

基本施策1 安全・安心な消費生活の確保				
(1) 消費生活におけるトラブルの「予防」				
評価指標				
	計画策定時	目標値	達成度	備考
①製品安全4法及び家庭用品品質表示法に基づく調査・立入検査の実施	10店舗	10店舗/年	10店舗/年	
②不当取引に関する事業者指導の実施	5社	(※1)	4社	
③神戸市消費者あんしんメールやSNSの登録者数	1,571人	3,000人	215人	フォロワー数
④インターネット通信販売でトラブルにあったことがある人の割合	26.0%	10%	—	今年度末にアンケート実施予定
⑤高齢消費者見守りサポーター登録者数	246人	のべ1,500人	1,255人	
⑥高齢消費者対策サイトへのアクセス件数	1,541件	10,000件	9,364件	
主な取組事例				
①製品安全4法及び家庭用品品質表示法に基づき市内店舗へ立入検査を実施。(計10店舗、計63製品)また、計量法に基づき工場や店舗等への各種立入検査を実施。 ②訪問購入事業者及び電気通信販売事業者に対して指導を実施。 ③平成30年度よりあんしんメールは廃止したが、Facebookの配信回数を大幅に増加させ、SNSを活用した広報啓発を実施。 ④消費生活講座や出前講座でインターネット通信販売でのトラブルの事例を紹介し、注意を促した。 ⑤神戸市老人クラブ連合会会員を対象に、県警を講師に迎え電話機を使い特殊詐欺被害の疑似体験訓練を交えながら、養成講座を実施。また、高齢消費者見守りサポーターを対象に訓練用の架空請求ハガキを送付し、特殊詐欺防止訓練を実施。 ⑥居宅介護支援事業所ケアマネージャーや神戸くらしのパートナーも対象に養成講座を実施。 ⑦高齢消費者対策サイトへ誘導するQRコードを記載した啓発グッズを講座等で配布。				
(2) 消費生活におけるトラブルの「相談」				
評価指標				
	計画策定時	目標値	達成度	備考
①消費生活センターの認知度	67.4%	80%	—	今年度末にアンケート実施予定
②消費生活相談員研修の実施	6回	6回/年以上	7回/年	
主な取組事例				
①ホームページ、SNS、メディア、講座、イベント等で消費生活センターを紹介。 ②相談員自主研修を年7回開催したほか、国民生活センターや総務省等が主催している外部研修への参加等を通じて、相談員の対応力の維持向上を図った。				
(3) 消費生活におけるトラブルの「救済」				
評価指標				
	計画策定時	目標値	達成度	備考
①消費者苦情処理審議会の開催	2回	2回/年以上	2回/年	
②必要に応じ、クーリング・オフを使える人の割合	50.4%	75%	—	今年度末にアンケート実施予定
主な取組事例				
①指導を行った事業者についての報告や、今後指導が必要な事業者について審議。 ②クーリング・オフはがき付きリーフレットを、講座やイベント等様々な場面で配布し、制度を周知。				

※1 消費生活センターに寄せられる苦情相談の内容を定期的に検証し、神戸市民のくらしをまもる条例で不当取引として禁止される行為が行われていると認められる場合には、当該事業者に対し指導を行う。

神戸市消費生活あんしんプラン2020 平成30年度取組実績

基本施策2 消費者教育の推進

(1) 「あなた（消費者）が主役」の消費者教育

評価指標	計画策定時	目標値	達成度	備考
①「消費者の意識向上」チェックシートの配布（子ども用・大人用）	(新規)	12,000部/年	25,221部/年	
②神戸消費者教育センターの年間来場者数	約1,500人/年	4,000人/年	4,352人/年	
③消費生活マスターによる研究等成果の発表・情報発信件数	約25件/年	30件/年以上	37件/年	

主な取組事例

- ①消費者の意識向上チェックシートに、インターネットに関する消費者トラブル事例を加えたチラシを携帯電話ショップを通じて配布。
- ②各種啓発パンフレット、DVDなどを自由に閲覧できる環境を整備。また、消費生活講座の実施や、事業者と連携し、企画展示会を開催する等、集客及び啓発に努めた。
- ③消費生活マスターと連携し、啓発資料の作成や出前講座等を行い、地域に向けた消費者教育を推進。

