

第 2 次

札幌市

消費者

基本計画

(平成25~29年度)

はじめに

社会経済システムの変化やグローバル化の進展など、消費者を取り巻く環境が大きく変化する中、近年、新たな製品事故や食の安全・安心に関わる事件、資産形成を装う新たな悪質商法などが発生しています。

こうした中、国においては、平成21年9月に消費者の立場から総合的施策を進めることを目的とした消費者庁が発足し、また、平成22年度から5年間を対象とする新たな消費者基本計画を定めております。

札幌市においても、札幌市消費生活条例における消費者の権利の確立と自立の支援の基本理念をもとに、札幌市消費者基本計画を策定し、消費者被害の未然防止及び救済に力点を置いた施策を推進してきました。

これからの消費者には、消費者被害から自らを守ることに加え、日々の消費生活について考え、発言し、行動することで次世代につながる社会を形成していくことが求められます。一方で、依然として消費者からは多くの相談が寄せられているほか、消費生活の安全・安心を脅かす事件が発生しています。

このため、第2次基本計画においては、第1次基本計画から引き続き、相談体制の整備などを進めつつ、消費生活に関する情報の提供・消費者教育などを充実することで、自ら考え、判断する消費者の育成を支援します。

最後に、本計画の策定にあたり、パブリックコメント等によりご意見をいただいた多くの市民の皆様及び貴重なご助言をいただいた消費生活審議会の委員の方々に感謝申し上げます。

平成25年4月

札幌市長 上田文雄

目次

第1章 消費者を取り巻く状況の変化	1
1 消費者を取り巻くトラブルの現状.....	2
2 近年の消費者行動の特徴について.....	5
3 国における消費者政策の動き.....	6
4 札幌市における消費者行政の動き.....	8
第2章 第1次基本計画の概要	11
1 計画の基本となる考え方.....	12
2 計画の構成.....	12
3 計画の進捗.....	13
4 第2次基本計画の策定に必要な視点.....	15
第3章 第2次基本計画の考え方	17
1 基本となる考え方.....	18
2 計画の構成.....	18
3 計画の期間.....	19
4 計画の位置付け.....	19
第4章 重点課題と目標	21
1 主な取組と行動目標.....	22
重点課題1 安全・安心な消費生活の推進.....	23
重点課題2 消費者被害の防止及び救済の推進.....	25
重点課題3 自分で考え、行動する消費者となるための支援の推進.....	27
重点課題4 次世代につながる消費生活の推進.....	29
2 成果指標.....	30

第5章 計画の体系	31
1 安全・安心なくらしの推進.....	33
2 表示など（広告その他を含む）の適正化の推進.....	34
3 取引行為の適正化の推進.....	35
4 商品やサービスなどの確保や物価の安定の確保.....	36
5 消費者被害からの救済の推進.....	37
6 消費者意見の反映及び消費者教育・啓発活動の推進.....	38
7 環境・資源に配慮した行動の推進.....	39
8 関係機関・団体との連携の推進.....	40
第6章 計画の推進 及び 検証など	41
1 計画の推進.....	42
2 検証・評価.....	42
3 計画の見直し.....	42
資料編	43
主な事業.....	44
データ集.....	61
用語解説【五十音順】.....	62
札幌市消費生活審議会委員.....	64
消費生活審議会審議経過.....	65
計画策定にあたっての市民との意見交換会.....	66
消費生活に関するアンケート調査（札幌市実施）.....	66
パブリックコメント.....	68
札幌市消費生活条例.....	75
札幌市消費生活条例施行規則.....	84
札幌市不当な取引行為に該当する行為の基準を定める規則.....	89

「*」を付している用語については、資料編 62～63 ページの「用語解説」で説明を記載しています。

第1章

消費者を取り巻く 状況の変化

第1章 消費者を取り巻く状況の変化

近年、高齢化、高度情報化の進展などは消費者を取り巻く環境に大きな変化をもたらし、また東日本大震災や食の安全・安心をゆるがす事件の発生により、これまでの生活スタイルの見直しや消費生活における安全・安心に対する意識が高まっています。

札幌市が新たな消費者基本計画を策定するにあたり、消費者を取り巻く現状と消費者問題の動向を分析し、消費者の置かれている現状と課題を明らかにします。

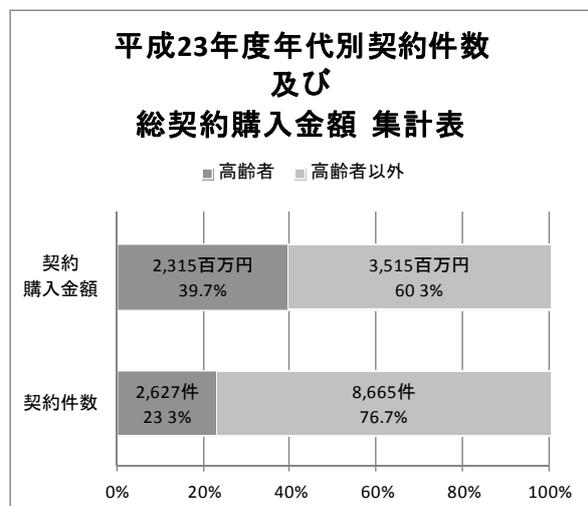
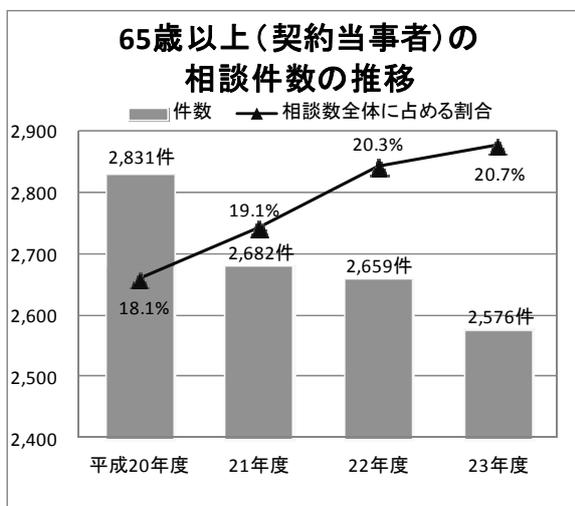
1 消費者を取り巻くトラブルの現状

(1) 高齢化の進展と高齢者の消費者トラブルの現状

札幌市の総人口をみると、近年は増加規模が縮小傾向にあるものの、大正9年から一貫して増加が続いており、平成22年には190万人を超えました。総人口に対する65歳以上の高齢者人口は39万人と過去最高となり、総人口に占める割合も平成12年には高齢社会の目安となる14%を超え、平成22年には全市人口の20.5%が「老年人口」となっています。

札幌市消費者センターに寄せられた相談をみると、第1次札幌市消費者基本計画（以下、「第1次基本計画」といいます。）期間である平成20～23年度にかけて、相談件数全体（資料編61ページ「図1」）と同様に、65歳以上の相談件数も減少傾向にありますが、件数全体に占める割合は平成20年度から増加しています。また、65歳以上の相談件数は平成14年度の1,455件と比較すると、平成23年度は2,576件と約1.8倍の増加となっています。

65歳以上の高齢者からの相談をみると、他の年代に比べ高配当をうたうファンド型投資商品*や公社債など財産分野に関するものが目立っています。また1件あたりの契約購入金額をみると、65歳以上の高齢者は881,378円と、高齢者以外の世代の405,666円の倍以上となっています。

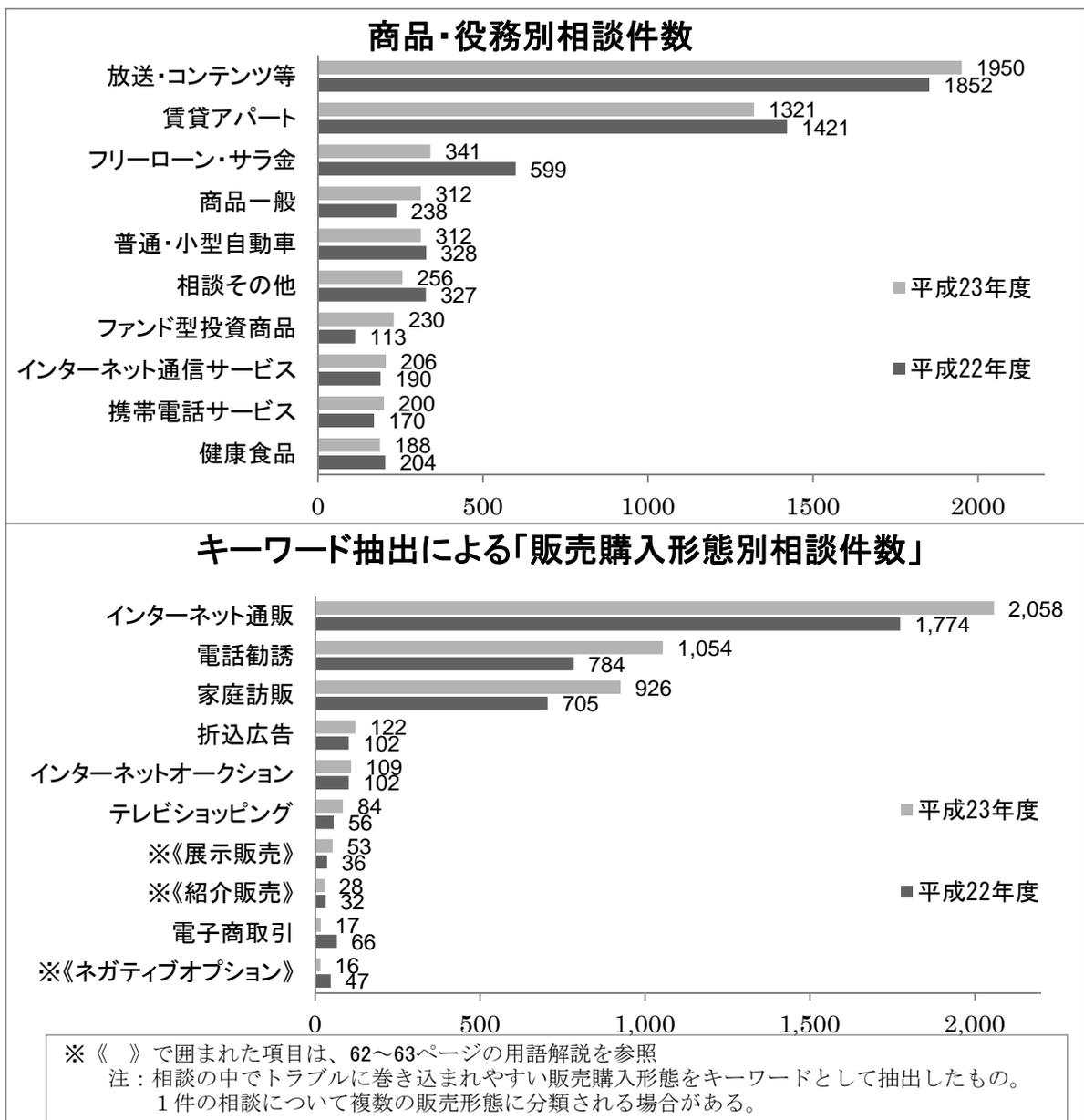


(2) インターネット関連のトラブル増加

近年のインターネットの普及により、情報を即時に入手でき、容易に取引できるインターネットを介した消費者・事業者間の取引が増加しています。平成23年の日本国内における消費者向け電子商取引の市場規模は、対前年比108.6%の約8兆4,590億円に達しています（経済産業省「電子取引に関する市場調査（平成24年8月）」）。

しかし、インターネットによる取引では、表示の不十分さにより、消費者が契約内容について理解不足のまま契約したり、偽の住所や連絡先を提示されて取引を行い、事業者と連絡が取れないなど、悪質事業者による消費者トラブルも増加しています。

商品・役務別相談件数をみると、放送・コンテンツ等*のインターネット関連サービスに関する相談が最も多くなっています（資料編61ページ「表1」）。また、販売購入形態別相談件数をみても、インターネット通販が最も件数が多くなっています。このようにインターネットは、サービスや購入方法などの面で利便性・即時性がある反面、消費者トラブルの発生要因ともなっています。



(3) 次々と生まれる悪質商法の手口

消費者トラブルは、従来からみられる説明不足や虚偽説明、強引な勧誘に加えて、扱う商品や手法を変えた、新たな悪質商法の手口が次々と生まれています。具体的には、消費者宅を突然訪問し、貴金属などを強引に買い取る押し買い商法や、「水資源の権利」を購入すると配当が得られるとあって実態のわからない高額な投資取引を勧誘したり、さらには、勧誘業者と販売業者が結託して、販売業者が取り扱う金融商品などを購入額を上回る金額で買い取るなどと勧誘を行う「劇場型」と呼ばれる手口も登場しています。

