応力を強化するとともに業務内容の深化を図ります

近年、契約上のトラブルや消費被害と詐欺など犯罪との垣根が低くなっている事例や、コロナ禍の影響で消費者の不利益を一方的に事業者の責にさせることができない事例、あるいは商品の高度化により事故原因の究明が困難になっている事例等、横浜のセンター単独では処理ができない事例が増加しています。

このため、従前から協力をお願いしてきた弁護士会、独立行政法人国民生活センター、独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE）などの外部の専門機関に加え、他分野の相談窓口や警察等関係機関との連携を推進していきます。

また、発生した課題の根本原因が全国共通であること、あるいは問題を起こす事業者が広域展開しているケースも増えてきていますので、相談機関間の広域的な連携・調整も求められて

様式 2 - B

きています。

センター所管の経済局とも十分に調整しながら、外部機関や相談機関との連携を強化することによって、新たな課題への対応も含め、業務への取組力を深めていきます。

5 最小の経費で最大の効果を発揮します

国や市の財政状況はますます厳しさを増していますので、各事業の実施にあたっては最小の費用で大きな効果を出せるように工夫するとともに、市や区と調整しながら地域ケアプラザなど関係者との協働も一層強化していきます。

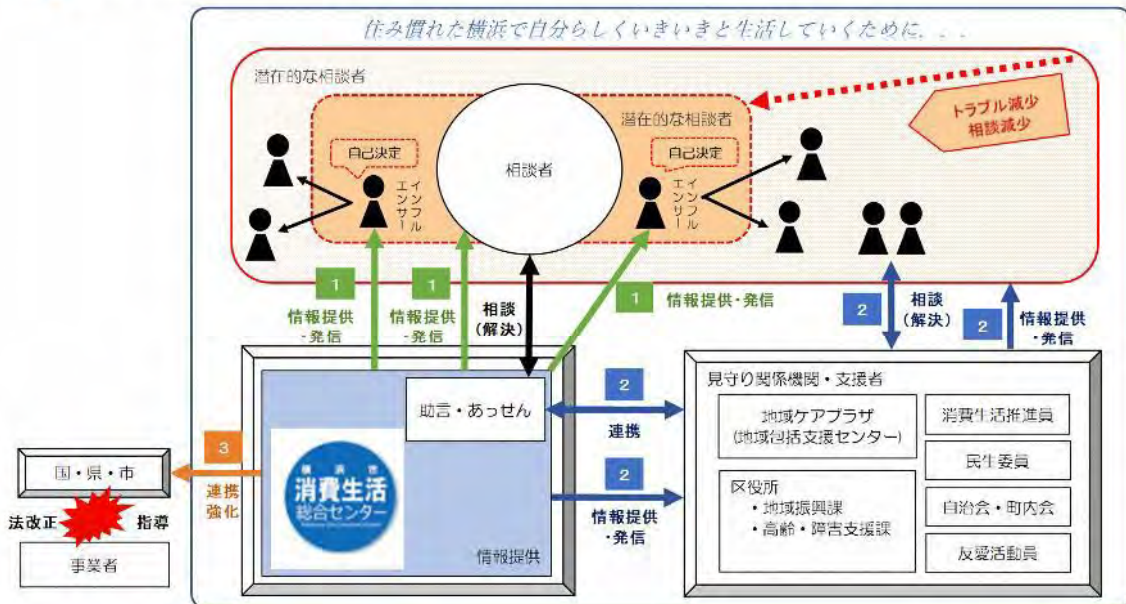
この指定期間においては、限られた財源を選択と集中することで、ICTの活用などによる情報発信経費の削減、組織や人員体制のスリム化などの効率化を進め、相談と情報発信双方の効果が最大化できるよう常に見直しを図るとともに、自主財源確保にも努めていきます。

なお、7年度からの国費削減対象業務は、地域での見守りなど今後も重要な分野の業務ですので、横浜市と十分協議を進め、削減対象項目に限らず指定管理業務全体の見直しを行い、重要施策など優先順位をつけて必要な事業を継続していきます。

横浜市消費生活総合センターの運営に向き合う基本的な考え方
 ~Withコロナをはじめ、時代の変化の流れの中で~

- 1 自ら調べ自ら解決しようとする人の決定をサポート
- 2 様々な見守り機関・支援者との連携
- 3 相談機関同志の連携・強化（国・県・市など）

トラブル減少
相談減少



| | |
|-----|-----------------|
| 団体名 | 公益財団法人 横浜市消費者協会 |
|-----|-----------------|

様式 2 - C

1 - (3) 財務状況

横浜市消費者協会は、昭和 54 年 3 月に横浜市消費生活総合センター（当時は横浜市消費者センター）の運営管理を目的として設立されました。消費生活相談事業を核として、センターの運営を行い、平成 18 年度にセンターへ指定管理者制度が導入されて以降も、横浜市の消費者施策の一翼を担ってきました。

こうした成り立ちであることから、協会の収入の約 99%（令和 2 年度 99.6%、元年度 99.3%、平成 30 年度 98.7%）は横浜市からの補助金、指定管理料等で、協会の業務は相談事業など人が中心のものであるため支出の 70%以上（令和 2 年度 71.4%、元年度 76.3%、平成 30 年度 76.8%）は人件費となっています。

固定資産の中には土地・建物など不動産はありません。借入等もなく健全な経営を行っています。

事業に必要とされる引当金を計上し、対応する資金を充分確保しています。

財産運用については、満期償還まで保有することを協会内で決定したうえで、地方公共債など安全性の高いもので運用しています。

なお、人件費の占める割合が大きいことから、全国的な相談員のなり手不足によって、特に競争が厳しい首都圏の中で消費生活相談員の確保が難しかったことや、予期せぬ退職などにより、ここ数年の剰余金の発生につながっています。

2 年度の公益事業（消費者の利益の擁護及び増進）の収支がプラスとなったことについて、収支相償の観点から、公益財団法人の監督庁である神奈川県から改善を求められ、3 年度と 4 年度の 2 か年で解消する案を説明し、了承を得ました。この剰余金解消案に基づき取組を進めています。

※具体的な財務状況は、別途提出した平成 30 年度、令和元年度、2 年度の決算報告書（貸借対照表、正味財産増減計算書、財産目録等）に記載させていただきました。

団 体 名

公益財団法人 横浜市消費者協会

2 - (1) 職員の確保と配置

1 人材の確保

市民の安全で快適な消費生活の実現に寄与するセンター業務に従事する職員は、消費者と事業者との間の情報の質及び量、交渉力等の格差を補い、快適な消費生活を実現しようとするために、十分な意欲と能力を備えた職員である必要があります。

横浜市消費者協会は、センター業務の経験が豊富な多くの職員を確保しており、欠員が生じた場合には、広く公募し業務実施のための高い資質・能力を備えた人材の確保に努力します。

とりわけ専門職である消費生活相談員については、国家試験合格者等有資格者を充てることとしていますので、全国、特に首都圏でなり手不足が深刻な中であって、経験を活かし長く当協会に勤務してもらえるよう、3年度から定期的な昇給、一定期間経過した時点での経験に応じたステップアップ制度、他センター等での相談員経験の前歴換算制度導入などの人事給与制度の見直しを実施しました。さらに、相談員の確保に向けてホームページなどに魅力ある情報発信を工夫し周知活動にも力を注いでいきます。

第4期指定管理の中頃に予定している組織改革に合わせて、短時間相談員の導入など第2弾の人事給与制度の見直しを実施（別図参照）し、一層の人材確保に取り組む予定です。なお、機構改革や国費削減の状況に応じて、人員体制の見直しにも取り組むこととしています。したがって、以下の説明は令和4年度時点のものです。

(1) 職員（再雇用職員を含む）

センター業務全般に関わる立場で、全スタッフの中心的役割を担います。また、課長を補佐し担当業務全体を管理運営し、企画・調整・総務の事務に従事します。

現在4人が相談員等関係資格を保有しており、また3人がセンター業務10年以上の経験者です。

職員の補充の際には、組織の活性化につなげるためにも、外部から能力が高く多岐にわたる社会人経験も豊富な人材を積極的に採用していきます。

(2) 嘱託員

ア 消費生活相談員

全相談員が消費者安全法に定める消費生活相談員の資格（高度な専門性）を保有しています。また、現在いる相談員のうち8人が10年以上の経験者です。

補充に際しては、有資格者を対象に公募を行い、相談事業やそれに準じた実務経験、人物、人柄などを勘案し、相談事業や出前講座事業などの業務従事にふさわしい人材を、厳正かつ適正な選考により採用します。

イ 事務嘱託員等

総務及び相談支援から情報提供発信・消費者啓発教育までの連携した業務に従事する嘱託員です。相談員等関係資格の取得を勧めており、現在いる嘱託員のうち3人が資格

様式 2 - D

取得者です。

社会人経験、人物、人柄などを勘案し、会計事務、消費生活相談、消費者への情報発信・提供、ICT 関連業務、広報 PR 業務など、担当する業務に対応できる必要な専門知識・能力・資格・経験等を保有する即戦力を、厳正かつ適正な選考により採用しています。

2 職員の配置

(1) 総務課

【職員配置数】

課長 1 人 職員 3 人（うち再雇用職員 1 人）

【配置の考え方】

- ① 人事・労務・庶務関係を中心に協会業務に周知した経験豊富な人材を配置
- ② 公益財団法人として会計処理を適切に処理し、理事・評議員等に議決・報告のための書類を作成するため、経理・財務業務に精通した者を配置

(2) 相談啓発課

【職員配置数】

課長 2 人 職員 2 人 事務嘱託員 6 人 スーパーバイザー 1 人 消費生活相談員 22 人

【配置の考え方】

- ① 消費生活相談員
市民からの消費生活相談に適切に対応するため、相談員等関係資格を有する者を配置
- ② 相談支援及び情報提供スタッフ
 - i PIO-NET データ管理、相談データの集計・分析等を実施するため、可能な限り相談員等関係資格を有する者を配置
 - ii 多様な消費者教育・情報提供事業を実施するため、ノウハウを熟知している者を配置
 - iii 相談業務を通して得られる情報を基にした効果的な情報発信及び商品テスト等を実施するため、可能な限り相談員等関係資格を有する者を配置
 - iv ホームページ作成等を効率的に実施するため、ICT 業務に精通している者を配置
 - v 関係団体や外部の専門機関等との連携を図り、適切な相談解決や効果的な情報発信を実施するため、コミュニケーション力や調整力を効果的に発揮できる者を配置

