

第3次札幌市消費者基本計画（案）概要

1 消費者基本計画策定の背景・経緯、第3次基本計画の全体像

背景・経緯

- ・平成19年の札幌市消費生活条例の全部改正により、同第10条に基づき、市の消費者施策を総合的かつ計画的に推進するための基本となる計画を策定している。
- ・「第2次札幌市消費者基本計画」（平成25～29年度）と、「札幌市消費者教育推進プラン」（平成27～29年度）の両計画が、平成29年度をもって計画期間を終了することから、消費者施策を一体的に推進するため、次期計画では両計画を一体の計画として統合し、第3次札幌市消費者基本計画として策定する。

全体像

- ・市民ひとりひとりが「自分は消費者である」と自覚し、消費者市民社会の形成に積極的に参画することが求められており、市民、企業、行政の総力「市民力」を結集し、消費者の権利の確立と自立の支援のために、消費者施策を推進。
- ・計画期間は平成30～34年度の5年間。期間内に重点的に取り組むべき4つの項目を重点項目として掲げるとともに、各部局にまたがる消費者施策を9つの基本的方向に整理し、課題解決のための取組を実施。
- ・基本計画は、「札幌市まちづくり戦略ビジョン」の個別計画であることから、それとの整合性を取るとともに、各部局の計画と連携した取組を実施。

2 消費者問題の現状と課題

現状

消費者を取り巻くトラブルの現状

- ・人口減少社会の到来、高齢化の進展
- ・新たな手口の悪質商法
- ・インターネットを活用した商取引の増加
- ・消費生活の安全にかかわる事件等の発生
- ・消費者センターに寄せられる消費生活相談件数は年間約12,000件
- ・販売方法別ではインターネット通販による取引でトラブルが多い

近年の消費者行動の特徴

- ・社会経済の中で、消費生活が大きなウェイトを占める
- ・省エネルギーや食品ロスへの消費者の関心の高まり
- ・インターネット利用者の拡大

消費生活についての市民の意識

- ・市に求める施策は「悪質業者の取り締まり」「消費者への情報提供」「高齢者の見守り強化」
- ・学校現場では、消費者教育について「他の優先課題があり取り組めない」「活用できる教材が少ない」との回答が多い
- ・事業者においては、消費者教育の必要性が十分理解されていない現状

国の動き

- ・消費者教育の推進に関する法律、特定商取引法等の消費者関連法の整備
- ・平成27年7月消費者ホットライン「188」運用開始
- ・平成29年3月小・中学校学習指導要領の全部改正による学校教育における消費者教育の充実

第2次基本計画の検証

・2次計画に掲げた4つの重点課題「①安全・安心な消費生活の推進」「②消費者被害の防止及び救済の推進」「③自分で考え、行動する消費者となるための支援の推進」「④次世代につながる消費生活の推進」のそれぞれに設定した行動目標と、計画全体の成果指標の達成状況は下表のとおり。

重点	行動目標	策定時点	目標値	達成状況
①	1 災害時の価格・需給動向調査や災害時に特有の消費生活に関する情報提供の手順の整備	—	26年度までに整備	◎27年3月に「市民生活班災害業務マニュアル」を作成
②	2 障がいのある人向けの消費者被害防止ネットワーク事業の実施区数	3区（23年度）	10区（25年度）	◎25年度から10区で障がい者向けの取組を開始
②	3 消費者被害防止ネットワーク事業における啓発講座の実施回数	101回（23年度）	600回（5年間の累計）	◎25～28年度の4年間の累計438回
②	4 相談員の研修受講回数（延べ回数）	87回（23年度）	450回（5年間の累計）	◎25～28年度の4年間の累計402回
③	5 児童、生徒、学生を対象とした校内での啓発事業の実施回数	21回（23年度）	200回（5年間の累計）	◎25～28年度の4年間の累計158回
③	6 消費者教育推進のための計画の策定	—	26年度までに策定	◎27年3月に札幌市消費者教育推進プランを策定
③	7 消費者センターが行う啓発講座の実施回数	32回（24年度）	200回（5年間の累計）	◎25～28年度の4年間の累計146回
④	8 環境保全と消費生活に関する啓発事業の実施回数	5回（23年度）	50回（5年間の累計）	◎25～28年度の4年間の累計44回
成果指標		策定時点(23年度)	目標値(28年度)	達成状況(28年度)
1	消費者センターで消費生活相談ができることを知っている人の割合	59.1%	80%	△55.2%
2	消費者トラブルにあったとき、誰にも相談できなかった人の割合	5.6%	3%	○4.7%
3	若年者のうち、消費者教育を受けたことがあると答える人の割合	35.9%	70%	◎88.4%
4	トラブルがあった際に、自分で交渉して解決したか、または誰かに相談したことで解決した人の割合	78.2%	90%	○82.8%