(4) 消費生活の安全・安心に関わる事件・災害などの発生

経済の発展に伴い、消費者は様々な商品を選択できるようになりましたが、近年、商品自体の安全性を脅かす問題が発生しています。

食品に関しては、輸入食品の流通に関する問題として、中国産冷凍餃子による中毒事件（平成19年12月～20年1月）や、食用には適さない輸入事故米を食用として不正に転売していた事件（平成20年8月）などがありました。

衛生管理に関する問題としては、焼き肉店でのユッケによる食中毒事件（平成23年4月）が発生したほか、札幌市においても市販の浅漬けによる食中毒事件（平成24年8月）が発生しました。

このほか、食品以外でも、特定の石鹼の使用者が小麦由来成分による重いアレルギー症状による被害を受けるといった事件（平成23年）も発生しました。

また、平成23年3月の東日本大震災後には、旅行など役務契約のキャンセルや火災保険などの請求に伴う相談が多く寄せられました。加えて、災害時に特有の燃料や生活関連商品の不足、震災に便乗した悪質商法がみられました。

さらには、大震災に伴う東京電力福島第一原子力発電所事故による食品への放射能汚染の不安が生じ、東日本地域産の食品への買い控え問題が起き、札幌市においても、東日本地域産の食品に関する相談や問合せなどが寄せられました。

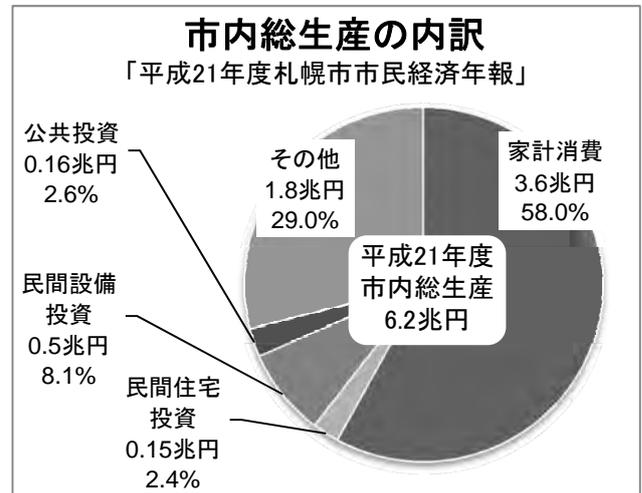
2 近年の消費者行動の特徴について

(1) 経済社会活動に影響を及ぼす消費活動

消費者が支出する消費額の総額は、平成23年度279兆円で、国の経済全体（国内総生産＝GDP）の約6割を占めています。

これは札幌市でも例外ではなく、消費総額も国と同様の割合をしめています。このように、消費者の消費活動は地域の経済社会において大きな影響を及ぼすものといえます。

このため、国や札幌市の経済の持続的な発展のためには、消費者が安心して消費活動を営める市場を構築することが重要です。

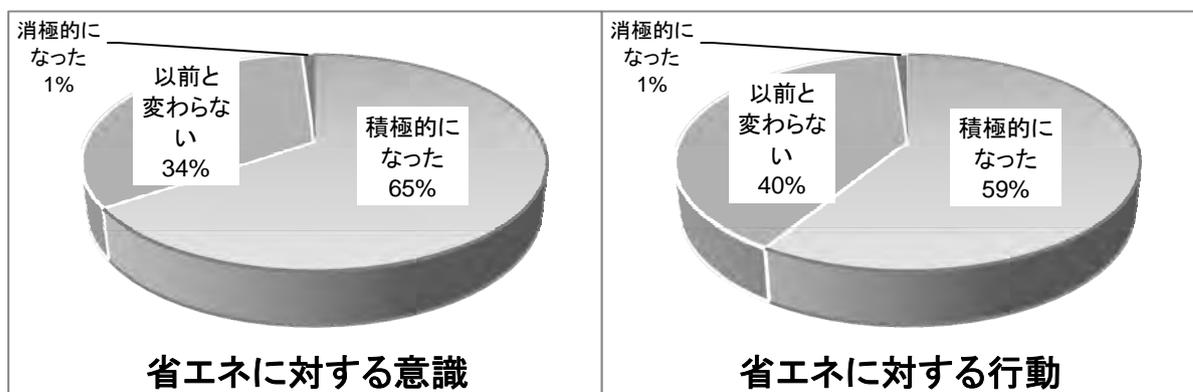


(2) 省エネルギーや再生可能エネルギーへの関心の高まり

経済発展の基盤となっていた大量消費・大量生産型の経済社会システムの中で、物的な豊かさや短期的な利益や利便性を追求してきた結果、主に民生・運輸部門におけるエネルギー消費量の増大を招きました。

こうした状況の中、東日本大震災により、供給電力量がひっ迫する事態を契機として、札幌においてもこれまでの生活のあり方を見直し、将来にわたって持続可能な社会を構築していくための様々な動きが始まっています。

市民アンケート調査結果でも、東日本大震災以降には、7割近くの方が省エネに対する意識が以前より積極的になったと回答しています。さらに約6割の人においては省エネに対して積極的に行動するようになったと回答しており、エネルギー問題について関心が高まっているといえます。



「平成23年度 札幌市環境局 エネルギー転換調査」

Q. 平成23年3月11日に発生した東日本大震災以降、省エネ(節電等)に関する”意識”や”行動”に変化はありましたか

3 国における消費者政策の動き

(1) 消費者庁及び消費者委員会の設置

ガス瞬間湯沸かし器の不具合による一酸化炭素中毒事故（平成18年）やこんにやく入りゼリーによる窒息事故など、担当する省庁の対応や法の規制の網がかからない、いわゆる「すき間」事案に対して、その対応が遅れるという問題が発生しました。

これらの問題解消を目的に、国においては平成21年9月に消費者庁と消費者委員会を設置しました。

消費者庁は、内閣府の外局として設置され、消費者行政を統一的・一元的に推進する「司令塔」と位置づけられています。具体的には、省庁横断的な政策の企画や消費者被害及び事故情報を一元的に集め、情報分析結果の公表や事業者への行政指導・処分により、被害の拡大や再発の防止などの役割を担っています。

消費者委員会は、内閣府に設置された第三者機関であり、消費者庁や関係省庁の消費者行政全般に対する監視、消費者問題に関する調査審議、建議などを行う役割となっています。

(2) 地方消費者行政への支援

消費者庁の設置とともに施行された消費者安全法*において、地方公共団体が行う消費生活相談、苦情処理のあっせんなどの事務とそれを行うための消費生活センターの設置が規定されました。

併せて、国においては、平成21年度からの3年程度を地方消費者行政の「集中育成・強化期間」と位置付け、この期間の消費者行政強化に取り組む地方公共団体を支援するため、地方消費者行政活性化基金を都道府県に造成し、消費生活センターの設置・拡充、相談員の養成やレベルアップなどの支援を進めています。

(3) 新たな「消費者基本計画」の策定

「消費者の権利の尊重」と「自立の支援」を基本理念とし、平成16年に消費者保護基本法を改正した消費者基本法が制定されたことを受けて、平成17年に「消費者基本計画」が策定され、施策の推進が図られてきました。

平成22年には、新たな段階に入った消費者政策を計画的・一体的に進めるため、平成22年度から26年度までの5年間を対象とする新たな「消費者基本計画」が策定されました。同計画においては、消費者政策の基本的方向として、消費者の安全・安心の確保、啓発活動の推進と消費者教育の充実、地方公共団体との連携・支援などを重点的な取組としています。

(4) 消費生活に関する法律の制定・改正

平成24年8月には、消費者に関連する3つの重要な法律が制定・改正されました。

消費者自身が被害に遭わないための消費者教育にとどまらず、自らの消費行動が社会へ影響することを自覚して、積極的に行動できる消費者の育成を目指し、「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。）」が新たに制定されました。

また、「特定商取引に関する法律*」は、平成20年の改正により、その適用範囲が特定の商品・サービスから、原則として全ての取引に適用されるようになりました。しかし、最近、これまで想定されていなかった事業者の自宅訪問による貴金属などの強引な買取り（「訪問購入」）のトラブルが急増していることに対応するため、同法が改正され、事業者に対する規制を設け、売主（消費者）による一定期間内の解約を可能としました。

このほか、「消費者安全法」の改正が行われ、生命身体に被害をおよぼす消費者事故に対して、「消費者安全調査委員会」を設置し対応することとなりました。さらには架空の有料老人ホームの利用権の取引、換金困難な外国通貨の取引など、既存の法律で措置できない事案（いわゆるすき間事案）による消費者の財産に被害をもたらす不当な取引を行う事業者に対し、必要な措置を講じることとしました。

4 札幌市における消費者行政の動き

(1) 札幌市消費生活条例の改正

消費者を取り巻く環境の変化や消費者基本法などの改正を受け、平成19年に札幌市消費生活条例（以下、「条例」といいます。）の改正を行いました。

条例では、消費者の権利の確立と自立の支援を基本理念に据えて、7つの消費者の権利を掲げています。

【消費者の権利】

- 商品やサービスなどによって生命、身体及び財産を侵害されない権利
- 公正な取引により、良質な商品及びサービスなどを提供される権利
- 消費生活を営むうえで必要な情報を速やかに提供される権利
- 消費生活を営むうえで不当に受けた被害から適切かつ迅速に救済を受ける権利
- 消費者の意見が市が実施する消費者の利益の擁護及び増進に関する施策及び事業者の事業活動に適切に反映される権利
- 消費者の自主的な組織化及び行動が保障される権利
- 自立した消費生活を営むために必要な教育を受ける権利

また、条例では、自立の支援や消費者の利益の擁護と増進については、以下のことに配慮して行うことを明記しています。

【自立の支援】の配慮項目

- 年齢その他の特性に配慮
- 事業者による適正な事業活動の確保

【消費者の利益の擁護と増進】の配慮項目

- 国際化の進展に的確に対応
- 高度情報通信社会の進展に的確に対応
- 環境保全

(2) 札幌市消費者基本計画の策定

平成20年9月には、条例第10条に基づき、消費者施策に総合的に取り組むための計画として、第1次基本計画を策定しました。

第1次基本計画（平成20年度～24年度）は、条例の「消費者の権利の確立と自立の支援」という基本理念に基づき、施策・事業を進めています。

第1次基本計画が平成24年度をもって終了することから、第2次札幌市消費者基本計画（以下、「第2次基本計画」といいます。）においては、消費者を取り巻く環境の変化や消費者庁などの創設、新たな消費者基本計画の策定などの国の動きに対応した新たな計画の方向性などを盛り込みます。

参考

札幌市消費生活条例では、第4条の市の責務において、消費者の権利の確立と自立の支援にのっとった総合的な消費者施策を策定し、実施する義務が課されています。また、基本計画は、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するために、条例第10条に基づき市長に策定義務が課されています。

表2

第2章

第1次基本計画の 概要

第2章 第1次基本計画の概要

第1次基本計画は、消費生活相談件数の増加や高齢者や障がい者を標的とする勧誘手口の巧妙・悪質化、IT化の進展などによる販売形態の多様化、未成年者をターゲットにした商品・サービスの増加などを背景として策定しました。

1 計画の基本となる考え方

消費者被害が急増する状況を受け、第1次基本計画は消費者被害の未然防止及び救済に力点を置いた施策を進めることを目的とし、札幌市の消費者施策を進めていくうえでの土台作りとなる位置付けとなっています。また、関係する事業者団体や消費者団体との連携を強化しつつ、施策を進めています。

2 計画の構成

第1次基本計画は複雑・多様化する消費者問題に対応するため、地域や関係者とのネットワークづくりなど、今後の施策を進める上で優先的に取り組むべき事項を中心とした計画となっています。

(1) 総合的な実施計画

消費者に関する施策を総合的・効果的に実施するための計画として、消費者に関わりのある部局が実施している消費者施策を「総合的な実施計画」として位置付けています。

(2) 重点的な実施計画

消費者センターが実施する消費者施策について、現状を踏まえて重点項目を定め、これに対する具体的な施策を掲げ「重点的な実施計画」としています。

さらに、各重点項目の中に盛り込まれた事業のうち、特に優先的に取り組むべき重要な8事業（以下、「重要事業」といいます。）を指定し、実施しています。

【重点項目】

- 1 被害者救済体制の強化など
- 2 情報提供と啓発の強化
- 3 消費者教育の充実
- 4 消費者を取り巻く環境の充実（自立支援と権利の確立へ向けて）
- 5 安心できる市民生活に向けて

【重要事業】

- 1 悪質商法追放モデル地区事業
- 2 消費者教育モデル実践事業
- 3 消費生活相談室の整備・強化
- 4 高齢者被害防止ネットワーク事業の全区実施と充実
- 5 消費者教育セミナーの充実とリーダー養成に関する諸事業の実施
- 6 若年者向け消費者教育に関する環境整備
- 7 家庭生活製品安全安心情報連絡会の設置
- 8 消費者団体、事業者団体、行政の連携したネットワーク会議の開催