3 施設利用時間に対応するための交代制勤務

会議室、展示・情報資料室、相談室等の各施設の利用時間に対応するため、スタッフの勤務を交代制とします。

週 5 日勤務者、週 4 日勤務者ともに、指定休務制を実施し、勤務を要しない日はあらかじめ

様式 2-D

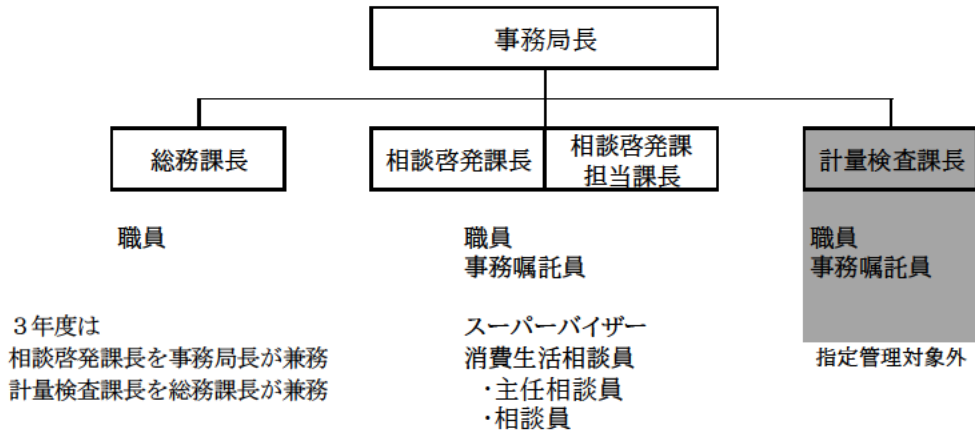
ローテーションを組んで指定し、スタッフを配置します。

なお、平日は、通常勤務と遅番勤務（通常より勤務時間を繰り下げ）の2種の勤務体制を設け、勤務ローテーションを組んで施設の利用時間に対応します。

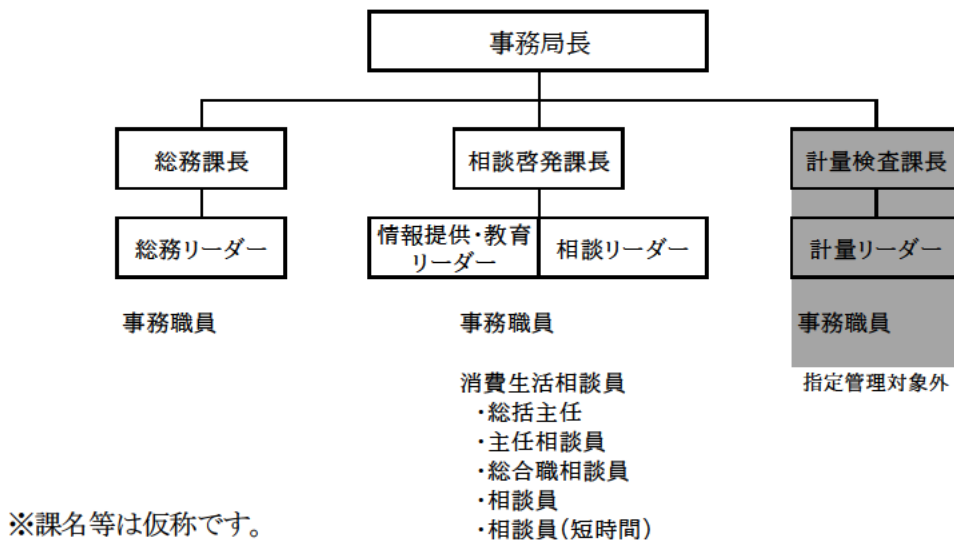
（国費削減の状況によっては、横浜市と協議のうえで体制の見直しを図ります。）

4年度の組織と職員配置

※協会事務局長をセンター長に充て、課長を副センター長に充てます。



第2弾人事給与制度の見直しイメージ



団体名

公益財団法人 横浜市消費者協会

2 - (2) 人材育成

1 人材育成の考え方

消費生活センターが果たすべき役割や各自治体に期待される施策展開の方向性などが国から示され、消費者行政の重要性が高まっていくことに加え、契約上のトラブル等は減少傾向が見えず、次々と悪質な事例も発生、トラブルの内容も複雑化、多様化し取り組むべき課題は山積しています。

協会の経営資源は何といても「ひと」であり、関係機関とのネットワークによって築き上げた人的関係を含めて「人財」こそが、最も貴重な経営資源です。「人財」は一朝一夕には育成できないため、中長期の視点で育成を図り充実させることが必要です。

消費者に役立つ協会としての役割を認識し、消費者と共感し、親身な対応ができる職員として、また専門的な知識を有し、それを深める意欲を持ち、持てる能力を発揮し、誰からも信頼される職員として、皆が誇りとやりがいを持ち活躍できる組織を目指していきます。

また、課題解決に向け主体的に取り組み、協会職員として自らに求められていることを考え行動する職員、いつも職場の同僚や所属チーム、組織全体のことを考え、皆で活発に議論して、関係者と協働しながら業務にチャレンジし、行動に移していく職員の育成を目指します。

経験値が重要となる相談現場では、スーパーバイザーとグループリーダーである主任相談員が、全相談員の相談処理状況を常に把握することによって、相談処理の均質化を図るとともに、事業者等へのあっせん交渉の際にはスーパーバイザーや主任とセンターとしての交渉方針を確認しながらあっせんを進めていく仕組みを設けています。

また、新卒の悪質商法手口やあっせん交渉結果など、相談処理に必要な情報は、主任会議や課内ワーキング、朝ミーティングなどで情報共有を行うほか、センター全体でもグループウェアソフトを利用して迅速な情報共有に努めます。

なお、基本的な相談処理については、相談処理マニュアルを全相談員で共有化し相談対応に活用します。

2 研修制度

専門職相談員の研修プログラムは、新規採用者への採用時研修、相談業務の内容に特化した専門知識研修、対人対応力を高める接客研修、また経験年数等段階ごとの能力向上を目指したステップアップ研修を、自主企画による講座や他機関が主催する相談員専門・事例講座、独立行政法人国民生活センターや神奈川県等が配信するオンライン研修などを活用しながら計画的に実施し人材育成を目指します。

また、専門職相談員以外の職員や事務嘱託員については、センター運営を継続して担っていく協会の「人財」として成長できるよう、消費者契約法、特定商取引法等の消費生活関連法の基本的研修や消費者問題の課題や知識を習得するための研修への参加も積極的に推奨していきます。また、担当業務に関するスキルアップのため、労務管理・経理関係の研修へも参加し

様式 2 - E

ています。

さらに、全職員については、人権啓発研修や個人情報保護研修のほか、横浜市が主催する外郭団体関連や指定管理に関する基本的な知識を習得する研修や意見交換会に参加し、人材育成に努めていきます。

3 評価制度

(1) 人事考課制度

自己申告や上司との面談を通じて、担当業務の目標を設定し業務に取り組みます。

年間の業務において発揮された「取組姿勢」「能力」「潜在的能力」等を公正かつ客観的に把握・評価し、面談や日々の話し合いの中で適切な指導・助言を行っていき、職員一人一人の職務に対する意欲向上や能力開発など、人材育成のツールとして活用します。

(2) 業務実績評価

年度を2期に分けて、半期ごとの業務の実績を公正かつ客観的に評価して賞与に反映していきます。このことにより、職員一人一人の職務に対する意欲向上を目指します。

| | |
|-------|-----------------|
| 団 体 名 | 公益財団法人 横浜市消費者協会 |
|-------|-----------------|

様式 2 - F

2 - (3) 労務管理

1 労働条件一般

固有職員、再雇用職員、嘱託員、アルバイトと様々な雇用形態の従業員がともに働く職場ですが、同一労働同一賃金の原則に基づき、就業に係る規定等を整備し、賃金、研修、福利厚生等において不合理な待遇差を解消しています。

また、無期転換雇用を、一般的な法適用よりも短い期間で可能にし、相談員等の確保・育成をすすめています。

2 福利厚生制度

職員の健康管理等の制度整備は、円滑な業務遂行の重要な支えとなるものとの観点から、定期健康診断受診項目への法定外項目の追加実施や受診を徹底しています。

また、横浜市勤労福祉共済制度への加入、勤労者財形貯蓄制度への対応、法定の年次休暇に加え、夏季休暇、病気休暇などの法定外休暇の付与などを行っています。

さらに、超過勤務の縮減に努め、ワークライフバランスの推進に取り組んでいます。

3 新型コロナウイルス感染症対策

職員の感染リスク軽減に努め、事業継続を図っています。

ビル管理者による共有スペースの消毒に加え、執務室内の共有書庫、各自の机、電話、パソコン等を消毒できるよう薬剤等を常備、出入口への手指消毒液の設置、相談ブースへのパーティション整備、会議室・休憩室への飛沫防止アクリル板の設置などを行っています。

さらに体調が悪い場合は速やかに上司へ報告し、発熱等感染の恐れがあるときには出勤しないことを周知しています。

4 労使関係

労使間での協定が必要とされる時間外労働・休日労働に関する協定（36協定）及び一斉休憩の適用除外に関する協定の締結や、就業規則等の改正にあたって事前に改正案を示し、労働基準監督署へ提出する意見書を得るなど、適正な関係を築いています。

団 体 名

公益財団法人 横浜市消費者協会

3 - (1) 消費者教育に関すること

消費者教育推進法において、消費者教育は、消費者と事業者との情報や交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自主的・合理的に行動できるようその自立を支援する上で重要とされており、横浜市では、「横浜市消費者教育推進・5つの方向性の柱」に基づき「横浜市消費者教育推進計画」が毎年度策定されています。

こうした政策・施策に加えて社会情勢の変化等も踏まえ、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（消費者市民社会の形成・SDGsの実現に向けた教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動を効果的・効率的に実施し、横浜市経済局、各区役所、教育委員会、その他の関連部局と連携した消費者教育推進の拠点としての「消費者教育センター機能」の一翼を担います。

消費者教育推進法では、地域における消費者教育の推進において、消費生活センター等の収集した情報の活用による事例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならないとされています。相談業務と教育・啓発業務との業務連携を一層進め、消費生活に関する相談及び苦情への対応を通じて得られた最新の情報等をもとに、自ら調べ自ら解決しようとする人の適切な決定をサポートするため、国費による交付金活用の可能性を見極めながらICTも十分に活用し、消費者への情報の提供発信や消費者教育を進め、消費者被害の再発・未然防止を図ります。

また、悪質商法等の被害に遭いやすい高齢者等については、既存の見守りネットワーク等に消費生活の観点を加えることで、消費者被害が未然に防止されることを目指して、区役所をはじめとした地域における様々な見守り機関・団体や支援者等との連携・協働を、より一層進めていきます。特に、自治会・町内会活動や高齢者等の支援を担う市民に身近な行政機関である各区役所との連携・協働を強化し、消費生活教室・消費者教育講演会、地域ケアプラザ出前講座等や地域の担い手養成アウトリーチセミナーを【区役所連携・協働事業】として実施します。

1 消費者教育の推進と効果的・効率的な消費生活情報発信の強化

(1) 消費生活教室・消費者教育講演会【区役所連携・協働事業】

身近な区役所との連携・協働をより一層進め、教室等のプログラムに当センターの紹介、チャットボットの利用デモンストレーション、メールマガジン・ツイッターへの登録勧奨等を組み入れるといった工夫や調整を図りながら、消費生活上の安全・安心の確保のための確かな情報と知識を学ぶ教室や、消費者市民社会の形成に向けて今後求められる消費者像について関心と知識を高められる講演会を開催します。

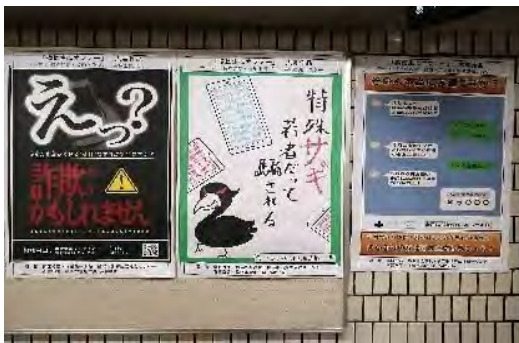
【第3期実績】 消費生活教室 10回、消費者教育講演会 1回（元年度）

【第4期計画】 公会堂等での教室等は年7回程度とし、区役所連携・協働事業として、地域ケアプラザ出前講座等や地域の担い手養成アウトリーチセミナーの拡充を図り、合計で年10回程度開催します。

(2) 講師派遣等による消費生活情報の提供・発信

出前講座として、センター内の消費生活相談員等を地域ケアプラザや地区センター、自治会・町内会館、大学等に派遣し、地域の住民や学生等を対象に、日常の消費生活相談を通じて得られた最新の情報等を提供することで消費者被害の未然防止を図ります。

また、市老人クラブ連合会主催のシニア大学に引き続き講師を派遣し、悪質商法の手口の紹介など、高齢者にも分かりやすい具体的な事例の紹介や注意喚起を行うとともに、2年度から区役所等と連携しながら取り組んでいる横浜総合高校の総合学習の時間に講師派遣等を行いキャンペーンにも結び付けるといった取組や授業として位置づけられた専門学校とのゼミナールと協働するなどのモデル的な取組を推進するほか、企業に対する有料の講師派遣も継続して実施していきます。



横浜総合高校生徒制作作品



市営地下鉄「弘明寺」駅でのキャンペーン

【第3期実績】 出前講座 24 回、シニア大学 9 回（元年度）

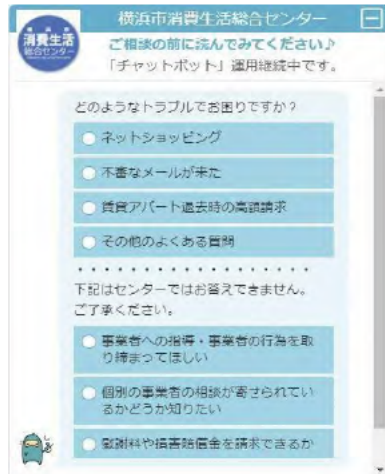
【第4期計画】 地域ケアプラザやシニア大学、企業等への出前講座を継続的に実施するほか、モデル的な取組を推進します。

(3) ICT を活用した消費生活情報の提供・発信

若者をはじめとしたデジタルネイティブ世代など、自ら調べ解決しようとする市民の適切な決定をサポートし、消費者被害の未然防止や解決を推進するため、ICT を活用した情報提供・発信を充実強化します。