消費者教育推進プランの検証

・消費者教育推進プランで設定した達成指標と成果指標の達成状況は下表のとおり。

達成指標	策定時点(25年度)	目標値(29年度)	達成状況(28年度)
1 消費者センターで把握している講座等の回数（カタログの掲載数）	214回	500回	○408
2 消費者センターで実施する年間の講座等の回数	214回	250回	△207回
3 担い手を育成するための講座数	8件	20件	◎26回
4 「消費者教育に関する取組マップ（消費者教育の体系イメージマップ）」における、講座を実施している割合	54%	84%	◎87%
成果指標	策定時点	目標値	達成状況
1 若年者のうち、消費者教育を受けたことがあると答える人の割合	35.9%（23年度）	70%（28年度）	◎88.4%（28年度）
2 消費者センターで実施した講座等への参加者数	7,696人（25年度）	9,000人（29年度）	◎9,523人（28年度）



今後の課題と第3次基本計画の策定に必要な視点

- ①市民が安全で安心できる消費生活を送れるような消費者施策の展開
- ②高齢者等の消費者被害の未然防止のための取組の推進
- ③未成年者を含む若年者向けの消費者教育・啓発の充実
- ④若年者から高齢者まで、世代や特性に応じた消費者教育・啓発の推進
- ⑤関連する機関や団体との連携強化

3 計画の体系

※ **新** 新規事業 **レ** レベルアップ事業

基本的方向と基本的施策

・消費者の権利の確立と自立の支援のために、次の基本的方向に基づき、基本的施策と主な施策を示し、消費者施策を展開します。

	基本的方向	基本的施策	主な施策
消費者の権利の確立と自立の支援	1 安全・安心な暮らしの推進	(1) 商品などの安全性の確保 (2) 危害の拡大・再発防止 (3) 災害などに向けた取組	危害・危険情報に関する調査・情報提供 新 子どもの製品事故に関する情報提供 価格動向の調査・監視
	2 表示など(広告その他を含む)の適正化の推進	(1) 表示・広告の適正化 (2) 包装の適正化 (3) 計量の適正化	食品表示等の指導 包装の安全性に関する情報提供 商品の計量、量目についての検査・指導
	3 取引行為の適正化の推進	(1) 不当な取引行為の禁止 (2) 不当な取引行為に関する情報提供	レ 消費生活条例に基づく指導 レ 悪質事業者や手口に関する情報提供
	4 商品やサービスなどの確保や物価の安定の確保	(1) 円滑な流通の確保 (2) 商品又はサービスなどの確保及び価格の安定	地域で買い物しやすい環境の整備 石油製品価格等の調査
	5 消費者被害からの救済の推進	(1) 相談・苦情処理体制の充実 (2) 高齢者・障がい者の見守り活動の推進 (3) 消費者訴訟の援助	新 消費者ホットライン「188」の認知度向上 新 消費生活サポーターによる見守りの充実 新 集団的消費者被害回復制度の周知
	6 消費者意見の反映及び消費者行動の自主的行動の推進	(1) 消費者意見の反映 (2) 消費者の自主的な組織活動の推進	消費生活審議会の開催 レ 各種団体の自主的な啓発活動への支援
	7 持続可能な社会の形成に向けた行動の推進	(1) 社会経済や環境・エネルギーに配慮した消費者・事業者行動の推進	レ 持続可能な消費の実践に向けた講座の実施
	8 消費者教育・啓発活動の推進	(1) 消費者教育の推進 (2) 消費者啓発・情報提供の推進	レ 各年代に応じた講座の充実 レ 地産地消・食育などの啓発の推進
	9 関係機関・団体との連携の推進	(1) 消費者団体・事業者団体などとの連携の推進 (2) 関係行政機関との連携の推進	レ 消費者団体等との情報共有 関係行政機関との情報交換