3 計画の進捗

第1次基本計画の施策・事業について、毎年度、札幌市消費生活審議会（以下、「審議会」といいます。）へ、その進捗状況の報告を行っています。

第1次基本計画（平成20年度～24年度）の平成23年度末までの進捗状況については、「重点的な実施計画」を中心とした取組に関して、その主な施策・事業の進捗状況について担当部局の一次評価と併せて報告を行い、審議会の確認を受けました。それは、次のようにまとめることができます。

（1）「被害者救済体制の強化など」

高齢者や障がい者の消費者トラブルに対応するため、地域に消費生活推進員を配置する「消費者被害防止ネットワーク事業」は、高齢者に対しては全区で実施しているほか、障がい者への対象拡大を順次進め平成25年度までに全区での実施を予定しており、消費者被害の早期発見・救済、拡大防止を実施しています（重要事業4）。同時に、町内会や民生委員を中心に地域における啓発や見守り体制の強化を図る「悪質商法追放モデル地区事業」を指定し、消費者被害の未然防止などの地域での取組を進めています（重要事業1）。

それに加え、聴覚障がい者団体と連携し、聴覚障がい者向けにテレビ電話を利用した手話相談システムを平成23年度から導入し、手話通訳者を介した相談の実施や、曜日や時間制約にとらわれず、いつでも問合せができるよう、インターネットによる消費生活相談を平成24年8月から開始するなど、相談体制の強化を図っています（重要事業3）。

このほか、消費生活条例に基づく事業者指導や不当請求事業者名の公表などを実施し、事業者指導の強化にも取り組んでいます。

（2）「情報提供と啓発の強化」及び「安心できる市民生活に向けて」

行政、事業者、消費者団体による連絡会「札幌市消費者危害情報連絡会」の立ち上げによりネットワークの形成を図り、製品事故に関する情報の収集や、消費者への消費者トラブルに関する情報などの提供を進めています（重要事業7）。

また、消費生活相談の約5割を占める高齢者と若者（資料編61ページ「表2」）を啓発対象の中心として、消費生活に必要な情報を提供する「くらしのニュース」の年4回発行や、クーリングオフなど緊急を要する問合せや比較的定型的な問合せへの対応のため、平成24年4月から「よくある相談事例と回答」についてホームページで情報提供を始めています。

このほか、窓口案内やクーリングオフの情報が携帯電話で入手できるよう携帯サイトでの情報提供や、不当請求事業者名をホームページや報道機関を通して公表し、消費者への注意喚起を行うなど、様々な手段を使って消費者に必要な情報を届け、消費生活の安心を確保できる取組を行っています。

参考 札幌市消費者危害情報連絡会

消費者の安全・安心な暮らしを実現するため、製品関連事故に関する情報を迅速に収集し、消費者からの問い合わせに対し適切に対応するとともに、広く消費者に対して効果的に情報提供することを通して、被害の未然防止・拡大防止を図るために設置する、行政、事業者、消費者団体による連絡会。

(3) 「消費者教育の充実」

消費者被害防止ネットワーク事業において消費生活推進員が地域に出向き、高齢者や障がい者向けに行う「ミニ講座」、団体や学校などに対して専門講師を派遣する「講師派遣講座」、消費生活に関して学ぶ「消費生活講座」、消費生活の基礎的知識を体系的に学ぶ「消費者セミナー」など、様々なかたちで消費者教育を受ける機会づくりに取り組んでいます（重要事業5）。

また、教育委員会が、学校における金銭教育、金融教育を含む消費者教育についての指導の充実を図るため、教材開発や指導方法の工夫等について、「札幌市消費者教育実践研究会」を設置して実践研究を行う中で、消費者センターも積極的に協力を行いました（重要事業2）。

このほか、社会経験が浅く消費者被害にあいやすい若者に対しては、消費者問題をテーマとしたコミックスを活用した冊子を作成し、市内高等学校に在学する3年生全員に配布し、消費者教育への取組を推進しています（重要事業6）。

(4) 「消費者を取り巻く環境の充実」

消費者センターが主催して行う各種会議に加え、食品、金融、消費生活用製品などの各分野に関して、国の関係機関・北海道・事業者団体が開催する会議、情報交換の場、セミナーへ参加し連携強化を図っています。

また、消費者団体が行う自主事業に対して、会場の提供、広報の協力を行うほか、適格消費者団体*への消費生活相談情報の提供を行っています。そのほか、消費者支援活動を行っている消費者団体相互や市と消費者団体とのネットワークづくりを行っています（重要事業8）。

4 第2次基本計画の策定に必要な視点

第1次基本計画では、消費者施策を進めるうえでの土台作りとなる取組として、消費者被害の未然防止や救済を中心とした施策を進め、消費者被害防止ネットワーク事業の推進、相談体制の整備・強化、消費者への啓発や情報提供の充実を図ってきました。

一方、新たな手口による悪質商法の登場やインターネット関連の消費者トラブルの増加など消費者を取り巻く状況や社会情勢の変化、さらには環境意識の高まりによる生活スタイルの見直しの動きなどに対応した取組が求められます。

そこで第2次基本計画ではこれまでの取組に加え、以下の視点に基づき消費者施策を推進・展開していく必要があります。

(1) 幅広い世代を対象とした消費者施策の展開

第1次基本計画では、消費者被害防止ネットワーク事業など、高齢者などを対象とした取組を優先的に進めることとしています。しかし、持続可能な社会を形成していくためには、消費者全体としての取組が求められることから、より幅広い世代を対象とした消費者施策を展開していく必要があります。

(2) 自立した消費者への支援

これからの消費者には、消費者被害から自らの利益を守るためだけでなく、将来の世代についても考え、行動していくことが望まれます。そのためには、消費者へ必要な情報の提供を行い、自立して考え、行動する消費者となるための支援をしていく必要があります。

(3) 適切かつ効果的な消費者教育・啓発の推進

大量の商品やサービス・情報が供給される中で、消費者が自主的かつ合理的な判断を行い、持続可能な社会を形成していくためには、消費者教育推進法の基本理念のもとで、年齢・障がいの有無その他の消費者の特性に応じた消費者教育や消費者啓発を関係機関と連携して推進していく必要があります。

(4) 関連する機関や団体との連携強化

新たな悪質商法の発生など、消費者被害は依然として消費生活の不安要因となっっています。これに対応し、消費者被害を救済していくために、これまで以上に権限や専門知識を持つ機関や団体と連携していく必要があります。

表2

第3章

第2次基本計画の 考え方

第3章 第2次基本計画の考え方

1 基本となる考え方

消費者を取り巻く現状を受け、これからの消費者には、自らの利益を守るための市場行動だけでなく、日々の消費生活について考え、発言し、行動すること、自立した消費者として社会参加することで、「消費者市民社会」の形成に参画することが求められます。

一方、依然として消費者からは多くの相談が寄せられているほか、消費生活の安全・安心を脅かす事件が発生しているなど、安全・安心な暮らしを確保するための取組がますます重要となっています。

第2次基本計画においては第1次基本計画から引き続き、「消費者の権利の確立と自立の支援」という条例の基本理念に基づき消費者施策を推進し、相談体制などの整備を進めつつ、消費生活に関する情報提供の強化を図り、消費者教育・啓発を充実することで、自ら考え、判断する消費者の育成を支援します。

参考：消費者市民社会

平成20年版国民生活白書で取り上げられた概念

消費者が個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が、現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、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をいう（消費者教育の推進に関する法律第2条第2項）

2 計画の構成

第2次基本計画では、消費生活を脅かす様々な問題や第1次基本計画の振り返りから、優先的に取り組むべき課題を「重点課題」として掲げました。また、こうした課題の解決や消費者の権利の確立に向けて、各部局にまたがっている消費者施策を総合的に連携しながら進めるため、消費生活条例の目的と理念を実現するための施策を基本的方向として整理しました。

第2次基本計画	
<p style="text-align: center;">優先的に取り組むべき課題 (重点課題)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <p>※ 優先的に取り組む必要がある施策を横断的に整理したもの</p>	<p style="text-align: center;">計画全般にわたる施策の方向性 (基本的方向)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 安全・安心な暮らしの推進 2 表示など（広告その他を含む）の適正化の推進 3 取引行為の適正化の推進 4 商品やサービスなどの確保や物価の安定の確保 5 消費者被害からの救済の推進 6 消費者意見の反映及び消費者教育・啓発活動の推進 7 環境・資源に配慮した行動の推進 8 関係機関・団体との連携の推進 <p>※ 条例の理念に基づき整理したもの</p>

3 計画の期間

第2次基本計画の計画期間は、今後の社会経済情勢に応じて柔軟な見直しを行う必要があることから、5年間(平成25年度～29年度)とします。

4 計画の位置付け

札幌市消費者基本計画は、消費生活条例第10条に基づき策定される計画です。第2次基本計画は、札幌市で現在策定が進められている新たなまちづくりの基本的指針となる「札幌市まちづくり戦略ビジョン(平成25～34年度)」の個別計画であることから、それとの整合を図るとともに、消費者施策に関連する各部局の計画と連携した取組を行います。