センターホームページのアクセスビリティ向上や外国人のための多言語対応の拡充など ICT を活用した情報発信のための基盤を強化し、消費生活センターとしては全国で初めて試験導入したチャットボットの運用継続と改良、若者向けをはじめとした FAQ や「よくご相談いただくケース」の適時適切なアップデートなどに取り組むとともに、メールマガジンやツイッターの内容充実を図り登録勧奨を積極的に行います。

また、紙媒体のリーフレットや月次相談レポート、啓発物品などは、高齢者等を対象としたものを除いて段階的に ICT を活用した情報提供・発信に転換を図るほか、消費生活等に関する教室や出前講座等もできるだけ動画化していつでも視聴できるようにするとともに、オンライン化・リモート化により「集める教室」から「届ける教室」に転換していきけるよう、検討・推進を図ります。



チャットボット画面



動画ギャラリー

【第3期実績】 チャットボット試験導入、動画ギャラリー新設（2年度）

【第4期計画】 チャットボットの改良・利用件数の増、動画コンテンツの拡充を図るとともに、出前講座のネット配信等の検討を進めます。

（4）キャンペーン活動等

来年度に成年年齢の引き下げが実施され、その影響が懸念される若者の消費者被害の未然防止、消費者市民社会の形成に向け今後求められる消費者像などについて、専門学校等とも連携してデジタルコンテンツも活用したキャンペーン活動を展開します。

また、各種のリーフレットやポスターをはじめ定期刊行物やデジタル媒体等、各種機関等が発行する機関誌等への広告掲載などを通じて、幅広くセンター業務の周知・案内を進めます。



啓発キャンペーン（2年12月14日開催）



文豪ストレイドッグスとのタイアップポスター

【第3期実績】 消費生活啓発キャンペーン1回（2年度）

文豪ストレイドッグスとのタイアップキャンペーン（3年度）

【第4期計画】 センターホームページの案内やメールマガジン、ツイッターの登録勧奨を進めるとともに、専門学校等と連携して成年年齢の引き下げに伴う若者向けの啓発キャンペーンを推進します。

2 見守りを担う様々な団体・機関や支援者等との連携・協働の推進

(1) 地域ケアプラザ出前講座等【区役所連携・協働事業】

地域包括支援センターの機能を有し、高齢者等が地域で安心して暮らせるよう身近な福祉・保健の拠点として様々な取組を行っている地域ケアプラザとの連携をより一層推進するため、3年度から港南区で試行している消費生活推進員と地域ケアプラザがつながる出前講座や、地域ケアプラザとセンターをオンラインで結ぶリモート環境を活用したモデル的な取組を、区役所と連携・協働しながら拡充を図ります。



東永谷地域ケアプラザでの出前講座



ケアプラザとセンター間のリモート相談デモ

【第3期実績】 港南区東永谷地域ケアプラザ 1回（3年度）

【第4期計画】 4年度は2回程度（港南区内及びその他1区）実施し、その後は区役所等と連携・協働しながら拡充を図ります。

(2) 地域の担い手養成アウトリーチセミナー【区役所連携・協働事業】

日常の地域活動の中で高齢者等の目線に立った相談・助言を行うなど見守り役となる人材を増やしていくために、従前はセンターを会場に実施してきた地域の担い手養成セミナーを、2年度に緑区で行ったように消費生活推進員地区代表者会議に協会職員が出向いて情報提供・意見交換をするといったアウトリーチ型に転換し、比較的小規模な消費生活教室の機会を活用することなども含め、区役所と連携・協働しながら拡充を図ります。

【第3期実績】 緑区消費生活推進員地区代表者会議 1回（2年度）

【第4期計画】 引き続き年1回程度実施し、その後は区役所等と連携・協働しながら拡充を図ります。

(3) 消費生活支援に関する連携推進会議

センターが実施する事業全般について関係団体等からの意見聴取、センター事業につながる情報交換を主な目的として設置していた「センター連携推進会議」を、消費者支援について広く連携していくためのゆるやかなつながりの場を目指し、自由な意見交換の進むテーマ設定やメンバーなどを工夫した「消費生活に関する連携推進会議」として見直し、定期的を開催していきます。

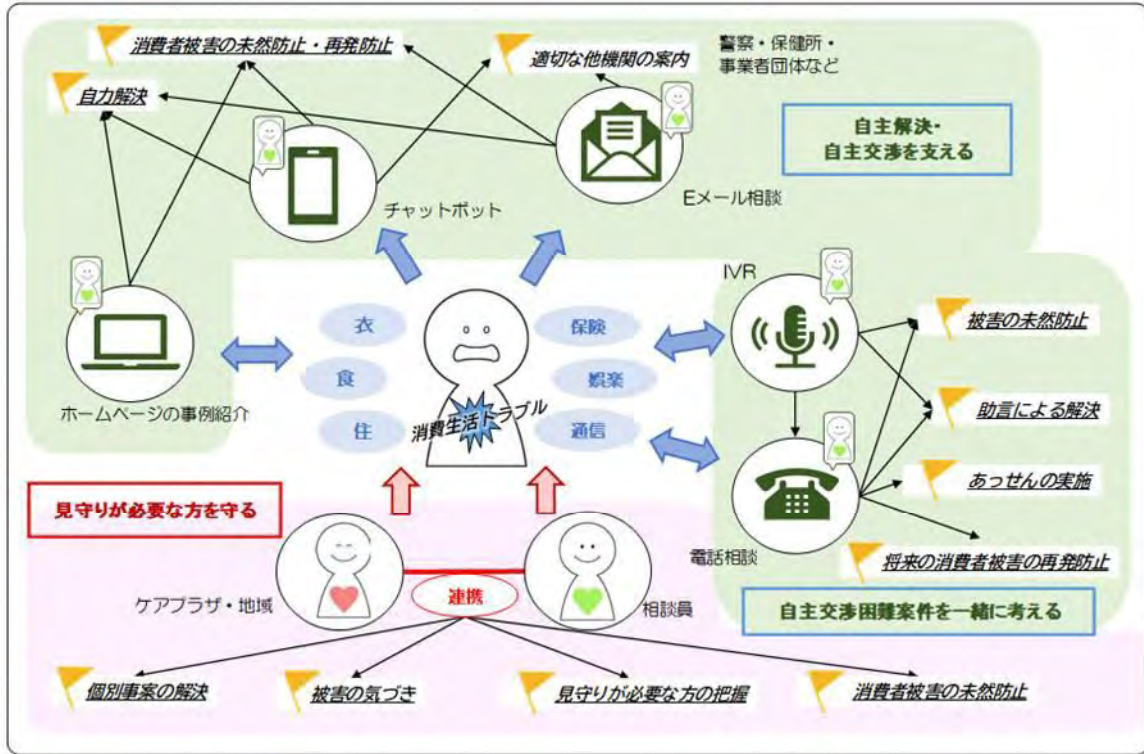
様式 2 - G

【第 3 期実績】 3 回（元年度）
【第 4 期計画】 年に複数回開催

| | |
|-------|-----------------|
| 団 体 名 | 公益財団法人 横浜市消費者協会 |
|-------|-----------------|

3 - (2) 消費生活に関する相談及び苦情の処理等に関すること

消費生活相談事業の全体像



高齢者の増加、成年年齢引下げ、キャッシュレス、グローバル化、ICT化など社会構造の変化に伴い消費生活トラブルはますます複雑化・多様化しており、被害回復のための消費生活相談のニーズはより高まっています。

このような状況を背景に、定期購入契約の表示義務など規制する特定商取引法の改正や、困惑類型の追加等を定めた消費者契約法の改正、販売預託の原則禁止を定めた預託法の改正など様々な消費者関連法の改正も行われています。

消費生活相談の現場では、法律の改正を十分に理解し、消費生活相談員全体で情報を共有しながら、実際の相談者へのアドバイスやあっせん交渉に活用していきます。

また近年は、あっせん等の交渉先も販売事業者のみにとどまらず決済代行業者、クレジットカード事業者、通信キャリア、プラットフォーム会社など複数の事業者が介在していることも多々あり、消費生活相談員の高度なスキルや交渉力が不可欠になっています。市民の安全で快適な消費生活の実現に向けて、より多くの消費者被害を救済できるよう、法改正の知識習得、相談内容の聴き取りスキル向上等など努力しつつ、相談者に寄り添った丁寧な相談対応を行っています。

相談者の自主解決のサポートをはじめ、高齢者等支援が必要な場合はセンターの消費生活相談員が寄り添い、また必要により相談者の見守り関係者と連携を図りながら、質の高い救済に向けて消費生活相談業務を実施していきます。

1 消費生活相談事業

(1) 消費生活相談・あっせん事業

消費生活相談の範囲は広く、相談窓口には様々な分野の相談が寄せられます。そのような多種多様な、商品やサービスの契約及び悪質商法等に関する苦情相談や問い合わせを、電話（文書・FAXを含む）や来所面接（必要に応じて、最寄りの区役所等に出向きます）により受け付けます。

また、外国人等からの外国語による消費生活相談についても、公益財団法人横浜市国際交流協会（YOKE）の協力を得て相談に応じていきます。

相談者の多くは、不安や不満、怒りなどで混乱した状況で相談をされますが、消費生活相談員が安心して相談できる環境を作り出しながら、相談内容を丁寧に聴き取り、事実関係を把握しトラブルの原因や消費者の権利が守られているかなど法令や最新の情報等々を駆使し、問題解決に向けて、責任をもって対応します。

- ① 相談者自ら解決ができるような対処方法をわかりやすくアドバイスして自主交渉を支援
- ② より適切な相談機能を備えた専門機関等の紹介
- ③ 社会経験の乏しい若者や判断能力が低下した高齢者などには、センターが間に入りトラブルの解決に向けて相談者とともにあっせん交渉を実施
- ④ 今後の新たな被害発生を未然に防止するための有益な情報を提供

(2) 相談アドバイス事業

適切なアドバイスや有益な情報提供により、相談者自ら解決ができる案件も多くあります。様々なツールにより情報の提供を積極的に行い相談者の自主解決のサポートを行います。

① Eメール相談の実施

Eメールにより消費生活に関する相談を受け付けし、解決に向けての一般的な考え方や情報提供をわかりやすくアドバイスして自主交渉を支援します。

② 相談電話の自動音声応答（IVR）システム（注）のガイダンスの活用

架空請求や商品の送り付け商法等、比較的、画一的なアドバイスで対処できる相談案件について、音声ガイダンスでより多くの方々にアドバイスを行っていきトラブル対処に繋がります。

（注）IVR（Interactive Voice Response）とは、電話応答に際しあらかじめ録音された音声の誘導で、内容により架電者の振り分けを行うシステム

③ ホームページチャットボットの導入

チャットボットの誘導により、センターホームページ内の相談者が知りたい情報や同一の被害事例などの項目へスムーズに到達できることで、相談者の被害回復に向けての情報を、迅速かつ適切に提供できるようにします

(3) 高齢者等見守り相談事業

高齢者からの相談は年々増加傾向にあり、被害も複雑化、高額化している状況にあります。高齢者の中には、認知症等によりご本人が被害に気付いていないケースや気づいてもご本人だけでは解決が困難なケースも多くあります。センターとして地域ケアプラザや区役所の福祉関係部署をはじめとする福祉関係者等と情報を共有し連携を密にして、消費者被害の救済に向けた取組を行うとともに、日頃から、見守る立場の方々に、被害未然防止に向けてのアドバイスや新手の悪質商法手口、被害状況などを積極的に情報提供していきます。

① 地域ケアプラザの方が直通で利用できる専用回線を設置

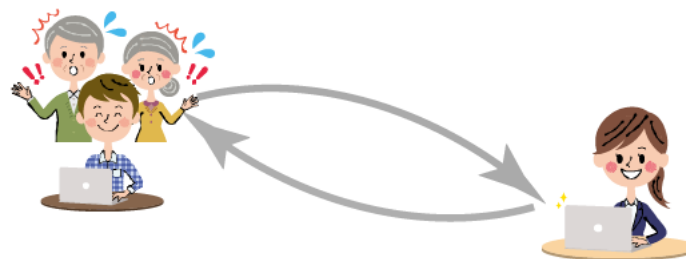
消費生活相談はご本人が行うことが原則ですが、ご自身で相談ができず、身近にご家族等がいない方から、地域ケアプラザに被害相談が寄せられた場合、あるいはそのような方の被害を福祉関係職員の方が気づいた場合に、地域ケアプラザ職員が、センターに迅速に相談ができるよう、一般の相談回線とは別に専用回線を設置して相談対応を行います。