(2) 消費者教育の体系

評価指標	計画策定時	目標値	達成度	備考
①就学前児童に向けたチラシ等の配布	約1,500人/年	2,000人/年	6,835人/年	
②小・中・高等学校における各種啓発講座等の実施	40～50回/年	50回/年	36回/年	
③大学における消費者教育の授業による学生の意識向上率（受講前後の比較）	平均約15% (※2)	平均20%	平均11.3%	
④行政と連携して消費者教育に取り組んだ事業者数（新入社員研修、退職者セミナー、社員食堂、健診等）	(新規)	10社	30社	
⑤一般向け消費生活講座に初めて参加した人数	(データなし)	100人/年	542人/年	
⑥高齢者を中心とした自主学習グループへの参加者数	2,787人	3,000人/年	2,131人/年	

主な取組事例

- ①子どもの製品事故未然防止のための啓発ハンドブックを幼稚園の保護者へ配布。
- ②小中学生向けスマホ講座を実施した他、高校1校に契約に関する授業を行った。
- ③消費者教育に携わる学校教員を対象にDVD等の教材貸し出しを実施。
- ④神戸学院大学や関西学院大学等で職員による講義を実施。
- ④事業所の社員研修へ講師派遣を実施。（7社/計10回）
- ④消費者トラブル啓発用卓上POPの掲示。（市内外事業者9社に提供）
- ④啓発グッズ（スマートフォン簡易防水ケース）を作成し、携帯電話ショップを通じて配布。
- ⑤開催場所（喜楽館で開催）や講座内容（シニア向けのスマホ講座）の工夫を図り、初めて受講する人の割合の向上に努めた。
- ⑥地域において消費者問題を自主的に学習するグループに対して、活動費の助成を実施。

(3) 消費者教育の幅広い浸透に向けて

評価指標	計画策定時	目標値	達成度	備考
①啓発アニメーションやショートムービーへのアクセス件数	21,560回	50,000回/年	121,808回/年	
②（仮称）「知らず知らずに消費者教育」の協力店舗数	(新規)	100店舗	212事業所	

主な取組事例

- ①スマホ等を持ち始める年齢層とその保護者を主な対象に、親しみやすいゲームを題材にしたアニメーション「ルールを決めた日」を配信。また、スマホ等で視聴できるショートムービーをインターネットで配信。
- ②そごう神戸店及び神戸大丸店の壁面に懸垂幕、市バス（150台）の前面に横断幕を掲示。
- ②地下鉄全駅電光掲示板や区役所の待合場所モニターに消費者ホットラインを表示。
- ②市バス、市営地下鉄の車内広告にて啓発を実施。
- ②郵便局窓口（36箇所）の配布用封筒の広告枠に、消費者ホットラインを掲示。

※2 一連の授業の最初と最後に同じ内容のアンケートを実施し、学生の意識変化を比較して算出した数値。アンケート内容が数項目にわたるため、便宜上、それらの平均値を指標として使用。

神戸市消費生活あんしんプラン2020 平成30年度取組実績

基本施策3 大規模災害や物価急騰等、緊急時の備えと対応

(1) 災害等への備え

評価指標	計画策定時	目標値	達成度	備考
消費者啓発ツールである「KOBEくらしのレポート」、 「Facebook」などによる災害等への備えの情報提供	1回	4回/年	6回/年	

主な取組事例

- ・啓発チラシ「KOBEくらしのレポート」及びFacebookにて情報提供を行った。
- ・生活協同組合コープこうべとの「緊急時における生活物資確保に関する協定」に基づき、緊急時の対応及び連絡体制について、情報交換会を開催。
- ・神戸消費者教育センターにおいて、災害に備えよう展を開催。

(2) 価格の監視

評価指標	計画策定時	目標値	達成度	備考
日用品・食料品等の定点調査の実施	68店舗/月	68店舗/月	店舗/月	H30より廃止

主な取組事例

※食料品や日用品などの価格調査は、国から都道府県への法定受託事務としても実施されており、神戸市内の価格調査結果が、兵庫県のホームページで公表されていることから、本市が独自に行う定店調査については平成30年度より廃止。

(3) さらなる対応力の強化

評価指標	計画策定時	目標値	達成度	備考
項目の性質上、指標は設定せず	—	—	—	

主な取組事例

- ・消費生活講座「～心配ごとをあんしんに～スマホ・ケータイ安全教室」を開催し、「災害用伝言板」や緊急速報「エリアメール」について案内。
- ・消費生活講座「～契約時に気をつけること～お家の修繕・リフォームのために！」を開催し、住まいの安全と自然災害への備えについて啓発。