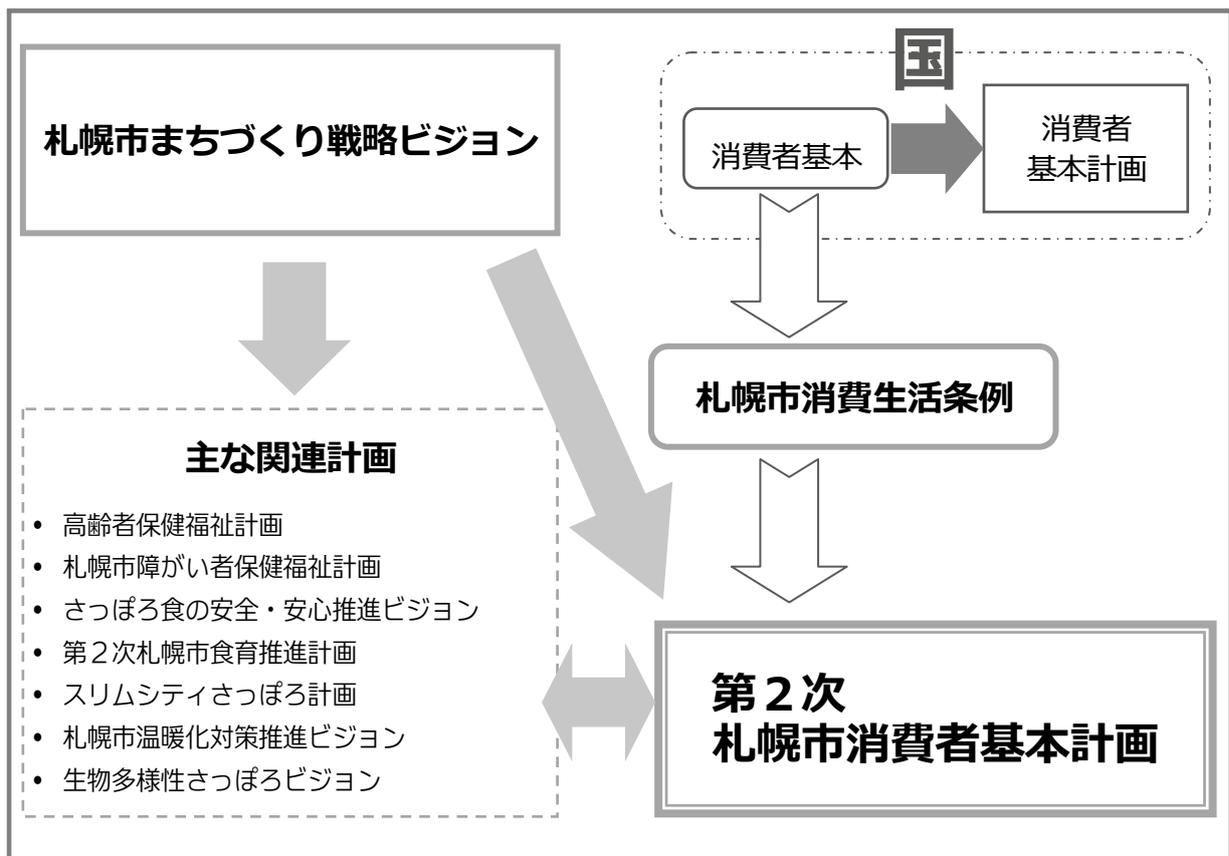


表2

第4章

重点課題と目標

第4章 重点課題と目標

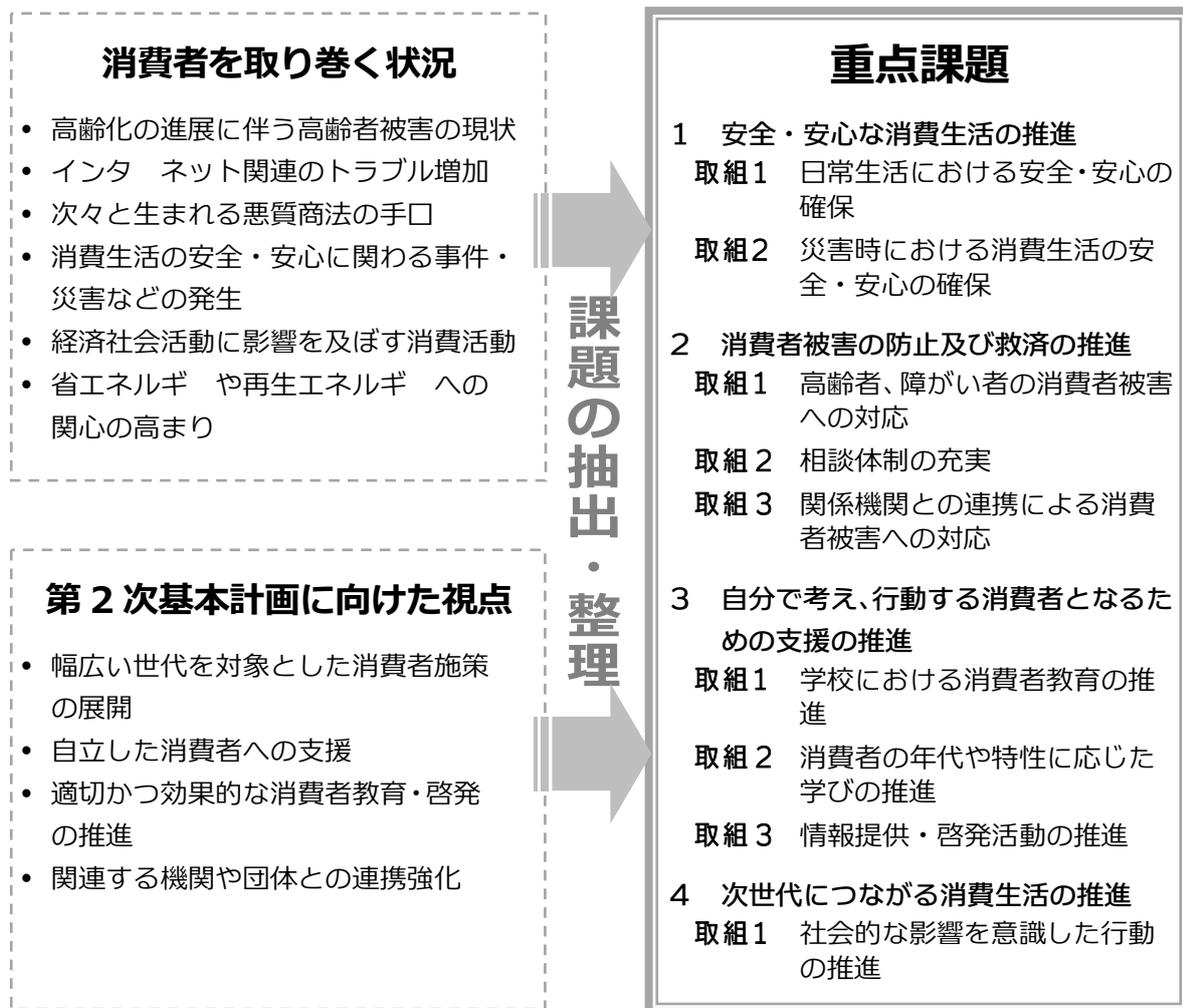
計画を進めるうえでは、消費者を取り巻く環境や消費者行動の変化に対応した施策を進める必要があります。食の安全・安心を脅かす事件や新たな悪質商法などの発生といった消費者を取り巻く状況や、第1次基本計画の進捗状況から、第2次基本計画で取り組むべき視点を挙げました。

その中でも、第2次基本計画において優先的に取り組むべき課題を「重点課題」として4つ掲げて、それぞれに課題解決のための取組を推進します。

また、第2次基本計画では、重点課題について、行動目標・成果指標という2つの目標を設定することで取組状況を把握し、効果的な推進を図ります。

1 主な取組と行動目標

重点課題の解決に向けた「主な取組」を示すとともに、「いつまでに、何を、どこまでするか」という具体的な行動内容を「行動目標」として設定します。



重点課題1 安全・安心な消費生活の推進

消費者にとっての安全・安心とは、生命・身体及び財産への直接的な危険への万全の対応に加え、日々の暮らしにおいて安全・安心な商品・サービスが安定して容易に入手できることです。安全・安心な消費生活を実現するための施策の推進は、大変重要なことです。

しかし、近年、食品の偽装表示や健康被害を引き起こす商品の流通、さらには東日本大震災と原子力発電所事故発生による様々な影響など、安全・安心を脅かす事案が発生しています。

消費生活を安全・安心に営むことができるよう、消費者に向けて必要な情報の提供を行うとともに安心・安全の確保に向けた取組、環境づくりを行う必要があります。

取組1 日常生活における安全・安心の確保

多種・多様な商品やサービスの提供、多様で複雑な取引形態が増加している中、商品・サービスの提供者である事業者は、消費者よりも多くの情報を持ち、交渉力でも優位に立っています。このような状況下で、商品やサービスについて専門的な知識を持たない消費者が、自らの判断で安全・安心な商品やサービスを選択することは難しい状況となっています。

また、地域によっては、高齢化の進展や交通環境などにより、生活に必要な商品・サービスの安定した確保に不安を感じる消費者もいます。

こうした状況の中、商品やサービスの安全・安心の確保、安定した供給のために事業者への調査・指導などを行うとともに、事業者・消費者双方への働きかけを行っている消費者団体などとの連携を強化していきます。

【主な取組】

- 商品やサービスに対して、適正表示などの監視・指導や安全性に関する検査を行います。
- 商品やサービスの取引の際に合理的な判断ができる情報提供を行います。
- 事業者が消費者の信頼を得るための啓発を行います。
- 地域で買い物しやすい環境づくりを推進します。
- 消費者団体の活動環境を整備します。

取組2 災害時などにおける消費生活の安全・安心の確保

東日本大震災のような災害時には、流通網などが影響を受け、生活関連商品の安定した供給が非常に重要となるため、生活関連商品の不足や物価の高騰などに対して事業者などと連携して対応します。

また、東日本大震災の発生時には、地震で瓦がずれているので修理するという業者訪問や、震災における制度を利用した企業への出資の呼びかけなど、震災に便乗する悪質商法と思われる内容の相談が寄せられていることから、災害時の悪質商法による消費者被害への対応を行います。

【主な取組】

- 関係機関と連携し、災害時における生活関連商品の安定供給や物価安定の取組体制を整備します。
- 災害に便乗した悪質商法による被害の未然防止や救済に取り組みます。

<行動目標>

項	目	現状値	目標値
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

重点課題2 消費者被害の防止及び救済の推進

架空請求などの不当請求件数の減少にともない、近年、消費生活に関する相談件数自体は減少傾向にあります。しかし、法律のすき間をつくような新たな悪質商法や、高齢者や障がい者などの社会的弱者をねらった悪質商法、情報化社会の進展などに伴うインターネット関連の契約トラブルが発生しているなど、消費者被害は、依然として消費生活における大きな不安要因となっています。

このため、消費者被害の未然防止や救済のための体制を充実させるほか、解決が困難な事案に対し、他の相談機関と連携した取組を行う必要があります。

取組1 高齢者、障がい者の消費者被害への対応

高齢者や障がい者は被害にあったことに気付かないことも多く、また、被害にあっても周囲に相談しない、相談できないなどといったことが多くみられ、高齢者や障がい者の消費者被害は今後も増加することが予想されます。

このため、高齢者や障がい者だけでなく、見守る立場の人たちへの情報提供・啓発するとともに消費者センターと地域や関係機関が連携して消費者被害を防ぎ、消費者被害を潜在化させず、消費者被害から救済するための対応策を進めます。

【主な取組】

- 地域や関係機関と連携し、高齢者や障がい者の消費者被害の未然防止及び早期発見・救済への取組を推進します。

<行動目標>

	項 目	現状値	目標値
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)
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)

取組2 相談体制の充実

インターネットの利用などにより、手軽に商品やサービスを購入することが可能になった半面、インターネットによる取引は、時間を問わず消費者被害にあう危険性もはらんでいます。また、利殖商法*、いわゆる儲け話への勧誘が増加しており、内容も一般的な株の売買によるものから、水資源の権利などの実態が不明な権利を販売するものまで様々であることから、こうした状況に対応できるような相談体制を整備します。

また、複雑な金融商品の購入に関する問題や急速に普及した新型の携帯端末及びその関連サービスに関する相談など、専門的な知識が必要とされる消費者トラブルが発生していることから、これに対応した相談員のレベルアップを行います。

【主な取組】

- インターネット相談の周知や土・日曜日などの相談環境を確保します。
- 相談員が複雑・多様化する相談に的確に対応できるよう、資質向上を図ります。

<行動目標>

項 目	現状値	目標値
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)

取組3 関係機関との連携による消費者被害への対応

悪質な事業者に対する指導の強化や解決困難な消費者被害へ対応するため、権限を有する関係行政機関との連携や、専門的知識を有する関係機関・団体の機能を活用し、被害の救済や解決を図ります。

【主な取組】

- 国・北海道・警察などの関係行政機関と連携し、迅速な問題解決を図ります。
- 適格消費者団体や裁判外紛争解決手続き（ADR）*を行う関係機関・団体の活動について消費者に周知するとともに、さらなる連携のあり方について検討します。

重点課題3 自分で考え、行動する消費者となるための支援の推進

これからの消費者には、自立した消費者行動を行い、持続的な社会の形成に積極的に参加することで、消費者市民社会の形成に参画することが求められます。

そのためには、幼児期から高齢期までの各年代に応じて、学校や地域・職域などの場において、将来世代への影響など様々な事柄を考慮して消費生活に関する教育や情報の提供を行う必要があります。

消費者教育の総合的かつ一体的な推進を目的として制定された消費者教育推進法のもと、関係部局と連携した消費者教育を進めることが必要です。

取組1 学校における消費者教育の推進

学校において消費生活について学ぶ機会をもつことは、自立した消費者を育成する上で重要であり、平成23年度から順次全面実施されている新学習指導要領では、小・中・高等学校における消費者教育に関する指導の充実が図られています。

このような動きを受けて、教育委員会、その他の関係機関との連携を強め、児童・生徒、さらには学生も含めた消費者教育の取組を推進します。

【主な取組】

- 教育委員会や大学、専門学校と連携し、消費生活に必要な知識の修得のための取組を行うとともに、消費者教育を推進するための協議会設置や計画策定を行います。

<行動目標>

	項 目	現状値	目標値
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)
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

取組2 消費者の年代や特性に応じた学びの推進

消費者教育を受ける権利は、消費者基本法においても消費者の権利の一つとして位置付けられています。消費者が自らの安全・安心な暮らしを守ることができるよう、生涯を通じて消費者教育を受ける機会の確保と年代や障がいの有無など消費者の特性に応じた消費者教育を推進します。

特に高齢者や障がい者については、見守る立場の人たちへの情報提供も含めた消費者教育・啓発を推進します。

【主な取組】

- 消費者の年代や特性に応じた幅広いニーズに柔軟に対応し、地域や職域など、身近な場において、消費生活に必要な知識を学ぶ機会の確保を図ります。
- 地域や関係機関と連携し、高齢者や障がい者の消費者被害の未然防止及び早期発見・救済への取組を推進します（再掲）。

<行動目標>

項 目		現状値	目標値
再掲	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)

取組3 情報提供・啓発活動の推進

消費者が安全・安心な消費生活を送るためには、自ら進んで知識や情報を身につけ、自主的かつ合理的に行動できる自立した消費者となることが重要です。また、自立した消費者には、自らの行動が社会経済や環境へ与える影響を考え、持続可能な社会の形成を意識していくことが求められます。

このため、消費者が消費生活において必要な情報や知識を十分に得られるよう、適切で効果的な情報提供や啓発を行います。

【主な取組】

- ホームページや広報紙など、様々な媒体を通じて消費生活に関する情報を提供します。
- 最新の消費者トラブルや金融商品、インターネットなどの一般的知識をテーマとした各種講座の充実を図ります。

<行動目標>

項 目		現状値	目標値
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)

重点課題4 次世代につながる消費生活の推進

経済社会の発展の結果、現在の社会においては商品・サービスの種類が豊富になり、物的な豊かさを満たすことが、豊かな消費生活を送るための条件となってきました。

しかし、物的な豊かさを満たすことを目的とした生活スタイルの結果、ごみ処理問題、エネルギーの大量消費、地球温暖化、生態系の破壊などの問題が起きています。

こうした中、消費者行動が地球規模で、また、将来の世代にわたって影響を与えるという視点に立ち、これまでの消費生活のあり方などを見直し、環境の保全に配慮するなど、持続可能な社会の形成に向けた行動を推進していく必要があります。