② TV 電話（リモート）相談の実施

消費生活相談の内容によっては、センターに來所していただき面接による相談が必要な場合もありますが、高齢者や福祉関係者の方々に負担なく、より便利に相談をしていただけるよう、3年度から港南区役所と連携し試行実施を始めたオンライン Web 会議ツールを利用した相談対応を実施します。

相談者には身近な地域ケアプラザから相談ができるとともに、信頼関係のある地域ケアプラザの方と一緒に相談ができることで、相談者の精神的負荷も軽減できると予想されます。

実施に当たっては、3年度からの試行的実施を検証しつつ、地域ケアプラザ出前講座なども活用しながら、TV 電話（リモート）相談の周知拡大を図るとともに、区役所等との連携のもと、推進していきます。



2 消費者安全に向けた相談情報発信事業

(1) 相談情報の分析・活用

受け付けた相談は、全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET）に迅速に入力し、データベース化を図ります。

毎年、PIO-NET を活用して、相談情報の統計処理を行い、統計結果からみえる相談傾

様式 2-H

向や特徴を発信します。また市域全体の統計とは別に、これまでは1年に1回の提供だった区別の相談統計の処理を4か月に1回程度の頻度で行い、より身近な相談情報として受け止められるよう発信していきます。

【第3期実績】 全体概要 年1回・区別版 年1回（2年度）

【第4期計画】 全体概要 年1回

区別版を年3回（身近な相談情報として、消費生活推進員等の地域活動にも活用できるようにします）

（2）行政指導等に結び付くような悪質事業者情報の発信

横浜市民から寄せられた相談情報のうち、横浜市消費生活条例で禁止されている「不当な取引行為」を行っている恐れのある事業者情報については、横浜市に対し迅速に情報提供していきます。

また、国や県などの行政機関や警察等からの法令に基づいた消費生活相談情報の照会についても積極的に協力していきます。

（3）消費者安全法に基づく通知

「重大事故等」「消費者事故等」等の被害情報を得た場合は、同種事故の発生や拡大を防ぐため、消費者安全法に基づき、直ちにまたは速やかに消費者庁及び横浜市に消費者事故の情報を通知します。

また、消費生活用製品については事故情報の調査分析の迅速化等の観点から、必要により独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE）に対しても情報を提供します。

3 相談処理対応力向上事業

（1）相談員研修の実施

① 新採用研修

新採用の消費生活相談員を対象に「新採用研修」を実施します。相談員としての心構えに加え、横浜市の相談員としての業務への向き合い方等を研修内容に組み入れていきます。

また、相談員の実務については、これまでの相談員経験の有無や経験年数を考慮し、採用した個々の相談員のレベルにあったカリキュラムを計画し、OJTを含めた研修を実施します。

② 専門知識研修

消費生活相談員全員を対象に「専門知識研修」を企画・実施し、相談に関連する法律改正や専門分野の知識習得を目指します。接遇研修もカリキュラムとして導入し、消費生活相談員としての心構えや電話・面接対応に伴うコミュニケーション力、接遇力の向上を図っていきます。

様式 2-H

【第3期実績】 年 12 回（2年度）

【第4期計画】 年 12 回（原則月 1 回実施）

③ ステップアップ研修

消費生活相談員の段階的ステップアップを目的として、独立行政法人国民生活センターや神奈川県等の研修メニューを活用しながら、相談員のスキルアップを図ります。

段階ごとに消費生活相談員としての能力を広げていけるよう、集合研修や Web 研修などの研修方法を工夫し、またグループによる相談事例の検討、講師養成、リーダー研修など研修内容についても工夫を重ねながら実施します。

（2）専門家の活用

消費生活相談員が相談者により適切な助言を行うため、また事業者とあっせん交渉を行う際、より高度な専門性をもった交渉を実行するために、弁護士や建築士、繊維関係等の専門家を活用して行きます。

よりよい相談解決を図るため、専門家を定期的にセンターに招き、直接消費生活相談員が専門家からアドバイスを受けることができるような体制を構築し、相談処理の一助とします。

【第3期実績】 法律相談 年 48 回（2年度）

【第4期計画】 法律相談 年 48 回（原則月 4 回実施）

（3）利用満足度の向上

消費生活相談はほとんどが電話による相談対応となるため、初めて電話で話す消費生活相談員に対して、信頼感を持ってもらえる言葉遣い、安心感を与え相談しやすい印象を与えるやさしい語りかけなどが大変重要です。

消費生活相談員全員を対象に、外部の専門家等を活用した応対研修を行います。

また、消費生活相談員個々に向けて、電話応対力のフィードバックを行っていくことで、相談対応力向上を図り、消費生活相談利用者の満足度向上に寄与します。

団 体 名

公益財団法人 横浜市消費者協会

様式 2 - 1

3 - (3) 商品テストその他商品の実習に関すること

1 商品テスト事業

(1) 専門機関を利用した苦情品テストの実施及びテスト室の活用

苦情相談を受けた商品のうち、電気製品の安全性など専門的な検査が必要なケースについては、独立行政法人国民生活センターや独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE）等の公的機関などにテストを依頼して原因の究明を進めます。テストで究明された苦情品の原因等は、相談業務や情報提供業務で共有するとともに、各種の情報提供ツールにより発信します。

また、クリーニング等の消費者トラブルで繊維関係の専門家に助言を求める際などに、テスト室を有効に活用します。

【第3期実績】 国民生活センター 1件、NITE 1件 （2年度）

【第4期計画】 推 進

(2) 簡易テスト実習

テスト・実習室の施設・設備を活用して、様々な商品の成分などについて、関心と知識を深める実習を開催します。

また、テストの実施状況を動画化してホームページ上で公開することでいつでも視聴できるようにするほか、センターに来所しなくても実習に参加できるようなネット配信等の検討を進めます。



「塩分」の基礎知識実習（2年12月1日実施）

【第3期実績】 「糖分」の基礎知識実習 1回（2年度）

※センターホームページの動画ギャラリーに掲載

【第4期計画】 ネット配信等の検討・推進

団 体 名

公益財団法人 横浜市消費者協会

様式 2 - J

3 - (4) 消費生活に関する資料の展示等に関すること

1 資料展示事業

消費者教育への期待の高まりを踏まえて、市民の自主学習や勉強会などの一助とするため、市民にとって、より利用しやすい展示・情報資料室を目指して、市民向けの消費者教育関係図書、資料、展示用パネル等を整備して展示・閲覧・貸出しができるようにします。また、DVD等の視聴覚機能を充実させることにより、消費者教育推進の拠点機能の一つとして「自主学習・情報提供の場」としての機能を果たします。

なお、現在は、新型コロナウイルス感染症の影響で展示・情報資料室の利用を制限しています。



展示・情報資料室

- 【第3期実績】 消費生活に関する各種レファレンス実施 21件
消費生活推進員等のセンター見学対応 3件
配架用図書、DVDの購入 48冊、10巻（以上、元年度）
- 【第4期計画】 推 進

団 体 名

公益財団法人 横浜市消費者協会

3-(5) 消費生活に関する情報の収集及び提供に関すること

1 消費生活に関する情報の収集・共有

消費者教育推進法で、地域における消費者教育の推進において、消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならないとされているなど、消費者教育や市民への情報提供を効果的に行うためには、消費生活に関する相談及び苦情への対応を通じて得られる最新の情報を適切に収集し、共有することが重要です。

そのため、毎月、主任相談員や事務担当職員等による定例会議を開催し、前月に対応した相談や苦情の中から、特徴的であったり態様が新しい相談事例や悪質な事業者の情報などを共有し、その後、消費者教育や啓発を担当する職員によるワーキング・グループでも情報を共有して市民への情報提供・発信に活用します。

また、PIO-NET に蓄積された消費生活相談情報、危害情報に基づいて独立行政法人国民生活センターから提供される情報や消費者庁・神奈川県等からの情報のほか、マスコミ報道やネット上の情報などにもアンテナを高くして、必要な情報の収集・共有に努めていきます。

2 消費生活に関する情報の提供

消費生活に関する相談及び苦情への対応を通じて得られた特徴的な情報や最新の情報に加えて独立行政法人国民生活センターや消費者庁等から発信される情報も整理・共有し、出前講座などの消費者教育や啓発活動に生かすとともに、様々な媒体やICTも十分に活用して市民に分かりやすい情報として発信していきます。



はまのタスケ

(1) 消費生活情報「よこはま 暮らしナビ」

日常の相談等から得られる情報を活かしたタイムリーな情報提供を主眼として毎月発行している「月次相談レポート」と、専門家による消費生活に関する特集記事や消費者行政に関する情報、消費生活推進員の地域活動情報など市民への幅広い消費生活情報の提供を目的に発行している「増刊号」について、段階的にICTを活用した情報発信へ転換を進めていきます。一方で、これまでに構築してきた高齢者等への情報提供のチャンネルを維持する必要もあることから、両者の統合を図るとともに発行頻度の見直しを行いながら、引き続き、消費生活情報を提供する刊行物として発行し、市内へ広く配布します。

| | | | |
|---------|----------|--------|-------------------|
| 【第3期実績】 | 月次相談レポート | 公的機関向け | 11,000部×12回 |
| | | 自治会等向け | 11,000部×10回 (2年度) |
| | 暮らしナビ増刊号 | 公的機関向け | 11,000部×4回 (2年度) |

【第4期計画】 段階的に、ICTを活用した情報発信への転換を進めるとともに、1種類に統合して発行頻度を見直します。

(2) 区別の相談状況に関する情報提供

これまでは1年に1回の提供だった区別の相談状況の情報を、4か月に1回程度の頻度で速報することで、月次相談レポートによる情報発信等と合わせて、区役所や見守りを推進する様々な機関・団体や支援者等の消費生活への関心を高めていきます。

【第3期実績】 11月 前年度の相談分析の中で発表（2年度）

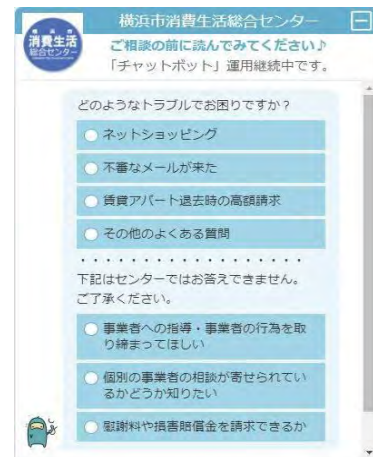
【第4期計画】 当年度の区別の速報値を4か月に一回程度の頻度で速報

(3) ICT を活用した消費生活情報の提供・発信（再掲）

若者をはじめとしたデジタルネイティブ世代など、自ら調べ解決しようとする市民の適切な決定をサポートし、消費者被害の未然防止や解決を推進するため、ICTを活用した情報提供・発信を充実強化します。

センターホームページのアクセスビリティ向上や外国人のための多言語対応の拡充など ICT を活用した情報発信のための基盤を強化し、消費生活センターとしては全国で初めて試験導入したチャットボットの運用継続と改良、若者向けをはじめとした FAQ や「よくご相談いただくケース」の適時適切なアップデートなどに取り組むとともに、メールマガジンやツイッターの内容充実を図り登録勧奨を積極的に行います。

また、紙媒体のリーフレットや月次相談レポート、啓発物品などは、高齢者等を対象としたものを除いて段階的に ICT を活用した情報提供・発信に転換を図るほか、消費生活等に関する教室や出前講座等もできるだけ動画化していつでも視聴できるようにするとともに、オンライン化・リモート化により「集める教室」から「届ける教室」に転換していけるよう、検討・推進を図ります。



チャットボット画面



動画ギャラリー

【第3期実績】 チャットボット試験導入、動画ギャラリー新設（2年度）

【第4期計画】 チャットボットの改良・利用件数の増、動画コンテンツの拡充を図るとともに、出前講座のネット配信等の検討を進めます。

| | |
|-------|-----------------|
| 団 体 名 | 公益財団法人 横浜市消費者協会 |
|-------|-----------------|

様式 2-L

3-(6) 消費者の主体的な活動のための施設の提供に関すること

センター各施設（相談室、展示・情報資料室、会議室、商品テスト・実習室）の事業運営を通して、消費者の利益の擁護及び増進を図り、市民の安全で快適な消費生活の実現に寄与します。センター開設以来積み重ねてきたノウハウを十分に生かしながら、多様化する市民ニーズに対応した円滑な利用の促進とサービスを推進し、今後も横浜市の消費者行政の一翼を担います。