4 重点項目と成果指標・行動目標

重点項目 1 安全で安心できる消費生活に向けた取引行為の更なる適正化

重点施策 **新** 消費生活条例や不当な取引行為に関する基準を事業者に周知徹底し、違反事業者への対応を強化
レ ホームページなどを活用し、消費者に対して悪質事業者やその手口に関する情報を提供

成果指標	現状値 (H28 年度)	目標値 (H33 年度)
消費生活トラブルにあった際に、自分で交渉して解決したか、または誰かに相談したことで解決した人の割合	82.8%	90%
行動目標	現状値	目標値
消費生活条例等に定める不当な取引行為の基準等について、逐条解説等を整備し、公開する。	—	平成 30 年度までに公開
消費生活に関する注意喚起情報の提供回数	重大事案について随時実施	随時実施に加え、毎月実施

重点項目 2 高齢者等における消費者被害の未然防止の推進

重点 施策

- 新** 地域での見守りの必要性について周知するとともに、消費生活サポーターとして登録した市民や企業と連携して、見守り活動の充実を図ります
- レ** 大学や専門学校、企業等において、若年者に多い消費者被害の未然防止のための、講座や啓発の充実を図ります

成果指標	現状値 (H28 年度)	目標値 (H33 年度)
消費者センターで消費生活相談ができることを知っている人の割合	55.2%	80%
行動目標	現状値	目標値
消費生活サポーターの個人登録者数	—	300 人 (平成 34 年度末時点)
大学生等または新社会人向けの啓発事業の回数	10 回	60 回 (平成 30～34 年度の累計)

重点項目 3 自ら考え、判断し、行動する消費者となるための学びの機会の充実

重点 施策

- レ** 消費者センターを消費者教育の拠点として、「消費者教育の体系イメージマップ」に基づき、バランスよく学べるよう、講座等の企画を実施
- レ** 学校の意見を取り入れた講師派遣講座の実施や、学校で活用しやすい教材を提供する

成果指標	現状値 (H28 年度)	目標値 (H33 年度)
新規 消費者教育を受けたり、自ら学んだことがある人の割合	80.6%	90%
行動目標	現状値	目標値
学校教育等で使用できる消費者教育教材の提供	高等学校向け教材のみ提供	小・中学校、高等学校及び大学に提供
消費者教育の体系イメージマップにおける講座等を実施している割合 (消費者センター実施分)	87%	100% (平成 30～34 年度の累計)

重点項目 4 消費者行政の更なる推進に向けた連携の強化とネットワーク化の拡充

重点 施策

- レ** 消費者団体との情報交換会の開催のほか、各種団体や他の行政機関との情報共有を図る
- 新** 消費生活サポーター団体等の自主的に消費者教育や啓発に取り組む事業者等と連携して、啓発活動等を推進する

成果指標	現状値 (H28 年度)	目標値 (H33 年度)
消費者トラブルにあったとき、誰にも相談できなかった人の割合	4.7%	3%
行動目標	現状値	目標値
消費者センターと連携して啓発活動を行う消費生活サポーターの団体登録数	3	20 (平成 34 年度末時点)
相談窓口を設けている事業者団体との情報交換会 (消費者相談窓口懇談会) の開催	隔年開催	毎年開催