取組1 社会的な影響を意識した行動の推進

消費者が自らの利益を追求する行動が、社会や経済を発展させてきた一方で、情報化の進展や商品流通網の国際的な広がりにより、個人の消費行動は、現在及び将来の社会や環境に大きな影響を及ぼすようになりました。

このような中で、消費者には自らが経済社会へ働きかける存在として、個人のためだけでなく、社会全体を意識した消費者行動が求められます。こうした消費者行動を推進するために、自らを消費者被害から守るだけでなく、消費者市民として活躍していく力を育みます。

【主な取組】

- 環境教育と連携した消費者教育・啓発を推進します。
- 持続可能な社会の形成を推進するため、環境保全、省エネルギー・省資源、生態系の保全などに配慮した取組を行います。

<行動目標>

	項 目	現状値	目標値
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)

2 成果指標

成果指標は、23 ページ～29 ページの重点課題の解決のための取り組みを行った結果として表れる成果を示すものを、これまでの調査から現状値が把握できるものを選定しました。目標値については、重点課題について取り組む上で目指すべき数値を、設定しています。

項 目	現状値	目標値
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 平成23年度第2回市民アンケート	59.1% (H23年度)	▶ 80% (H28年度)
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 平成23年度第2回市民アンケート	5.6% (H23年度)	▶ 3% (H28年度)
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 若年者対象の消費生活アンケート	35.9% (H23年度)	▶ 70% (H28年度)
4 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 平成23年度第2回市民アンケート	78.2% (H23年度)	▶ 90% (H28年度)

※ 各項目の基準となる調査については、資料集参照

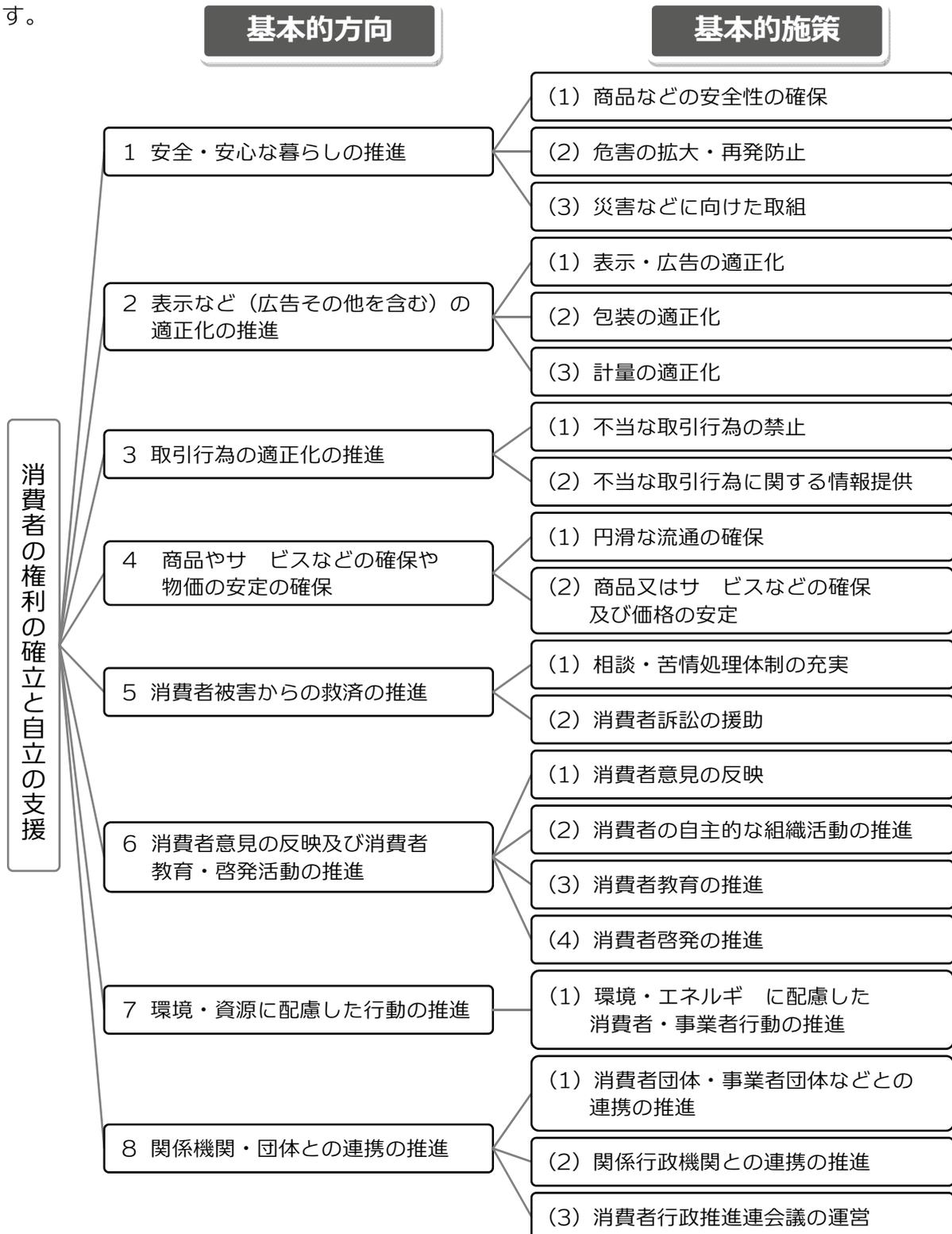
第5章

計画の体系

第5章 計画の体系

第2次消費者基本計画は、条例の体系順に基づいた「基本的方向」と「基本施策」によって構成しています。

条例の基本理念である「消費者の権利の確立と自立の支援」の具現化に向け、重点課題の取組を踏まえた上で、各部局にまたがっている各施策と連携して消費者施策を推進していきます。



1 安全・安心なくらしの推進

消費者の安全で安心なくらしを確保するため、商品やサービスの安全性を確保するための取組を推進します。

また、平常時のくらしに加え、災害など非常時の消費生活に対する安全・安心についての取組を行います。

(1) 商品などの安全性の確保

消費生活を脅かすような商品及びサービスが供給されることのないよう、必要な調査を行い、事業者に対して監視・指導を行います。

【主な事業】

- (ア) 消費者から寄せられた危害・危険情報に関して調査を行い、必要に応じて関係機関への対応要請や消費者へ情報提供を行います。
- (イ) 食品関係施設の監視・指導、食品の試験検査、自主的な食品衛生管理の推進などを行い、食品の安全・安心を確保します。
- (ウ) 公衆浴場、旅館・ホテルなどの営業施設の監視・指導、家庭用品の試験検査などを行い、身近な生活環境の安全・安心を確保します。
- (エ) 事業者団体などと連携して、事業者が消費者志向経営について学び、消費者のくらしを守るための取組を推進します。

(2) 危害の拡大や再発の防止

消費者の安全を害する商品やサービスについて、危害の拡大や再発防止のために、情報を収集し、消費者へ提供します。

【主な事業】

- (ア) 各種検査や調査などにより得た商品などの安全についての情報を、必要に応じて消費者へ速やかに提供します。
- (イ) 行政、事業者、消費者団体で構成する「札幌市消費者危害情報連絡会」を通して製品事故情報の収集を行い、消費者への情報提供を図ります。

(3) 災害などに向けた取組

災害などの非常時には、生活関連商品の供給体制の確保や便乗値上げに対する監視体制を整備します。

【主な事業】

- (ア) 関係機関と連携し、災害時においても一定の消費生活を確保するため、生活関連商品の安定供給を図ります。
- (イ) 災害時における価格高騰や売り惜しみが生じないよう、価格動向の把握や監視体制を整備します。
- (ウ) 災害に便乗した悪質商法による消費者被害を未然に防止し、また救済するため、情報の発信や相談体制を整備します。

2 表示など（広告その他を含む）の適正化の推進

消費者が適切な商品やサービスを選択するためには、適正な表示と正確な計量が重要かつ不可欠です。このため、必要事項が適切に表示され、適正な計量が確保されるために必要な施策を実施します。

（1）表示・広告の適正化

消費者が適切な商品やサービスを選択するためには、品質や内容について適正な表現により、情報が提供される必要があるため、定められた基準を事業者に遵守させる取組を行います。

【主な事業】

- （ア）法令に基づき、消費者が日常使用する家庭用品について、表示すべき事項やその表示方法が適正か、立入検査を行います。
- （イ）消費者が食品に関する正確な情報を入手できるよう、適正な表示や広告に関して事業者への指導などを行います。

（2）包装の適正化

包装の安全性や必要限度にとどめた適正な商品包装について、事業者や消費者への理解を深める取組を行います。

【主な事業】

- （ア）包装の安全性について、必要な情報を分かりやすく提供します。
- （イ）容器包装の簡素化について、事業者や市民団体とともに取組を進めます。

（3）計量の適正化

事業者と消費者の取引に際して、適正な計量が確保されるための施策を実施します。

【主な事業】

- （ア）消費者が商品選択の際に不利益を受けないよう、商品の計量及び量目について検査・指導を行います。
- （イ）計量に対する関心を高めるため、消費者への啓発事業を実施します。

3 取引行為の適正化の推進

消費生活の安全・安心を守るため、不当な取引行為について調査を行い、消費者に対して不当な取引行為、商品又はサービスなどに関する情報を提供します。

(1) 不当な取引行為の禁止

消費者にとって不利な契約が結ばれないよう、条例や規則に基づき、必要な指導などを行うとともに、関係機関や適格消費者団体などとも連携を図ります。

【主な事業】

- (ア) 条例に基づき、不当な取引行為を行っている事業者に対して、実態を調査し、改善するよう指導します。
- (イ) 国、北海道、警察と連携し、情報を共有することで、消費者被害に対する広域的な取組や悪質事業者に対する指導の強化を図ります。
- (ウ) 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します。

(2) 不当な取引行為に関する情報提供

不当な取引行為に対し、被害の発生や拡大を防ぐため、必要な調査を実施し、情報提供を行います。

【主な事業】

- (ア) 高齢者や障がい者をはじめ、見守る立場の人に対して、各種媒体や講座を通じ、消費者被害の未然防止に必要な情報を提供します。
- (イ) 各教育機関と連携し、若年者の消費者被害情報などを提供するとともに、相談窓口を周知します。
- (ウ) ホームページや情報紙などを活用し、消費者に対して悪質事業者に関する情報を提供します。

4 商品やサービスなどの確保や物価の安定の確保

安定した消費生活を送るためには、商品やサービスの円滑な流通や価格の安定が求められます。そのために価格の動向などについて調査を行い、情報を提供します。

(1) 円滑な流通の確保

関係機関と連携し、消費者への生活関連商品の安定供給に努めます。

【主な事業】

- (ア) 中央卸売市場施設の維持管理や卸売業務の監督指導を行い、生鮮食料品の取引・品質管理・流通の適正化を図ります。
- (イ) 商店街への支援や、身近な場所で食品、日用品などが買える店舗の立地など、地域で買い物しやすい環境づくりを推進します。

(2) 商品又はサービスなどの確保及び価格の安定

商品やサービスについて価格や流通状況に関する調査・指導を行い、結果について消費者へ情報提供します。

【主な事業】

- (ア) 重要な生活関連商品である石油製品価格について調査・監視を行い、必要に応じて関係機関・団体に価格の安定についての要請を行います。
- (イ) 生活関連商品の需要が増大する年末年始に関係業界との情報交換会を行い、その供給の確保・価格の安定を図ります。

5 消費者被害からの救済の推進

市民が消費者トラブルにあった場合、迅速かつ的確に問題解決を図ることができるよう、相談体制を充実するほか、関係機関・団体と連携した未然防止についても取り組みます。

また、消費者被害を受けた消費者が訴訟を行う際には、必要な援助を行います。

(1) 相談・苦情処理体制の充実

消費者からの苦情や相談に対し、適切な助言を行い、必要に応じてあっせんなどを行います。

また、被害の防止や救済のために、あっせんなどを行った苦情の概要や結果を公表します。

【主な事業】

- (ア) 全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET*）に参加し、広域的、全国的な消費生活相談に対応します。
- (イ) インターネット相談の周知や充実、土・日曜日などに相談可能な窓口の確保など、相談環境の充実を推進します。
- (ウ) 弁護士会などと連携し、相談員が新たな取引形態や商品などの相談に対応できるよう、相談員の資質向上を図ります。
- (エ) 地域や関係機関など、高齢者や障がい者を見守る立場の人と連携し、消費者被害の早期発見・救済及び拡大防止を図ります。
- (オ) 行政、事業者、消費者団体で構成する「札幌市消費者危害情報連絡会」を通して製品事故情報の収集を行い、消費者への情報提供を図ります（再掲）。
- (カ) 消費者被害救済の選択肢を増やす観点から、消費者苦情処理部会に加えて適格消費者団体や裁判外紛争解決手続き（ADR）を行う関係機関の活動を消費者へ周知するとともに、さらなる連携のあり方について検討します。