センター各施設の利用案内とセンターが実施する講座・イベント等の案内を、協会ホームページやツイッターに掲載し積極的に広報していきます。

会議室については、近隣事業所オフィスへのポスティングや、周辺貸出施設の長期休館や廃止の際当該施設利用者への案内などを行い、新たな利用者を開拓していきます。

また、コロナ禍のもと市民の新しい生活様式に即したリモートでの会議運営や講座・イベントの配信ができるようにするなど、施設の利用促進に取り組んでいきます。



会議室（2・3同時使用）

上大岡駅直結 貸し会議室

● 消費生活センターのほかに、グループほかの学習室、が總會にも利用いただけます。
● 利用単位は3時間（土曜日午後のみ4時間）です。電灯のみは利用月3ヶ月の月の初めにお知らせから、初日が休みの場合は翌日印刷いたします。
● 電灯の申込みは1日単位で4日分までとします。翌日の申込みは1日単位でも随時受け付けます。
【貸室料】
日曜日、祝日、休日、祝日除却（12/20-1/3）

| 種別 | 定員 | 設備 | 料率 |
|-----|-----|--|----------|
| 貸室1 | 35名 | ホワイトボード、スクリーン | 1,000円/時 |
| 貸室2 | 36名 | ホワイトボード、スクリーン | 1,000円/時 |
| 貸室3 | 66名 | ホワイトボード、スクリーン、マイク、LEDモニター、ディスプレイ、プリンター | 2,000円/時 |

※料金は消費税別です。消費税は別途お見積りいたします。
※利用料金は、消費税別です。1日（12時間）として利用いただけます。
※会議室は、消費生活センターの施設です。利用料金は別途お見積りいたします。

消費生活センター 横浜消費生活総合センター
住所 〒220-8502 横浜市中区上大岡4-1-1 消費生活センター4階
TEL 045-845-9804（各営業時間） ※お電話受付は、受付時間内
URL <http://www.yokohama-consumer.jp/info/rentalroom.html>

会議室案内ちらし

| | |
|-----|-----------------|
| 団体名 | 公益財団法人 横浜市消費者協会 |
|-----|-----------------|

4-(1) 施設及び設備の維持保全及び管理・運営への提案

1 施設の管理について

(1) 施設・設備の維持保全及び保守管理

センターを利用する市民等の安全の確保と施設の長寿命化を図るため、ゆめおおおか管理組合からオフィスタワービル全体の管理を委託されている横浜市住宅供給公社と調整し、消防法等に定められた法定点検を含む定期的な点検を適正に行います。

定期点検、日常点検の適切な実施により、建築物や設備等の不具合等の早期発見・早期対応に努めます。発見した不具合等を速やかに横浜市に報告し、必要な小破修繕を行うなど対応します。また横浜市の対応が必要な案件については、指示を仰ぎ、現場の調整を行います。

(2) 清潔・快適な環境の維持

オフィスタワービル全体で廊下幅が確保されており、横浜市社会福祉協議会が管轄する多目的トイレが4階に設置されており共用できる等バリアフリーの環境が整備されています。センターの入り口や、来所された方の動線の通路幅を確保できるよう留意しています。また、筆談用のホワイトボードを用意するなど聴覚に障害のある方のご利用にも配慮しています。

施設的环境を維持し、快適で清潔な利用環境を市民等に提供するため、日常清掃、定期清掃、一般廃棄物の発生抑制や分別回収等、横浜市住宅供給公社と調整し適切に行います。

また、感染症拡大防止のため、貸出施設、備品などの消毒等を行います。

(3) 安全・安心への備え

常日頃から日常の点検・管理を怠らず、施設内の事故防止に努めるとともに、施設賠償責任保険に加入し不慮の事故等に備えます。

横浜市住宅供給公社、消防署等の指導のもと、定期的な防災訓練、避難誘導訓練を実施します。

災害時等に必要な役割を担うため「災害時等における施設利用及び消費生活相談への協力に関する協定」を横浜市と締結するほか、新型コロナウイルス感染症対策など危機管理マニュアル等を見直します。

2 施設の運営について

センター各施設（相談室、展示・情報資料室、会議室、商品テスト・実習室）の事業運営

様式 2-M

を通して、消費者の利益の擁護及び増進を図り、市民の安全で快適な消費生活の実現に寄与します。センター開設以来積み重ねてきたノウハウを十分に生かしながら、多様化する市民ニーズに対応した円滑な利用の促進とサービスを推進し、今後も横浜市の消費者行政の一翼を担います。

(1) 会議室の利用料金

会議室の利用料金を、準備・周知期間等を横浜市と調整のうえ、次のとおり設定します。

平日夜間の料金を引き下げ夜間の利用率向上を図るとともに、平日昼間の料金を引き上げ利用料金収入増を図ります。

会議室利用時間・料金

(単位:円)

| 平日 | 時間帯 | 9:00~12:00 | 13:00~16:00 | 16:00~19:00 | 計 |
|----|-------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------|
| | 会議室1 (67 m ²) | 1,200 (現行 1,000) | 1,200 (現行 1,000) | 1,600 (現行 2,000) | 4,000 |
| | 会議室2 (71 m ²) | 1,200 (現行 1,000) | 1,200 (現行 1,000) | 1,600 (現行 2,000) | 4,000 |
| | 会議室3 (107 m ²) | 2,200 (現行 2,000) | 2,200 (現行 2,000) | 2,600 (現行 3,000) | 7,000 |
| 土曜 | 時間帯 | 9:00~12:00 | 13:00~17:00 | 計 | |
| | 会議室1 (67 m ²) | 1,200 | 2,000 | 3,200 | |
| | 会議室2 (71 m ²) | 1,200 | 2,000 | 3,200 | |
| | 会議室3 (107 m ²) | 2,400 | 3,200 | 5,600 | |

(2) 消費者団体等の活動支援

毎月第3金曜日を会議室の無料開放デーとし、3か月前からの予約申請の受付を行い消費者団体等の利便性を図ります。また会議室の1か月前先の空き室については、無料開放デーと同様の取り扱いとし、消費者団体等へ活動の場として提供します。

| | |
|-----|-----------------|
| 団体名 | 公益財団法人 横浜市消費者協会 |
|-----|-----------------|

様式 2-N

4-(2) 業務に係る情報の保護・情報公開への取組

1 個人情報の保護

センターの運営を中心に、消費生活相談、消費者教育、高齢者の消費生活安全など様々な事業を行う当協会は、個人情報保護の重要性を深く認識し、個人情報に関する法令、横浜市条例及び協会内諸規定に則り、個人情報を適正に管理しています。全職員は、毎年度当初に研修を受講し、横浜市長に対して個人情報保護に関する誓約書を提出します。また内部・外部の研修に参加して意識の向上を図り、職員相互で注意し合う取組をすすめます。個人情報の紛失、漏洩等について細心の注意と最大限の努力をもって安全対策を講じるとともに、万一の発生時には速やかに是正措置を実施します。

なお、消費生活相談に関するデータについては、独立行政法人国民生活センターが運営管理する PIO-NET に蓄積しており、そのデータベースの利用や取り扱いに際しては個人情報保護を遵守します。

| | |
|-------|--|
| 組織的対策 | 個人情報保護管理体制の整備／個人情報の管理の見直し・改善／事故への迅速・的確な対応 |
| 人的対策 | 全職員に対する研修・教育の実施／職員でのダブルチェックの推進 |
| 技術的対策 | ウイルスソフト導入、パスワード設定等セキュリティの強化 |
| 物理的対策 | ID セキュリティカードによる執務室の入退室管理／パソコンへの盗難防止施錠設置／私用パソコン・ソフトの持ち込みと使用禁止／個人情報の持ち出し禁止／個人情報を含む資料等は鍵のかかるキャビネット等に保管、退所時の施錠徹底 |

2 情報の公開

横浜市の情報公開に関する条例の主旨に準拠した、情報公開に引き続き取り組みます。

定款、事業計画書、収支予算書、事業報告書、決算報告書、横浜市との協約、利用者の声等の情報をホームページで公開することにより、経営の透明性を図り、市民への説明責任を果たします。

消費生活相談、講演会・イベントなど協会が実施する事業に関する情報を積極的に提供し、市民、企業の皆様とのコミュニケーションの充実に継続的に取り組みます。

市民から情報開示申出書が提出された場合は、情報公開に関する協会内諸規定に則り、速やかに適正に開示を実施します。なお、判断が難しい案件の場合は横浜市と調整して対応します。

| | |
|-------|-----------------|
| 団 体 名 | 公益財団法人 横浜市消費者協会 |
|-------|-----------------|

様式 2-0

4-(3) 利用者の意見・要望・苦情への対応

センターが行う事業などへのご意見、ご感想を E メールで 24 時間いつでも受け付けています。E メールアドレスはセンターのホームページでご案内しています。

お手紙や E メール等でいただいたご意見等について、回答が必要なものには、速やかに（原則 14 日以内）お返事します。

回答したご意見等については、個人情報保護に配慮したうえで、利用者の評価として全職員で共有するとともに、ホームページでオープンにしていきます。

また、センター各施設（相談室、展示・情報資料室、会議室、商品テスト・実習室）の利用者、講座・イベントの参加者を対象にアンケートなどを実施し、アンケート内容も随時見直しながら、ニーズの把握に活用しています。

利用者の皆様にご満足いただけるセンターとなるよう、業務の改善と市民サービスの向上に努めます。

団 体 名

公益財団法人 横浜市消費者協会

様式 2 - P

5 - (1) 収支計画の適正性

協会の収入の約 99%（令和 2 年度 99.6%、元年度 99.3%、平成 30 年度 98.7%）は横浜市からの補助金、指定管理料等で、協会の業務は相談事業など人が中心のものであるため支出の 70%以上（令和 2 年度 71.4%、元年度 76.3%、平成 30 年度 76.8%）は人件費となっています。

このような収支構成にありますが、各年度の予算編成にあたっては、前年度の事業実績などをもとに適正な予算の積算に努めており、また毎月仮決算を行い、計画的な事業執行に努めています。

人件費の占める割合が大きいことから、全国的な相談員のなり手不足によって、特に競争が厳しい首都圏の中で消費生活相談員の確保が難しかったことや、予期せぬ退職などにより、ここ数年の剰余金の発生につながっています。

2 年度の公益事業（消費者の利益の擁護及び増進）の収支がプラスとなったことについて、収支相償の観点から、公益財団法人の監督庁である神奈川県から改善を求められ、3 年度と 4 年度の 2 か年で解消する案を説明し、了承を得ました。この剰余金解消案に基づき取組を進めています。

また、神奈川県消費者行政推進事業費補助金の終了に伴い予算が削減される 7 年度、8 年度に向けて、事業の見直し・再構築とこれに伴う執行体制の見直しを行います。

団 体 名

公益財団法人 横浜市消費者協会

様式 2 - Q

5 - (2) 運営費の効率性

神奈川県消費者行政推進事業費補助金の終了に伴い予算が削減される7年度、8年度に向けて、

- ・紙媒体のリーフレットや啓発物品などは、高齢者等を対象としたものを除いて段階的に ICT を活用した情報提供・発信に転換を図る。
- ・消費生活等に関する教室や出前講座等もできるだけ動画化していつでも視聴できるようにするとともに、オンライン化・リモート化により「集める教室」から「届ける教室」に転換していけるよう、検討・推進を図る。
- ・よこはまぐらしナビの「月次相談レポート」「増刊号」について、両者の統合を図るとともに発行頻度の見直しを行いながら、段階的に ICT を活用した情報発信へ転換を進める。

といった事業の見直し・再構築とこれに伴う執行体制の見直しを行います。

4年度は剰余金解消案に基づき、コロナ禍のもと市民の新しい生活様式に即した ICT を活用した事業へのシフトに取り組みます。

また、企業や関係機関との連携・協働に積極的に取り組み、効率的・効果的な事業執行を進めていきます。

引き続き、事務の効率的な執行と、節約、省エネルギーに取り組み、経費削減に努めます。

団 体 名

公益財団法人 横浜市消費者協会

6 第三者評価における意見内容への対応状況

1 (2) 消費生活に関する相談及び苦情の処理に関する業務

○ 電話のつながりやホームページの改善など

基本的には相談員を確保することが重要です。近年、全国的に相談員のなり手が不足し、特に競争が厳しい首都圏で相談員の確保が難しい状況の中で、横浜市とも調整しながら、3年度に、全国で初めて経験年数や期待する役割に応じて報酬月額をステップアップさせる給与制度を導入するなど消費生活相談員の処遇改善（取組事例1参照）を実施し、少なくとも現在の相談員数を確保するための策を講じました。

今後も、厳しい財政状況の中で相談員の増員は難しい状況ですが、元年度に全国に先駆けて導入した相談電話の自動音声応答（IVR）システムを活用し、定型的な案内と自動応答の助言のみで納得終了いただけるものを仕分けして、架空請求はがき（元年度は1,796件）やコロナ禍のマスク対応などに効果を発揮しました。また、IVRに来所予約専用ボタンを設定したり、別回線で入電する継続電話の初期応答やメール相談を相談業務補助アルバイトが優先して対応するなど、相談員が相談業務に集中できる工夫を図りました。

さらに、2年12月全国に先駆けてホームページに試験導入したチャットボット（取組事例2参照）の運用をすすめ、様々なトラブルの解決事例を案内して相談者が自分自身で知りたい項目にスムーズに到達できるよう工夫を重ねています。また、高齢者や障害者も誰もがホームページ等の情報や機能を支障なく利用できるようアクセシビリティを改善し、国内規格のレベルAAに準拠したほか、多言語にも対応しています。

独力ではITを活用することが難しい高齢者の相談への工夫として、市内全地域ケアプラザの職員が直通で利用できる専用回線での相談に加えて、港南区役所や同区内地域ケアプラザの見守りと連携したTV電話（リモート）を活用した相談（取組事例3参照）などの試行もすすめています。

また、現在実施している施設利用者、講座・イベントの参加者を対象にアンケートなどを実施し、アンケート内容も随時見直しながら、ニーズの把握に活用しています。

○ 積極的なあっせんへの関わり

認知症高齢者等自主交渉での解決が困難な方や、契約が複雑化し契約内容が理解しにくい契約など、トラブル解決に向けて消費生活相談員のあっせんが必要な事案については、積極的にあっせんに取り組んでいます。

通信販売や携帯電話等の通信契約など比較的規約等が整備されていることで、かえって交渉が難しい事案であっても、契約時の勧誘状況や契約内容の説明、返品やキャンセル等の動機など、相談者からの聴き取りを丁寧に行うことで、問題点を抽出し、あっせんが必要な事案であるかどうか確認を行っています。

1 (5) 消費生活に関する情報の収集及び提供に関する業務

○ 年齢層の違いを考慮したデジタルベースや紙ベースの発信

コロナ禍の新しい生活様式やデジタル化の進展を背景に、IT リテラシーの格差を踏まえ、紙ベース、デジタルベースを使い分けながら発信をしていくことを念頭に取組をすすめています。

特に、若者向けに取り組んだ横浜ゆかりの人気アニメ 文豪ストレイドッグスとのコラボレーション (取組事例 4 参照) で、多数のツイートインプレッションやリツイートを得ました。

また、若者や成年層など自ら調べ自ら解決しようとする人をサポートするためにチャットボット (取組事例 2 参照) を運用開始するとともに、ホームページ内に教室などの様子を動画コンテンツで発信していくため「動画ギャラリー」を新設しました。

さらに、独力では IT を活用することが難しい高齢者の対応として、港南区役所や同区内地域ケアプラザと連携して地域ケアプラザの Wi-Fi 環境整備を活かした TV 電話 (リモート) による出前講座・情報発信 (取組事例 3 参照) も試行しています。

○ メールマガジンの充実と登録者増の努力

メールマガジンの発信にあたっては、新聞報道や消費者庁、独立行政法人国民生活センター等の情報に日頃から関心を寄せタイムリーな情報発信に心がけています。センターが作成する印刷物やグッズなどにメールマガジンの案内を記載し、講演会やイベント等の様々な機会をとらえて登録を呼びかけています (メールマガジン登録者数 平成 27 年度末 1,139 人 → 令和 2 年度末 1,892 人)。コロナ禍で延期となっていますが、文豪ストレイドッグスのクリアファイル配付 (約 1,000 人の予定) についてもメールマガジンの登録を条件にします。

また、成年年齢引き下げを見据えた文豪ストレイドッグスとのコラボレーション (取組事例 4 参照) を通じて多数のツイートインプレッションやリツイートを得ていることや、チャットボットの運用開始により、SNS に慣れ親しむ層の関心を高め、メールマガジン登録者の増加につながることを期待しています。

○ 月次相談レポートの充実

月次相談レポートは、基本的には、身近な地域で過ごす高齢者等を対象と考えて発信しており、新しい生活様式の中で増えているネットでの通販トラブルや、新型コロナウイルス感染症関連のトラブル、貴金属買取サービスなど、タイムリーで関心が高いと思われるテーマを取り上げるように心がけています。

5 (1) 消費者被害未然防止のための情報発信の強化

○ 相談分析に職員が関わる内部体制

消費生活相談員主任会議や全職員参加の朝ミーティングを積極的に活用して、協会内のコミュニケーションを更に高めるとともに、職員、主任、スーパーバイザーが定期的に打ち合わせを行い、相談情報の共有化や業務の進捗管理等に鋭意取り組んでいます。

また、元年度に、全職員の参加により横浜市消費者協会の使命と役割を話し合い「宣言」としてとりまとめて公表しました。この宣言を実現していくために、2年度から消費生活相談員や事務職員が自主的に参加する「推進検討会」を立ち上げ、厳しい財政状況の中での効果的、効率的な事業推進のあり方などを、役員・管理職とともに話し合う場を設けて、その内容を職員全体にオープンにして、協会全体として話し合いがすすむよう心がけています。

さらに、2年度から、課を超えたメンバーで各種プロジェクトチーム（ICT活用、地域ケアプラザ連携、啓発イベント連携）を設置し、協会内の連携を強化しながら様々な新たな取組をすすめています。3年度には、相談から情報提供発信・協働までの取組が連携して行えるよう、相談啓発第一課と第二課を統合し、相談啓発課としました。

○ 豊富な相談実績を活用した積極的な独自の情報発信・教育啓発

神奈川県弁護士会、通信事業者、通販事業者、生命保険会社など関係団体の懇談会等に積極的に参加し相談情報からみられる問題点や課題等を情報発信しています。

また、平成 30 年度から連携推進会議のメンバーに、公益財団法人よこはまユース、公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）、特定非営利活動法人消費者支援かながわにも加わっていただき、自由闊達な意見交換による緩やかなつながり作りを進めています。なお、2年度からは横浜市成年後見サポートネットや港南区認知症高齢者等対策連絡会に参加していますが、今後とも関係機関への情報提供等に更に取り組んでいきます。

若者向けとしては、成年年齢引き下げへの対応も念頭に、授業として位置づけられた専門学校（岩崎学園）のデザイン系ゼミナールとの協働を引き続き強化しています。2年度からは、横浜総合高校・南区役所等と連携し、生徒が自主的に情報収集してその成果物を発表するという総合学習の授業として、横浜総合高校における取組（取組事例 5 参照）に全面的に協力しています。消費生活トラブル等をテーマにポスター制作を行い、校内で選ばれた優秀ポスターを同校の最寄り駅に展示するとともに、その様子の動画も制作してセンターホームページにも掲載しました。

また、人気アニメ文豪ストレイドッグスとのコラボレーション（取組事例 4 参照）にも取り組み、内閣府消費者委員会の第 6 回消費者関連情報の提供の在り方検討ワーキング・グループ（3 年 5 月開催）で、全国でも極めてまれな民間企業との協働の事例として紹介されました。

さらに、全国の消費者センターで初めて試験導入した若者や成年層が慣れているチャットボット（取組事例 2 参照）の運用や、動画コンテンツを発信していくための「動画ギャラリー」をホームページ内に新設しました。

高齢者等の対応としては、消費生活教室を区役所と共催して開催し、消費生活推進員や民生委員、自治会・町内会役員、友愛活動員等の参加を促しています。2年度は新型コロナウイルス感染症の影響で開催中止もありましたが、平年ベースでは年 9～12 回前後開催し、1,000 人以上の参加を得ています。

また、地域の担い手養成事業は、応募者にセンターへ集まっていただく形式のセミナーか

様式 2-R

ら、2年度は、区役所の協力を得て地域に出向き、消費生活相談員などが、地元の消費生活推進員を中心に意見交換をする形式のセミナーへ、開催方法を転換して実施しました。

加えて、これまでの出前講座の取組も活かしながら、3年度には、港南区役所と連携し、同区内地域ケアプラザの Wi-Fi 環境整備を活かした TV 電話（リモート）での出前講座・情報発信（取組事例 3 参照）も試行しています。

このように、区役所や地域ケアプラザ、高校など他機関との協働を推進しながら、様々な情報発信・教育啓発に努めています。

○ 一般市民に分かりやすい情報発信

受け付けた相談情報の統計処理をすすめ、年 1 回「相談の動向」として相談の分析結果を発表しています。従前の分析結果に加えて、相談分析の内容をグラフやイラスト等をより多く用いて、一般の方々にもわかりやすく興味を持っていただけるように工夫した「概要版」をまとめました。冊子版を区役所、消費生活推進員や地域ケアプラザ職員等に配布するとともに、ホームページにも掲載しました。定期刊行物の季刊「くらしナビ 増刊号」でも、「概要版」を抜粋して消費者被害の注意点を呼びかけています。

また、3年度からは、相談情報の市域全体の統計とは別に、これまでは 1 年に 1 回の提供だった区別の相談統計の処理を 4 か月に 1 回程度の頻度で速報することで、より身近な相談情報として受け止められるよう発信しています。これにより、月次相談レポートによる情報発信等と合わせて、区役所や見守りを推進する様々な機関・団体や支援者等の消費生活への関心を高めていきます。

1 (6) 消費者の主体的な活動のための施設の提供に関する業務

○ 会議室貸し出しの情報発信・周知など

会議室の予約と空き状況のお知らせを、各会議室と入居しているオフィスタワー 2 階エントランスに掲示するとともに、ホームページに掲載しました。また、近隣事業所オフィスに会議室のご案内をポスティングするなど利用促進を図り、平成 30 年度には 1,910 千円と、27～29 年度の平均自主財源収入（1,818 千円）を超えました。

さらに、元年 12 月からはセンターのツイッターで利用を呼びかけています。しかしながら新型コロナウイルス感染症対策による貸出停止や利用者の自粛が大きく影響し、元年度、2年度は実績が落ち込んでいます。

利用時間については、横浜市消費生活総合センター条例施行規則に午後 7 時までと規定されています。コロナ禍や条例等の定めの中でも、さらなる会議室利用促進のためアピールを引き続き行うとともに、会議室のデジタル関係機能の充実や利用料の時間帯運用等の見直しに取り組むべく、検討をすすめています。

団 体 名

公益財団法人 横浜市消費者協会

消費生活相談員の処遇改善の取組

1 目的と概要

- 〈消費者行政全体の課題〉
- ・全国、特に首都圏大都市における消費生活相談員の不足
 - ・新規資格取得者が民間企業等に就職し消費生活相談員にならない現象

これらの課題を背景に、消費者協会の宝である「人財（⇔情報財）」を確保し、相談機能を持続可能なものにしていくために、全国的に全員一律（300万円程度）であった相談員の処遇改善に取り組みました。