(2) 消費者訴訟の援助

消費者が事業者を提訴する場合など（提起された場合も含む）に、訴訟活動に必要な援助を行います。

【主な事業】

- (ア) 消費者が、消費生活上の被害について事業者を相手に訴訟を提起する場合など（提起された場合も含む）に、一定の条件の下に訴訟経費を貸し付けます。

6 消費者意見の反映及び消費者教育・啓発活動の推進

消費者問題は広範囲に及ぶとともに、生活に大きく影響を与えることから、消費者からの意見が直接反映される取組を進めていきます。

また、消費者が、消費者市民社会を形成する一員として積極的に参画できるよう、消費者教育や啓発を推進していきます。

(1) 消費者意見の反映

消費者の意見などを、消費者施策に適切に反映させる場を設けたり、意見表明の機会を設けていきます。

【主な事業】

- (ア) 市民から寄せられた消費者行政に関する意見・要望などについて、内容を担当部局へ伝え、市政への参考とします。
- (イ) 市民からの公募委員を含めた審議会の開催を通して、消費者意見の市政への直接反映を推進します。
- (ウ) 講師派遣講座におけるアンケートなどや相談事例などから、消費者意識を把握することによって、市政へ消費者意識を反映させます。

(2) 消費者の自主的な組織活動の促進

消費者関係団体が行っている情報提供・被害者救済・啓発活動などの活動や、それを通じた行政や事業者への働きかけを行える環境を整備します。

【主な事業】

- (ア) 消費者団体ネットワーク会議を開催し、各団体間や行政との情報共有を図ります。
- (イ) 消費者団体へ不当な取引行為に関する情報を提供し、また、啓発活動の強化を促します。

(3) 消費者教育の推進

消費者教育は、消費者被害を防止するとともに、消費者の自立を支援する上で重要であることから、消費者教育推進法に定める、災害その他の非常の事態も含めた消費生活に関する知識の修得などの基本理念にのっとり、教育委員会その他の関係機関との緊密な連携の下、消費者教育を推進します。

【主な事業】

- (ア) 教育委員会と連携して、学校で活用しやすい講師派遣講座の内容などの検討を行い、充実を図ります。
- (イ) 消費者の年代や特性に応じた幅広いニーズにも柔軟に対応した各種講座の充実を図ります。
- (ウ) 高齢者や障がい者をはじめ、見守る立場の人に対して、各種媒体や講座を通じ、消費者被害の未然防止に必要な情報の提供を行います（再掲）。
- (エ) 消費者教育を推進するための協議会の設置や消費者教育推進のための施策についての計画の策定を行います。
- (オ) 大学や専門学校と連携して、啓発などの取組を推進します。

(4) 消費者啓発の推進

消費者が自立した消費生活を営むために必要な知識の普及、情報の提供などを積極的に推進します。

【主な事業】

- (ア) 悪質商法、商品やサービスの安全に関する情報、取引に伴うトラブルや身近な商品の事故など日々の消費生活に関する情報について、ホームページや市の広報紙、新聞の掲載により発信するほか、啓発資料を通して情報提供を行います。
- (イ) 消費者被害を未然に防止するために、最新の消費者トラブルについての事例、解決方法の情報提供、金融商品、電子決済による商品購入などの一般的知識をテーマとした講師派遣講座などの充実を図ります。
- (ウ) 食品衛生や環境衛生などに関する啓発事業を継続的に実施し、正しい知識の普及を図ります。

7 環境・資源に配慮した行動の推進

持続可能な社会を形成していくために、環境に配慮した消費者や事業者の行動を推進します。

(1) 環境・エネルギーに配慮した消費者・事業者行動の推進

消費者が将来にわたって持続可能な消費生活を送ることができるよう、必要な知識の普及・情報の提供などを行い、消費者・事業者に、環境・生態系の保全、省資源・省エネルギーなどに配慮した行動を呼びかけます。

【主な事業】

- (ア) 市内の二酸化炭素の排出量などの情報や環境について実施した施策などの情報を広く市民に提供し、また環境保全や生物多様性*などに対する理解を深める環境教育と連携した消費者教育・啓発を推進します。
- (イ) 環境保全活動の拠点施設としての環境プラザを活用し、また、啓発資料・ホームページなどにより、エコライフなどに関する情報発信を行います。
- (ウ) 市内の二酸化炭素の総排出量の4分の1を占める運輸部門対策として、次世代自動車の普及やエコドライブを推進します。
- (エ) 高効率給湯・暖房機器などの省エネルギー機器や、太陽光発電などの再生可能エネルギーの導入拡大を推進します。
- (オ) より一層の省エネルギー社会の実現を目指し、家庭向けの普及啓発事業を推進します。
- (カ) 家庭における暖房消費エネルギーを削減するため、省エネルギー性能を高めた高断熱・高气密住宅を普及促進します。
- (キ) 集団資源回収など、消費者が身近に取り組めるもののほか、消費者・事業者・行政が連携したごみ減量につながる取組を推進します。
- (ク) 環境負荷の低減を図るため、公共交通の利用促進などによる自動車利用の適正化や交通の円滑化を図ります。

8 関係機関・団体との連携の推進

消費者を取り巻く状況の変化などに対応するため、情報の共有や意見交換などにより、消費者・事業者・行政などが一体となって消費者問題に取り組みます。

(1) 消費者団体・事業者団体などとの連携の推進

多様な消費者問題に対応するためには、消費者センターの機能だけではなく、専門的な知識を持った関係機関の機能を活用することが必要です。そのために関係機関と連携し、情報共有や相談員の資質向上の取組、対応困難事例などの解決を図ります。

【主な事業】

- (ア) 消費者団体ネットワーク会議を開催し、各団体間や行政との交流を図ります（再掲）。
- (イ) 事業者団体などと連携して、事業者が消費者志向経営について学び、消費者のくらしを守るための取組を推進します。（再掲）
- (ウ) 差し止め請求訴訟などを行う適格消費者団体と連携することにより、消費者被害の防止、救済を図ります。
- (エ) 弁護士会など他の専門的関連団体との連携を図ります。

(2) 関係行政機関との連携

国や北海道などの機関と連携した事業者指導を行えるよう、各機関との連絡会議に参加し、情報交換を行います。

【主な事業】

- (ア) 消費者問題などに係る関係行政機関との連携を図り、参加自治体などとの情報交換を行います。

(3) 消費者行政推進連絡会議の運営

消費者行政に係る施策を効果的に推進するため、関係部局との連携を図ります。

【主な事業】

- (ア) 消費者行政施策を総合的かつ効果的に推進するため、関係部局と連携し、総合的な施策の調査・研究や企画立案を行います。

第6章

計画の推進 及び 検証など

第6章 計画の推進及び検証など

1 計画の推進

計画の推進にあたっては、札幌市消費者行政推進連絡会議を開催し、関係部局間の連絡・調整を行いながら、効率的に計画の推進を図っていきます。

また、国、北海道、関係行政機関をはじめ、消費者団体、事業者団体、地域の関係団体などと連携して、計画の円滑な推進に努めます。

2 検証・評価

計画の進行管理にあたっては、年度ごとに計画に掲げる施策の進捗状況について確認を行います。

また、その内容について審議会へ報告し、施策の進捗状況や重点課題の数値目標について検証・評価を受けるとともに、毎年度市民に分かりやすく情報提供します。

3 計画の見直し

審議会からの意見や各種講座、消費生活相談業務などを通じて、市民から寄せられる意見を参考にしながら、現行の施策の充実、改善や新たな施策の検討を行います。

さらに、国において進められる消費者政策についての動向や、消費生活相談の状況など、消費者を取り巻く状況を踏まえ、必要に応じて計画の見直しを行います。

資料編

主な事業

※平成 25 年 1 月現在の実施事業及び予定事業を掲載しています。

1 安全・安心なくらしの推進

(1) 商品等の安全性の確保

1 危害・危険情報への対応

市民まちづくり局市民生活部

消費者から寄せられた危害・危険情報に対して、状況を確認し、必要に応じて事業者指導などを行う。

2 消費者安全法に基づく立入調査等

市民まちづくり局市民生活部

商品やサービスなどに関し、すきま事案*における重大事故などが発生した場合、消費者安全法に基づき、事業者に対する報告徴収及び事務所などへの立入調査などを行う。

3 消費者志向経営の推進

市民まちづくり局市民生活部

事業者団体や消費者団体と連携し、経営層や従業員を対象に、法令順守や CSR*などをテーマとした講座や啓発を実施する。

* CSR（企業の社会的責任：Corporate Social Responsibility）

企業は利益を追求するだけでなく、組織活動が社会や環境へ与える影響を考慮し、消費者を含めたあらゆる利害関係者に対して責任ある行動をとるべきであるという考え方

4 食品関係施設の監視指導

保健福祉局保健所

ホテル、旅館、食品製造施設、大型スーパーマーケットなどの食品関係施設に対して、食品衛生監視員が立入検査を行い、食品の衛生的な取扱い、施設設備の衛生管理状況、食品の表示、各種記録の作成・保存などについて監視指導を行う。

5 食品の試験検査

保健福祉局保健所

市内に流通する食品の安全性を確認するため、食品関係施設で取り扱う食品について、食中毒菌、放射性物質、食品添加物、残留農薬等の収去（抜き取り）検査を行う。

6 食中毒防止対策

保健福祉局保健所

食中毒菌やウイルス等による食中毒の発生を防止するため、食品関係施設に対して、食品の衛生的な取扱い、十分な加熱調理、調理従事者からの二次汚染防止などについて、指導を行う。また、食中毒予防に関するパンフレット等を市民に配布するなど、食中毒予防の普及啓発を行う。

7 環境衛生等関係施設対策

保健福祉局保健所

理・美容所、クリーニング所、旅館・ホテル、公衆浴場、興行場など営業施設のほか、遊泳用プールや飲料水施設等の衛生水準の維持・向上及び営業者による自主管理の推進を図る。

8 家庭用品安全対策

保健福祉局保健所

「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」(昭和49年10月施行)に基づき、小売店で販売されている家庭用品の試買検査(試験目的に購入し、検査を実施)を行い、基準に適合していることを確認し、その結果をホームページで公表する。(実施時期5~2月)

9 薬事法等に基づく許可等施設に対する立入検査

保健福祉局保健所

薬局、店舗販売業、医療機器販売業などの許可・届出等施設に対して、医薬品等の管理などについて立入検査を行う。

10 医務関係施設対策

保健福祉局保健所

病院、診療所、施術所などの許可・届出等施設に対して、従事者や医薬品、その他安全管理などについて立入検査を行う。

11 安全・安心な食のまち・さっぽろ推進事業

保健福祉局保健所

食の安全・安心を確保するため、食産業や観光の振興も視野に入れた総合的な食の安全・安心に関する施策を策定し、安全・安心な食のまち・さっぽろの推進を図る。

12 自主的な食品衛生管理の推進

保健福祉局保健所

食品業界全体の衛生レベル向上のため、HACCP*の考え方を取り入れた衛生管理を行う施設を認定する「札幌市食品衛生管理認定制度(しょくまる)」を普及促進し、食品等事業者の衛生知識の向上及び自主的な衛生管理の推進を図る。

*HACCP(危害分析重要管理点方式)

Hazard Analysis and Critical Control Pointの略。原材料の受入から製造・出荷までのすべての工程で発生しうる危害要因(微生物や化学物質による汚染、異物混入など)をあらかじめ予測し、その危害要因を除去するための重要管理点を特定して、継続的に監視・記録し、異常が認められたらすぐに対策を取り解決することによって、不良製品の出荷を未然に防ぐ衛生管理手法

(2) 危害の拡大・再発防止

1 札幌市危害情報連絡会の開催

市民まちづくり局市民生活部

製品事故について、行政・事業者団体・消費者団体などのネットワーク会議を開催して情報収集し、消費者へ速やかに情報提供する。

2 消費者への情報提供

市民まちづくり局市民生活部

危害の拡大及び再発の防止のため、各種検査や調査等により得た情報を必要に応じ、各種広報媒体を活用して消費者へ速やかに情報提供する。

(3) 災害等に向けた取組

- 1 災害時における価格動向の調査や監視
市民まちづくり局市民生活部
生活関連商品について、不当な値上げや売り惜しみが生じないよう、災害時における価格や需給動向の把握、市民への情報提供などを行う手順を整備する。
- 2 災害に便乗した悪質商法等についての情報の発信
市民まちづくり局市民生活部
災害に便乗した悪質商法や災害時に特有の契約トラブルによる消費者被害を未然に防止し、救済するため、悪質商法などの情報を発信するとともに、災害時の消費生活相談体制を整備する。
- 3 全国の中央卸売市場及び道内の主要卸売市場との災害時相互応援協定の締結
経済局中央卸売市場
全国の中央卸売市場及び道内の主要卸売市場との間で災害時の相互応援協定を締結しており、災害発生時における市民への生鮮食料品の安定供給の維持を確保する。