- ・相談員のモチベーション・やりがいの維持向上
- ・相談員の確保・定着、長く、安定して勤められる職場（職業）の確立

職業としての相談員の確立を目指し、横浜から発信していきます！

2 実施内容

(1) 定期昇給制度

1年に1回定期的に昇給し、経験年数に比例して年報酬がアップしていきます。相談員としての定着を目指します。

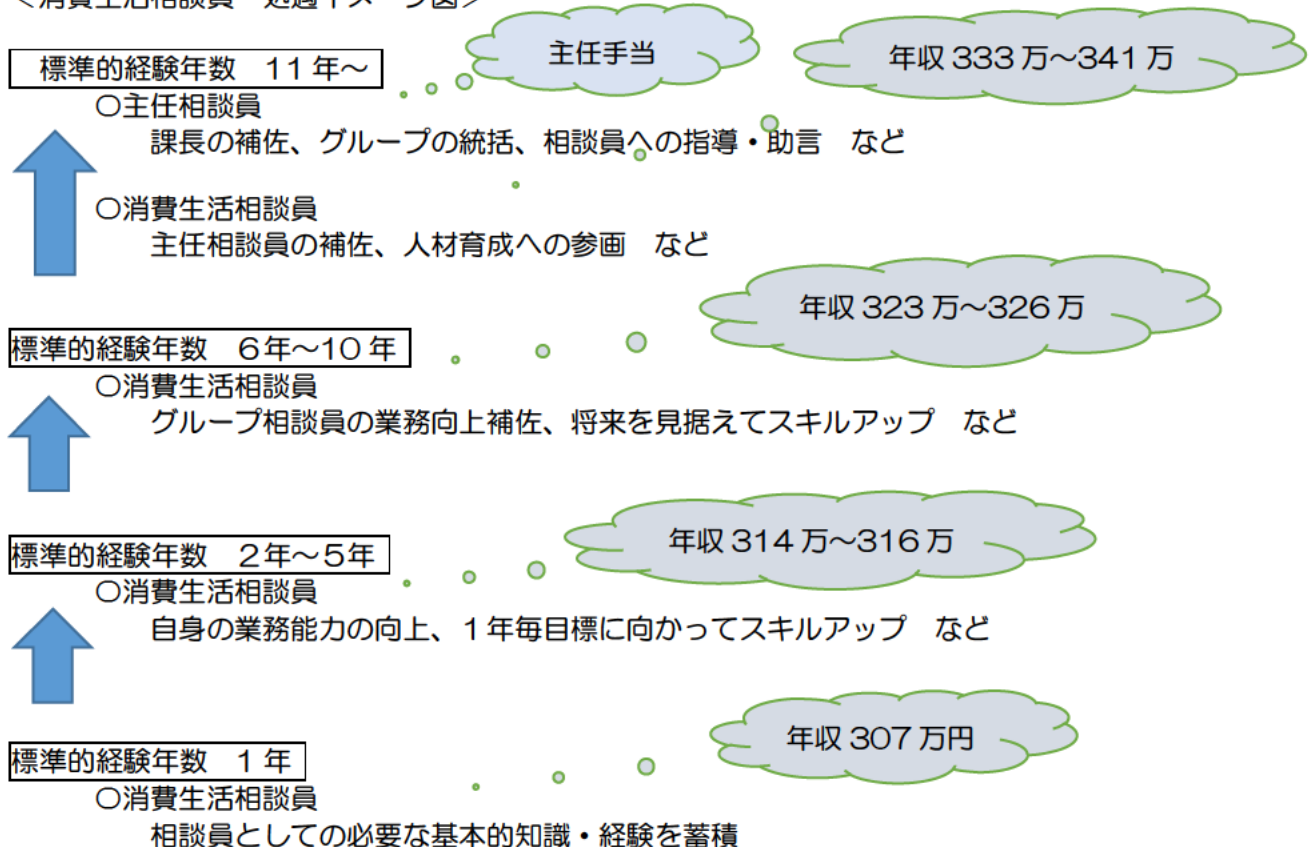
(2) ステップアップ制度

一定程度の年数を節目として、それぞれの段階で求められる能力やスキルを発揮しつつ相談業務に従事していきます。各段階で一定の報酬額がアップされます。

(3) 前歴換算制度

採用時に他のセンターでのこれまでの経験、実績を加味して年報酬額を決定します。

〈消費生活相談員 処遇イメージ図〉



チャットボット（アクセス・アシスト機能）の導入

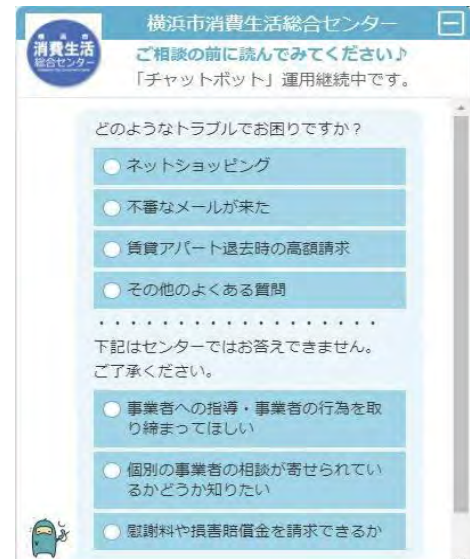
1 概要

消費者の皆様が、知りたい項目にスムーズに到達できるよう、ホームページの改善を目指し、ホームページアクセス・アシスト機能として「チャットボット」の運用に向けた試験を令和2年12月1日から実施し、3年4月1日から正式運用を開始しました。

2 実施内容

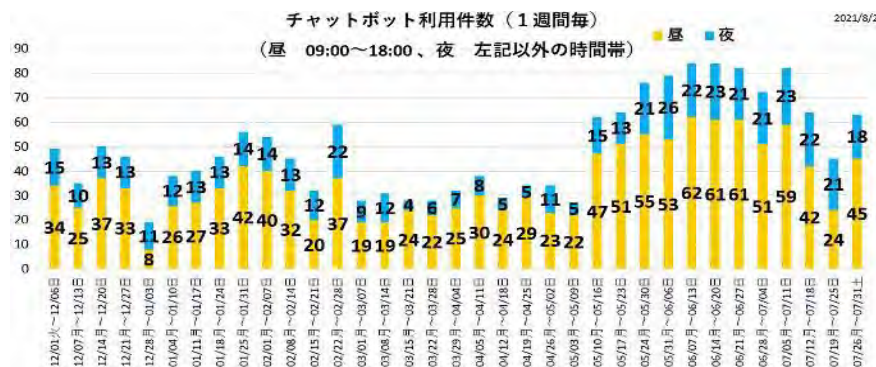
(1) 運用の概要

- ① センターのホームページを開くと、チャットボットが自動で起動されます。また、「相談したい」から「相談窓口案内」を開いても、チャットボットが自動で起動されます。
- ② 困っているトラブルの項目を選ぶと、チャットで答える形式で該当する事例やアドバイスに誘導します。
- ③ 提供情報が役に立ったか（アンケート）、本当は何を聞きたかったか（自由記述欄）を設け、継続的な運用改善に活用しています。

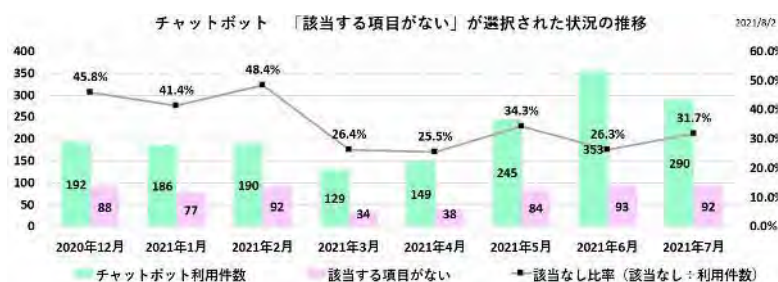


(2) 運用実績

- センターの休館日や昼夜を問わず、恒常的にチャットボットが利用されています。5月に起動位置を修正（トップ画面に加えて相談画面からも起動）してから利用件数が明らかに増加しました。



- どのメッセージにどれくらいアクセスがあるかを分析して、掲載事例を見直したりメッセージの位置を入れ替えたりすることで「該当項目がない」の選択を減らしていきなど、より使えるシステムに進化させています。



地域ケアプラザ等との連携・協働事業

1 概要

高齢者等の相談は増加傾向にあり、誰にも相談できずに泣き寝入りしている潜在的なケースも多い現状があります。認知症高齢者等、自身で解決できない消費者被害に対応するため、港南区役所等と協働して地域ケアプラザ（地域包括支援センター）と連携を強化し、消費者被害の未然防止や被害救済につながるよう取り組んできました。

2 実施内容

(1) 地域ケアプラザ専用相談回線

平成 29 年度から、専用回線を設置して、市内約 140 か所の地域ケアプラザからの消費生活トラブルに関する相談や問い合わせを受け付けています。

また、専用回線の周知と合わせて、高齢者の被害状況やトラブル事例等をまとめ、未然防止に役立ててもらおうよう配布を行いました。

(2) TV 電話（リモート）相談の実施

専用回線の発展的ツールの一つとして、センターまで来所しなくても、地域ケアプラザに在所したままで、相談員と相談者、ケアプラザ職員の 3 者が顔を合わせ、契約書等の資料を確認しながら消費生活相談が受けられるしくみを作りました。相談者にとっては、日頃から信頼を寄せているケアプラザ職員の方と一緒に相談が受けられ心強いと思います。令和 3 年度から、港南区役所と協働し、港南区内で試行実施を始めました。ケアプラザ職員とセンター相談員が連携して被害救済に取り組みます。



(3) 消費生活推進員活動への働きかけ

身近な地域の消費者トラブルに気づいたら声をかけ、話を聞き、解決機関へつなぐ「見守り」の役割を担っているのが消費生活推進員です。見守り活動には、地域ケアプラザとの交流、連携がとても大切です。消費生活推進員とケアプラザとの連携の一助となるよう港南区役所と協働し、センターでも取組を実施しました。

- ◆港南区消費生活推進員地区代表会議でケアプラザ・センター合同プレゼンテーションの実施
- ◆港南区東永谷地域ケアプラザが主催する消費生活出前講座への消費生活推進員の参加
 - ①出前講座準備の手伝い
 - ②講座終了後の意見交換（地域ケアプラザ、消費生活推進員、センター相談員等）
 - ③TV 電話（リモート）相談のデモンストレーション

(4) その他見守り関係機関への参画

- ◆港南区認知症高齢者等対策連絡会
- ◆横浜市地域ケアプラザ及び横浜市消費生活総合センター連携会議
- ◆横浜市成年後見サポートネット

「文豪ストレイドッグス」とのタイアップによる若者向け啓発活動

1 概要

令和4年4月からの成年年齢引き下げを見据えて、若者を守るキャンペーンを企画し、横浜が舞台で若者に人気があるアニメ「文豪ストレイドッグス」を起用しました。文豪ストレイドッグス製作委員会の幹事社である KADOKAWA は、以前から横浜市と包括契約を結んでおり、令和元年にも横浜市が「文豪ストレイドッグス」を使用したキャンペーンを実施しています。

本キャンペーン専用のオリジナルイラスト2種類を新たに書き下ろしてもらい、大型（B1判）と小型（B3判）ポスターやクリアファイルなどの啓発グッズに使用するとともに、横浜市交通局ともタイアップし、「みなとぶらりチケット文豪ストレイドッグス版」の発売、市営地下鉄・市バスの車内吊りポスター及び駅貼りポスターの掲示を行いました。

2 実施内容

令和2年9～10月 横浜市関係局（政策局、文化観光局、経済局）及び KADOKAWA と企画内容の調整

令和3年3月 オリジナルイラスト2種類完成、ポスター・チケットの製作開始

4月 横浜市経済局、交通局とセンターの連名で記者発表（4/26）を行い、キャンペーンをスタート

- ・若者啓発キャンペーンであることから高校・大学等へのポスター掲示を目指し、市教育委員会、県教育委員会、私立高校校長会及び政策局大学調整担当等に依頼・調整の結果、市内の全ての高校（市立9校、県立47校、私立41校）及び大学（27大学）並びに7校の専門学校でポスターの掲示が認められ配付。
- ・各区地域振興課、市立全図書館、横浜市スポーツ協会、よこはまユース、男女共同参画センター、資源循環公社等でもポスターを掲示。
- ・横浜市交通局とのタイアップで「みなとぶらりチケット文豪ストレイドッグス版」を発売するとともに、同期間に市営地下鉄・市バスの車内吊りポスター及び駅貼りポスターを掲示。
- ・7月1日までに、キャンペーン告知で307,482回、地下鉄車内吊り・駅貼りポスターの告知で118,294回のツイートインプレッション（Twitter ユーザーが見た回数）。



南区役所等との連携による横浜総合高校の総合学習への参画 及び啓発キャンペーンの実施

1 概要

令和元年度から校内居場所カフェの場を活用した情報提供や情報収集などを行って連携関係を構築してきた市立横浜総合高校の「総合的な学習の時間」に、南区役所・南警察署・南区消費生活推進員等と連携して参加し、単なる知識の詰め込みに終わらせないよう、特殊詐欺・契約トラブルをテーマに生徒がポスター制作を行うための授業に講師派遣や資料提供などで協力しました。

その後、校内で優秀作品に選ばれたポスターを市営地下鉄の駅構内に掲示するとともに、同駅で特殊詐欺・契約トラブル啓発キャンペーンを実施しました。

2 実施内容

令和2年8月 南区役所から、センターに「横総生にオファーです」*1 への参加依頼。

*1 横浜総合高校の生徒が地域から提示された課題にグループで取り組み、フィールドワーク等を通じて解決策を提案する地域活性化プロジェクトで、必修科目である「総合的な学習の時間」で展開。令和2年度の提示課題の1つが「特殊詐欺・契約トラブル啓発ポスターの作成」。

11～12月 高校の授業の場にセンター職員、南警察署、消費生活推進員も参加し、若者啓発冊子を配付、課題である特殊詐欺・契約トラブルについて質疑応答・アドバイスをを行った。

令和3年1月 横総生がプレゼンを行う「ポスターセッション」にセンター職員が審査員として参加。課題の理解度とポスターの出来具合で優秀賞を決定。

2月 横浜総合高校の最寄り駅である市営地下鉄「弘明寺」駅の協力を得て、ポスター優秀作品6点を駅構内に掲示（2/8～2/28）。
ポスター掲示に合わせて、市営地下鉄「弘明寺」駅で横浜総合高校の入試日（2/15）に特殊詐欺・契約トラブル啓発キャンペーンとして、パネル展や啓発グッズの配付を実施。後日、動画も制作してセンターのホームページに掲載。



7 第3期指定期間の実績

第3期は、当初予定した事業を着実に実施するとともに、第三者評価でいただいたご意見、ご指摘を踏まえ、次のような取組に力を注ぎました。

1 相談員の確保育成による安定的な経営の推進

近年、全国的に相談員のなり手が不足し、特に競争の厳しい首都圏で、優秀な相談員を確保し、長期にわたって能力を発揮してもらえるよう、全国で初めて経験年数や期待する役割に応じて報酬月額がステップアップする給与制度を導入しました。

具体的には、3年度に、全消費生活相談員に、定期昇給制やキャリアアップに応じたステップアップ制、前歴換算制度の導入などの処遇改善を図り、相談員が定着し専門性を高められるような取組をすすめています（P.38 取組事例1 参照）。

3年度から開始したばかりで効果については今後も注意深く見ていく必要がありますが、最近1ケタ台であった応募者が10人となりました。応募後に民間事業者に流れるなど辞退者もある一方で相談員経験者の応募があるなど、一部成果も出始めています。引き続き魅力発信・周知に努めていきます。

また、相談を安定的、継続的に行うために、従前から相談員をグループ分けし、グループ毎に主任を置いて、業務処理に関する指導、助言を行うなど業務を通じた専門職の育成を図っていますが、センター相談全体のレベルアップと均一化を図るため、スーパーバイザーを平成30年度新規に週3日配置し、元年度からは相談員と同様の週4日勤務としました。内部の研修に関しては、関連分野が幅広く、法律やガイドライン等の変更も多いことに加え、消費者問題も複雑化しており消費生活相談員の知識も常にブラッシュアップが必要とされていることから、研修テーマや講師選定についてはスーパーバイザーや主任、相談支援担当職員等で検討、協議しながら研修計画を立てています。

2 消費生活に関する相談及び苦情の処理に関する業務の工夫

厳しい財政状況の中で消費生活相談員の増員は難しい状況ですが、その中においても、元年度に、全国に先駆けて導入した相談電話の自動音声応答（IVR）システムで、定型的な説明と自動応答の助言で納得終了いただけるように仕分けすることで、架空請求はがき（元年度は1,796件）やコロナ禍のマスク対応などに効果を発揮しました。また、IVRに来所予約専用の番号を設置したり、別回線で入電する継続電話の初期応答やメール相談を相談業務補助アルバイトが優先して対応するなど、相談員が相談業務に集中できる工夫を図りました。

さらに、2年12月全国に先駆けてホームページに試験導入したチャットボット（P.39 取組事例2 参照）の運用をすすめ、様々なトラブルの解決事例を案内して相談者が自分自身で知りたい項目にスムーズに到達できるよう工夫を重ねています。

独力ではITを活用することが難しい高齢者の相談への工夫として、地域ケアプラザの職員

が直通で利用できる専用回線での相談対応に加えて、港南区役所や同区内地域ケアプラザの見守りと連携して TV 電話（リモート）を活用した相談（P.40 取組事例 3 参照）なども試行しています。

3 消費生活に関する情報の収集及び提供に関する業務への ICT の活用など

コロナ禍の新しい生活様式やデジタル化の進展を背景に、IT リテラシーの格差を踏まえ、紙ベース、デジタルベースを使い分けながら発信をしていくことを念頭に取組をすすめています。

特に、若者向けに取り組んだ文豪ストレイドッグスとのコラボレーション（P.41 取組事例 4 参照）で、多数のツイートインプレッションやリツイートを得ました。

また、若者をはじめ自ら調べ自ら解決しようとする人をサポートするためにチャットボット（P.39 取組事例 2 参照）を運用開始するとともに、ホームページ内に教室などの様子を動画コンテンツで発信していくため「動画ギャラリー」を新設しました。

メールマガジンの発信にあたっては、新聞報道や消費者庁・独立行政法人国民生活センター等の情報に日頃から関心を寄せタイムリーな情報発信に心がけています。センターが作成する印刷物やグッズなどにメールマガジンの案内を記載し、講演会やイベント等の様々な機会をとらえて登録を呼びかけています（メールマガジン登録者数 平成 27 年度末 1,139 人→令和 2 年度末 1,892 人）。コロナ禍で延期となっていますが、文豪ストレイドッグスのクリアファイル配付（約 1,000 人の予定）についてもメールマガジン登録を条件にします。

また、成年年齢引き下げを見据えた文豪ストレイドッグスとのコラボレーション（P.41 取組事例 4 参照）を通じて多数のツイートインプレッションやリツイートを得ていることや、チャットボットの運用開始が、SNS に慣れ親しむ層の関心を高め、メールマガジン登録者の増加につながることを期待しています。

なお、ICT に不慣れな高齢者の対応としては、港南区役所や同区内地域ケアプラザと連携して地域ケアプラザの Wi-Fi 環境整備を活かした TV 電話（リモート）による出前講座・情報発信（P.40 取組事例 3 参照）も試行しています。

また、紙ベースの月次相談レポートは、基本的には、身近な地域で過ごす高齢者等を対象と考えており、新しい生活様式の中で増えているネットでの通販トラブルや、新型コロナウイルス感染症関連のトラブル、貴金属買取サービスなど、タイムリーで関心が高いと思われるテーマを取り上げるように心がけています。

4 豊富な相談実績を活用した積極的な独自の情報発信・教育啓発

相談分析に職員が関わる内部体制充実にむけ、消費生活相談員主任会議や朝のミーティングを積極的に活用して、協会内のコミュニケーションを更に高めるとともに、職員、主任、スーパーバイザーが定期的に打ち合わせを行い、相談情報の共有化や業務の進捗管理等に鋭意取り組

様式 2 - S

んでいます。

また、元年度に、全職員の参加により横浜市消費者協会の使命と役割を話し合い「宣言」としてとりまとめて公表しました。この宣言を実現していくために、2年度から消費生活相談員や事務職員が自主的に参加する「推進検討会」を立ち上げ、厳しい財政状況の中での効果的、効率的な事業推進のあり方などを、役員・管理職とともに話し合う場を設けるとともに、その内容を職員全体にオープンにし、協会全体として話し合いがすすむよう心がけています。

さらに、2年度から、課を超えたメンバーで各種プロジェクトチーム（ICT活用、地域ケアプラザ連携、啓発イベント連携）を設置し、協会内の連携を強化しながら様々な新たな取組をすすめています。3年度には、相談から情報提供発信・協働までの取組が連携して行えるよう、相談啓発第一課と第二課を統合し、相談啓発課としました。

協会外部との関係では、神奈川弁護士会、通信事業者、通販事業者、生命保険会社など関係団体の懇談会等に積極的に参加し相談情報からみられる問題点や課題等を情報発信しています。

また、平成30年度から連携推進会議のメンバーに、公益財団法人よこはまユース、公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）、特定非営利活動法人消費者支援かながわにも加わっていただき、自由闊達な意見交換による緩やかなつながり作りを進めています。なお、2年度からは市成年後見サポートネットや港南区認知症高齢者等対策連絡会に参加するなど、さらなる関係機関への情報提供等に取り組んでいます。

若者向けとしては、成年年齢引き下げへの対応も念頭に、授業として位置づけられた専門学校（岩崎学園）のデザイン系ゼミナールとの協働を引き続き強化しています。2年度からは、横浜総合高校・南区役所等と連携し、生徒が自主的に情報収集してその成果物を発表するという総合学習の授業として、横浜総合高校における取組に全面的に協力しています。消費生活トラブル等をテーマにポスター制作を行い、校内で選ばれた優秀ポスターを同校の最寄り駅に展示するとともに、その様子の動画も制作してセンターホームページにも掲載しました（P.42 取組事例5参照）。

また、人気アニメ文豪ストレイドッグスとのコラボレーション（P.41 取組事例4参照）にも取り組み、内閣府消費者委員会の第6回消費者関連情報の提供の在り方検討ワーキング・グループ（3年5月開催）で、全国でも極めてまれな民間企業との協働の事例として紹介されました。

さらに、全国の消費者センターで初めて試験導入した若者や成年層が慣れているチャットボット（P.39 取組事例2参照）の運用や、動画コンテンツを発信していくための「動画ギャラリー」をホームページ内に新設しました。

高齢者等の対応としては、消費生活教室を区役所と共催して開催し、消費生活推進員や民生委員、自治会・町内会役員、友愛活動員等の参加を促しています。2年度は新型コロナウイルス感染症の影響で開催中止もありましたが、平年ベースでは年9～12回前後開催し、1,000人以上の参加を得ています。

様式 2 - S

また、地域の担い手養成事業は、応募者にセンターへ集まっていただく形式のセミナーから、2年度は、区役所の協力を得て地域に出向き、消費生活相談員などが、地元の消費生活推進員を中心に意見交換をする形式のセミナーへ、開催方法を転換して実施しました。

加えて、これまでの出前講座の取組も活かしながら、3年度には、港南区役所と連携し、同区内地域ケアプラザの Wi-Fi 環境整備を活かした TV 電話（リモート）での出前講座・情報発信（P.40 取組事例 3 参照）も試行しています。

さらに3年度から、相談情報の市域全体の統計とは別に、これまでは1年に1回の提供だった区別の相談統計の処理を4か月に1回程度の頻度で速報することで、より身近な相談情報として受け止められるよう発信しています。これにより、月次相談レポートによる情報発信等と合わせて、区役所や見守りを推進する様々な機関・団体や支援者等の消費生活への関心を高めるよう努めています。

このように、区役所や地域ケアプラザ、高校など他機関との協働を推進しながら、様々な情報発信・教育啓発に努めています。

5 運営・経営等について

(1) 効率的効果的な事業遂行

近年の国費や県費が削減されるなど厳しい財政状況の中において、情報提供発信や教育啓発の事業を見直し、コロナ禍のもと新しい生活様式に即し、既存の紙媒体にとらわれず ICT 活用の推進といった観点からのホームページの充実、さらには関係機関との連携・協働を積極的にすすめるなど、効率的、効果的な事業執行に取り組んでいます。

文豪ストレイドッグスとのコラボレーションで、民間企業との協働による相乗効果で、多数のツイートインプレッションやリツイートを得ました。

また、チャットボットの運用を開始するとともに、動画コンテンツを配信するための「動画ギャラリー」を新設するなどホームページの充実を図りました。

さらに、港南区役所と連携し、横浜市が整備を進めた地域ケアプラザの Wi-Fi 環境を活かした TV 電話（リモート）による相談や情報発信も試行しています。

加えて、横浜総合高校・南区役所等と連携して、横浜総合高校自身がすすめる総合学習の授業に協力し、消費生活に関するキャンペーン等につなげました。

コロナ禍というピンチをチャンスに変える発想転換の視点を持ち、新しいモデルが構築できるよう試行錯誤、取捨選択を進めています。

(2) 会議室貸し出しの情報発信・周知など

会議室の予約と空き状況のお知らせを、各会議室と入居しているオフィスタワー2階エントランスに掲示するとともに、ホームページに掲載しました。また、近隣事業所オフィスに会議室のご案内をポスティングするなど利用促進を図り、平成 30 年度には 1,910 千円と、27~29 年度の平均自主財源収入（1,818 千円）を超えました。

様式 2 - S

さらに、元年 12 月からはセンターのツイッターで利用を呼びかけています。しかしながら新型コロナウイルス感染症対策による貸出停止や利用者の自粛が大きく影響し、元年度、2年度は実績が落ち込んでいます。

なお、利用時間については、横浜市消費生活総合センター条例施行規則に午後 7 時までと規定されています。コロナ禍や条例等の定めの中でも、さらなる会議室利用促進のためアピールを引き続き行うとともに、会議室のデジタル関係機能の充実や利用料の時間帯運用等の見直しに取り組むべく、検討をすすめています。

| | |
|-------|-----------------|
| 団 体 名 | 公益財団法人 横浜市消費者協会 |
|-------|-----------------|