2 表示等（広告その他を含む）の適正化の推進

(1) 表示・広告の適正化

1 各種製品の表示に関する立入検査

市民まちづくり局市民生活部

関係法令に基づき、小売業者が店舗などに陳列している家庭用品、電気用品のほか、消費生活用製品のうちライター、石油ストーブなどの特定製品について、法に規定する適正な表示の有無を検査する。

2 食品衛生法に基づく食品の表示に関する指導

保健福祉局保健所

食品添加物、アレルギー物質、期限表示などが適正に記載されているかを確認し、必要に応じて製造販売業者に対して指導を行う。

3 薬局製造販売医薬品等の記載事項に対する指導

保健福祉局保健所

薬局製造販売医薬品等の製造販売業者に対して、薬事法第50条等に規定する直接の容器等の記載事項について必要な指導を行う。

4 健康増進法に基づく食品の表示及び広告に関する指導

保健福祉局保健所

健康増進法に基づき、市民が正確な情報を入手できるよう、食品事業者に対して「栄養表示基準」及び「誇大表示の禁止」に関する指導を行う。

5 外食料理及び加工食品の栄養表示推進事業

保健福祉局保健所

「栄養成分表示」や「健康に配慮したメニュー」の提供を行っている飲食店などに登録証明書（ステッカー）を交付し、市民が健康に配慮した食事を選択するための環境整備に取り組む。また、市民が表示された栄養成分等について理解できるよう、啓発事業を行う。

(2) 包装の適正化

1 包装の安全に関する啓発

市民まちづくり局市民生活部

誤飲事故の可能性のある包装など、包装に関する安全性について、パネル展示などの啓発を行う。

2 容器包装簡素化に向けた取組の推進

環境局環境事業部

事業者や市民団体とともに、容器包装の簡素化の取組や広く市民への情報発信を行う。

(3) 計量の適正化

1 計量法に基づく検査の実施

市民まちづくり局市民生活部

計量法に基づき、商店・市場・病院などが取引又は証明に使用している「はかり」の検査を行う。

2 商品量目立入検査等の実施

市民まちづくり局市民生活部

商取引の盛んな中元期や年末期において、スーパーマーケットなどで販売している商品の内容量表記について検査し、適正な計量方法について指導する。

3 特定計量器の立入検査等の実施

市民まちづくり局市民生活部

タンクローリーやガスメーターなどの特定計量器の精度・性能や法定有効期間について検査し、適正な計量器の使用について指導する。

4 計量啓発事業

市民まちづくり局市民生活部

毎年11月の「計量月間」に啓発ポスターの掲示・配布を行うほか、市民との交流イベント「計量ふれあい広場」を開催するなど、計量制度に関する普及啓発を図る。

5 計量器の精度確認

市民まちづくり局市民生活部

家庭用計量器などについて、正確性を確認したいという申し出があった場合に、精度確認を行う。

3 取引行為の適正化の強化

(1) 不当な取引行為の禁止

1 消費生活条例等の周知徹底と取引行為の適正化

市民まちづくり局市民生活部

消費生活条例や不当取引行為基準規則について事業者への周知徹底するとともに、不当な取引行為を行っている事業者に対し、調査を行い、必要に応じて指導等を行う。

2 国・北海道・北海道警察との連携

市民まちづくり局市民生活部

国、北海道、北海道警察と連携し、悪質商法などに関する情報を共有することで、消費者被害に対する広域的な取組や悪質事業者に対する指導の強化を図る。

3 消費生活条例等の周知徹底と違反事業者への対応強化

市民まちづくり局市民生活部

消費生活条例や不当取引行為基準規則について事業者への周知徹底するとともに、違反事業者に対する指導などを強化する。

4 取引行為の是正に向けた事業者団体等との連携

市民まちづくり局市民生活部

事業者に対する消費者との取引行為の是正を求めるため、消費者から寄せられる相談などについて、事業者団体と情報共有を行う。

(2) 不当な取引行為に関する情報提供

1 高齢者、障がい者、関係機関等に対する情報提供

市民まちづくり局市民生活部

高齢者、障がい者、関係機関などに対し、高齢者や障がい者を狙った悪質商法などについて、電子メールなどにより迅速に情報提供するほか、出前講座を通じて啓発を図る。

2 各教育機関との連携

市民まちづくり局市民生活部

各教育機関と連携し、若年者の被害情報などを提供するとともに、消費者センターをはじめとした相談窓口の周知を行う。

3 各種媒体を活用した悪質事業者等に関する速やかな情報提供

市民まちづくり局市民生活部

ホームページや情報紙を活用するほか、報道機関などと連携し、悪質事業者やその手口などについて、消費者へ速やかに情報提供する。

4 商品やサービス等の確保や物価の安定の確保

(1) 円滑な流通の確保

1 中央卸売市場施設の維持管理

経済局中央卸売市場

水産棟、青果棟等の市場施設の維持管理を図り、安全・安心な生鮮食料品の安定的かつ円滑な流通に努める。また、災害時に給水が途絶えても最低限の市場機能を維持できるよう、平成24年度中に地下水活用システムを整備する。

2 卸売業務の監督指導

経済局中央卸売市場

市場で行われる卸売業務について、卸売市場法、札幌市中央卸売市場業務規程等の関係法令に基づく監督指導を行うことにより、取引と品質管理の適正化を図り、安全・安心な生鮮食料品の安定的かつ円滑な流通に努める。

3 商業地の振興

経済局産業振興部

魅力ある商業地の創出のために、商店街などが新たな事業に取り組む場合に、その経費の一部を補助する。商店街などが地域住民から求められている課題に対応し、商業機能の再生に向けて新たな事業に取り組む場合に、その経費の一部を補助する。

4 商店街に対する融資

経済局産業振興部

中小企業者などが行う商店街活性化事業に対し融資することにより、商店街の活性化を促進し、商店街の振興と発展を図る。

5 用途地域等の全市見直し

市民まちづくり局都市計画部

郊外住宅地において、歩いて行ける範囲内に生活に必要な店舗などを建てられるよう用途地域の見直しを行う（平成24年8月10日都市計画告示）。

(2) 商品又はサービス等の確保及び価格の安定

1 石油製品小売価格に関する調査及び情報提供

市民まちづくり局市民生活部

市民にとって重要な生活関連商品である石油製品価格について、市内の小売店を対象に調査を行い、その調査結果について情報提供を行う。

2 年末年始主要食料品・石油製品等に係る懇談会の開催

市民まちづくり局市民生活部

年末年始や冬期間に需要が増大する主要食料品や石油製品などについて、関係業界団体などとの懇談会を開催し、需給や価格の動向見通しに関する情報収集を行う。また、収集した情報を消費者へ提供するとともに、必要に応じて供給の確保、価格の安定について業界団体などに対して要請を行う。

5 消費者被害の救済の促進

(1) 相談・苦情処理体制の充実

1 消費生活相談事業

市民まちづくり局市民生活部

消費者センターにおいて、来訪、電話、インターネットにより、消費者からの苦情相談に対応する。また、消費者庁及び国民生活センターと全国の消費生活センターを結ぶ全国消費生活情報ネットワーク（PIO-NET）に参加し、広域的、全国的な消費生活相談に対応する。

2 相談環境の充実

市民まちづくり局市民生活部

インターネット相談の周知や充実を図るとともに、土・日曜日などに相談可能な窓口を確保する。

3 相談員の資質向上

市民まちづくり局市民生活部

複雑な相談に関し、相談員が弁護士などの専門家から助言を受ける機会を確保する。

また、国民生活センターが実施する遠隔地研修^{*}への協力を行うことなどにより、相談員の研修参加機会の確保を図る。

^{*}遠隔地研修（D-ラニング）

国民生活センターが東京で実施する講座を、地方会場にリアルタイム及びオンデマンドで配信する取組。なお、平成24年度から、全国にさきがけ札幌市及び神戸市において、リアルタイム配信を実施している

4 消費者苦情処理部会の運営

市民まちづくり局市民生活部

消費者から受け付けた苦情を円滑に解決する必要がある場合、消費者苦情処理部会において苦情のあっせん又は調停を行う。

5 消費者被害防止ネットワーク事業

市民まちづくり局市民生活部

地域に配置した消費生活推進員が、高齢者及び障がい者関連の福祉機関や民生委員、町内会、警察などと連携し、高齢者及び障がい者の消費者被害の未然防止、早期発見・救済、拡大防止を図るため、以下の活動を行う。

ア 高齢者、障がい者及び関係機関に対し、高齢者や障がい者を狙った悪質商法などについて、電子メールなどにより迅速に情報提供するほか、出前講座を通じて啓発を図る。

イ 消費生活相談室と連携し、高齢者及び障がい者の消費者トラブルについて関係機関及び関係者からの相談を受け付け、必要に応じて実態調査を行う。

6 事業者や事業者団体における相談窓口との連携等

市民まちづくり局市民生活部

消費者に対する相談窓口を設けている事業者や事業者団体と、情報共有や意見交換などを行う機会を設け、相談窓口相互間の連携を強化する。

7 札幌市危害情報連絡会の開催（再掲）

市民まちづくり局市民生活部

製品事故について、行政・事業者団体・消費者団体などのネットワーク会議を開催して情報収集し、消費者へ速やかに情報提供する。

8 裁判外紛争解決手続き（ADR）機関との連携

市民まちづくり局市民生活部

消費者被害救済の選択肢を増やすため、裁判外紛争解決手続き（ADR）を行う関係機関の活動について消費者へ周知するとともに、さらなる連携のあり方について検討する。

9 適格消費者団体との連携

市民まちづくり局市民生活部

消費者被害の防止、救済を図るため、差止請求訴訟などを行う適格消費者団体と協定を結び、消費者センターに寄せられた相談情報の共有などを行う。

10 市政外相談事業

市長政策室広報部

日常生活上のさまざまな問題を解決することにより、市民生活の安定に寄与することを目的として実施。消費生活に関する相談は、弁護士による法律相談において、助言・アドバイス等の対応を行う。

11 食品衛生関係市民相談への対応

保健福祉局保健所

市民などから寄せられる食品衛生関係の苦情・相談に対応し、必要に応じて調査や指導を行う。

12 環境衛生関係市民相談への対応

保健福祉局保健所

市民などから寄せられる環境衛生関係の相談に対応し、必要に応じて調査や指導を行う。

13 日常生活自立支援事業

保健福祉局総務部

札幌市社会福祉協議会を実施主体として、高齢や障がいのために日常生活上の判断に不安のある方を対象に、定期的な訪問により、福祉サービスを利用する手続きや、日常生活費の管理を支援する。

14 福祉のまち推進事業

保健福祉局総務部

おおむね連合町内会単位に組織化されている市民による自主的な福祉活動を行う「地区福祉のまち推進センター」で、市民による支え合い活動を推進するため、ひとり暮らしの高齢者などを対象とした見守り・安否確認活動などを実施する。

15 民生委員・児童委員活動

保健福祉局総務部

民生委員・児童委員が、地域住民からの各種相談に応じ、高齢者や障がい者などへの訪問による見守り・安否確認など様々な活動を通じ、地域福祉の増進を図る。

(2) 消費者訴訟の援助

1 消費者訴訟費用の貸付

市民まちづくり局市民生活部

消費者が、消費生活上の被害について事業者を相手に訴訟を提起する場合など（提起された場合も含む）に、一定の条件の下に訴訟経費を貸し付ける。

6 消費者意見の反映及び消費者教育・啓発活動の推進

(1) 消費者意見の反映

- 1 消費生活審議会の充実
市民まちづくり局市民生活部
審議会の委員に市民からの公募委員を加えることにより、消費者の意見を直接反映させる。
- 2 消費者の意見を踏まえた消費者行政の推進
市民まちづくり局市民生活部
講師派遣講座におけるアンケートや相談事例、市民アンケートなどから把握した消費者意識をふまえ、消費者行政を推進する。
- 3 市長申し出制度の活用
市民まちづくり局市民生活部
市長申し出制度により、消費者の権利などの侵害に対して迅速に対応する。
- 4 市政相談事業
市長政策室広報部
市民から寄せられた消費者行政に対する要望・苦情などの声については、内容を十分聞き取りのうえ、文書にして担当部局へ送付し、申出人への回答や事務改善に向けた検討など、内容に応じた適切な対応に当たるよう依頼・調整する。

(2) 消費者の自主的な組織活動の促進

- 1 消費者団体との意見交換会の開催
市民まちづくり局市民生活部
各消費者団体の活動状況などの情報共有の場として、消費者団体との意見交換会を開催する。
- 2 消費者の活動との連携
市民まちづくり局市民生活部
組織的な活動を行う消費者へ、消費生活に関する情報を提供し、各団体の啓発活動などの自主的な取組を促す。
- 3 消費者団体への活動の場の提供
市民まちづくり局市民生活部
エルプラザに消費者団体として登録した団体に対し、消費者サロンなどを消費者団体活動の場として提供する。

(3) 消費者教育の充実

- 1 各種講座の充実
市民まちづくり局市民生活部
消費者の年代や特性に応じた幅広いニーズに柔軟に対応できるよう、金融商品や電子決済による商品購入などの一般的知識をはじめとしたテーマの各種消費生活講座や講師派遣講座の充実を図る。

- 2 教育委員会との連携
市民まちづくり局市民生活部
教育委員会と連携して、学校で活用しやすい講座内容などの検討を行い、講師派遣講座の充実を図る。
- 3 大学や専門学校との連携
市民まちづくり局市民生活部
若年者の消費者被害の未然防止を図るため、市内の大学、専門学校などと連携し、講師派遣講座の活用の拡大を図るほか、巡回パネル展などの啓発を行う。
- 4 消費者教育推進のための計画策定等
市民まちづくり局市民生活部
消費者教育を推進するための協議会を設置し、消費者教育推進のための施策に関する計画を策定する。
- 5 消費者被害防止ネットワーク事業（再掲）
市民まちづくり局市民生活部
地域に配置した消費生活推進員が、高齢者及び障がい者関連の福祉機関や民生委員、町内会、警察などと連携し、高齢者及び障がい者の消費者被害の未然防止、早期発見・救済、拡大防止を図るため、以下の活動を行う。
 - ア 高齢者、障がい者及び関係機関に対し、高齢者や障がい者を狙った悪質商法などについて、電子メールなどにより迅速に情報提供するほか、出前講座を通じて啓発を図る。
 - イ 消費生活相談室と連携し、高齢者及び障がい者の消費者トラブルについて関係機関及び関係者からの相談を受け付け、必要に応じて実態調査を行う。
- 6 消費者団体との連携講座の実施
市民まちづくり局市民生活部
消費者団体が市民を対象とした講座を実施する際に会場を提供するなど、消費者団体との連携を強化し、消費者教育の充実を図るとともに、団体活動に関する市民理解を促進する。
- 7 こどものまちミニさっぽろ事業
子ども未来局子ども育成部
子どもが働いて得た仮想通貨を使用して、自分の判断で主体的に商品やサービスを選別し買い物をする市内の小学3・4年生を対象とする職業体験イベントを開催する。

(4) 消費者啓発の促進

- 1 消費生活に関する情報提供内容の充実
市民まちづくり局市民生活部
悪質商法、商品やサービスの安全に関する情報、取引に伴うトラブルや身近な商品の事故など消費生活に関する情報について、ホームページや市の広報誌、新聞への掲載により発信するほか、啓発資料を通して情報提供を行う。
- 2 各種講座の充実（再掲）
市民まちづくり局市民生活部
消費者の年代や特性に応じた幅広いニーズに柔軟に対応できるよう、金融商品や電子決済による商品購入などの一般的知識をはじめとしたテーマの各種消費生活講座や講師派遣講座の充実を図る。

3 「消費者月間」事業の実施

市民まちづくり局市民生活部

消費者啓発の一層の推進を目的として定められる、毎年5月の「消費者月間」における事業として、特別パネル展や専門講師による特別講演などを実施する。

4 消費者センター展示コーナーからの情報発信

市民まちづくり局市民生活部

消費者センター展示コーナーにおいて、商品選択に必要な基礎的な知識や暮らしに役立つ知識の普及と啓発を行う。

5 地域における消費者啓発の推進

市民まちづくり局市民生活部市民自治推進室各区役所

区で実施しているイベントや高齢者などへ向けた講座などにおいて、悪質商法や訪問販売などのトラブル予防対策などの講義や啓発活動を実施する。また、地域との連携による悪質商法追放モデル地区事業をふまえ、消費者被害の未然防止に加え、消費生活全般に関する地域ぐるみによる啓発の取組について検討する。

6 消費者被害防止ネットワーク事業（再掲）

市民まちづくり局市民生活部

地域に配置した消費生活推進員が、高齢者及び障がい者関連の福祉機関や民生委員、町内会、警察などと連携し、高齢者及び障がい者の消費者被害の未然防止、早期発見・救済、拡大防止を図るため、以下の活動を行う。

- ア 高齢者、障がい者及び関係機関に対し、高齢者や障がい者を狙った悪質商法などについて、電子メールなどにより迅速に情報提供するほか、出前講座を通じて啓発を図る。
- イ 消費生活相談室と連携し、高齢者及び障がい者の消費者トラブルについて関係機関及び関係者からの相談を受け付け、必要に応じて実態調査を行う。

7 食品衛生に関する情報の提供

保健福祉局保健所

食品衛生情報誌「キッチンメール」の発行、各種ハンドブックやパンフレットなどの配布、食品衛生パネル展や講習会などの開催、ホームページへの情報掲載などにより、食品衛生に関する最新情報の提供や正しい知識の普及啓発を図る。

8 食中毒警報等の発令

保健福祉局保健所

近年、市内においてカンピロバクターやノロウイルスによる食中毒が多発していることから、食中毒の発生が危惧される時期には、食中毒警報やノロウイルス食中毒注意報を発令し、市民、食品営業者などに注意喚起する。

9 環境衛生等に関する啓発事業

保健福祉局保健所

環境衛生に関する啓発事業を継続的に実施し、衛生害虫などの発生や駆除方法、シックハウス対策やその他室内環境の改善方法などの正しい知識を市民に広く知らせていく。

10 住宅防火対策

消防局予防部

住宅火災の原因と対策について注意喚起するほか、家庭生活における製品の適切な使用、維持管理及び製品火災に関する情報を発信する。また、住宅用火災警報器の設置及び防災物品の普及促進を図る。

11 防火セーフティネットサービスによる安心して利用できる施設の情報提供

消防局予防部

防火管理の状況が継続して優良であるホテル等を、防火セーフティネットサービスにより消防局ホームページ上で公表し、ホテル等の利用者に対し安全で安心して利用できる施設の情報提供を行う。

12 危険物・LPガスの安全確保の推進

消防局予防部

「危険物安全週間」（毎年6月）及び「LPガス消費者保安月間」（毎年10月）において、ガソリン、灯油などの危険物及びLPガスの事故防止を目的に、ポスターの掲出及びリーフレットの配布等を実施し、市民に対し危険物及びLPガスの安全に関する情報提供及び適切な取扱い方法について普及啓発活動を実施する。

13 地産地消推進事業

経済局農政部

札幌市内産の農畜産物ブランド「さっぽろとれたてっこ」や札幌広域圏の農畜産物ブランド「さっぽろハーベストランド」の普及啓発を目的に「収穫祭」などを実施する。

7 環境・資源への配慮

(1) 環境に配慮した消費者・事業者行動の推進

- 1 環境教育と連携した消費者教育の推進
市民まちづくり局市民生活部
環境保全を内容とした講座やパネル展示など、環境教育と連携した消費者教育・啓発事業を実施する。
- 2 札幌市環境白書の発行
環境局環境都市推進部
毎年、環境白書を発行し、札幌市の環境の状況、環境への負荷の状況、札幌市環境基本計画に基づいて実施した施策の状況等を分かりやすく紹介していく。
- 3 環境保全アドバイザー制度
環境局環境都市推進部
「消費生活と環境」など、市民が環境保全について自主的に行う研修会・講演会、自然観察会等にアドバイザーとして委嘱した専門家を講師として派遣する。
- 4 環境プラザの運営
環境局環境都市推進部
本市における環境保全活動の拠点施設として、展示物・パンフレット・ホームページなどにより省エネルギー・省資源などのエコライフに関する情報発信を行う。
- 5 ごみ発生・排出抑制のための行動の実践
環境局環境事業部
ごみ減量につながる行動を展開することを目的に、市民・事業者・札幌市の協働で設立した「ごみ減量実践活動ネットワーク」（通称：さっぽろスリムネット）の一員として、生ごみ堆肥化講座の講師派遣、買い物ゲーム、出張講座などによりごみ減量に向けた市民・事業者の具体的な実践活動を支援する。また、リユースプラザとリサイクルプラザで、家具などのリユース品の展示・販売、ごみ減量講座の開催及び各種イベントへの参加・開催を通じ、市民に対して、リユース・リサイクルなどについての情報発信を行う。
- 6 市民による自主的な資源化の促進
環境局環境事業部
市民が身近に取り組めるリサイクルの方法として重要なしくみである集団資源回収の促進に取り組むとともに、新聞紙・雑誌・段ボールや廃食油、蛍光灯などのリサイクルを進めるため、拠点回収などを実施する。また、電動生ごみ処理機購入助成、堆肥化器材購入助成などにより家庭内で実施するごみ減量・リサイクルの取組を支援する。
- 7 イベントにおけるごみ減量・リサイクルの推進
環境局環境事業部
イベントにおけるごみ減量・リサイクルを進めるため、リユース食器などの貸し出しを行う。
- 8 札幌・エネルギーeco プロジェクト
環境局環境都市推進部
地球温暖化対策推進に向けた新エネルギー・省エネルギー機器の導入促進のための協働支援事業として、札幌市・エネルギー事業者とのプロジェクトにより補助制度を実施する。

9 エコドライブ推進事業

環境局環境都市推進部

エコドライブの定着に向け、機材の貸出、社内講習など、事業者のエコドライブ活動に対する重点的な支援や、アイドリングストップ装置等購入補助制度の運用、各種講習会の開催などを行う。

10 次世代自動車普及事業

環境局環境都市推進部

次世代自動車の更なる普及を図るため、電気自動車などに対する補助制度の運用や、公用車の次世代自動車への切替促進、各種イベントなどでの車両展示や体験試乗会の開催などを行う。

11 公共交通の利用促進

市民まちづくり局総合交通計画部

公共交通を軸とした交通体系の実現を目指して、「えきバス・ナビ」及び「えきバス・テル」の利便性向上を図るほか、市民自らが過度の自動車利用を控え、公共交通へ自発的に転換することを促す取組を進める。

12 家庭における省エネ型ライフスタイルの推進

環境局環境都市推進部

省エネ型ライフスタイルへの転換を目指し、家庭内での節電・省エネの取組をさらに広げ、定着したものにするため、市民向け普及啓発事業を実施する。

13 生物多様性ビジョンの策定とそれに基づいた取組の推進

環境局環境管理担当部

市民実践ハンドブックの作成などによる生物多様性に関する普及啓発を図るとともに、生物多様性に配慮したライフスタイルの実践を推進する。

14 札幌版次世代住宅普及促進事業

都市局市街地整備部

札幌市独自の高断熱・高気密住宅基準である「札幌版次世代住宅基準」に適合する住宅に認定証などを発行するとともに、建設費の一部補助を行う。また、各ハウスメーカーにモデル住宅建設を促し、市民が体感する機会を設け、札幌版次世代住宅の普及を促進する。

8 関係機関・団体との連携の推進

(1) 消費者団体・事業者団体等との連携の促進

- 1 消費者団体との意見交換会の開催（再掲）
市民まちづくり局市民生活部
各消費者団体の活動状況などの情報共有の場として、消費者団体との意見交換会を開催する。
- 2 専門的関連団体との連携
市民まちづくり局市民生活部
弁護士会との合同勉強会など、他の専門的関連団体との連携を行う。
- 3 消費者団体との連携講座の実施（再掲）
市民まちづくり局市民生活部
消費者団体が市民を対象とした講座を実施する際に会場を提供するなど、消費者団体との連携を強化し、消費者教育の充実を図るとともに、団体活動に関する市民理解を促進する。
- 4 適格消費者団体との連携（再掲）
市民まちづくり局市民生活部
消費者被害の防止、救済を図るため、差止請求訴訟などを行う適格消費者団体と協定を結び、消費者センターに寄せられた相談情報の共有などを行う。
- 5 消費者志向経営の推進（再掲）
市民まちづくり局市民生活部
事業者団体や消費者団体と連携し、経営層や従業員を対象に、法令順守や CSRなどをテーマとした講座や啓発を実施する。
- 6 事業者団体等との情報共有
市民まちづくり局市民生活部
消費生活に関わりのある事業者団体などが主催する会議に出席して意見交換・情報共有を行い、消費者施策の充実、改善を図る。

(2) 関係行政機関との連携

- 1 消費者行政推進連絡会議の開催
市民まちづくり局市民生活部
国、北海道などが主催する会議に随時参加し、主催者及び参加自治体などとの情報交換などを行う。
 - ア 大都市消費者行政担当部課長連絡会議
 - イ 東北・北海道消費生活センター会議
 - ウ 北海道都市消費生活行政連絡協議会

(3) 消費者行政推進会議の運営

- 1 消費者行政推進連絡会議の開催
市民まちづくり局市民生活部
札幌市の消費者施策を総合的かつ効果的に推進するため、関係部局間の連絡会議を設置し、消費者行政施策に関する連絡調整や総合的な調査、研究、企画立案などを行う。

データ集

図1 相談件数の推移（苦情・問合せ別）（単位：件）

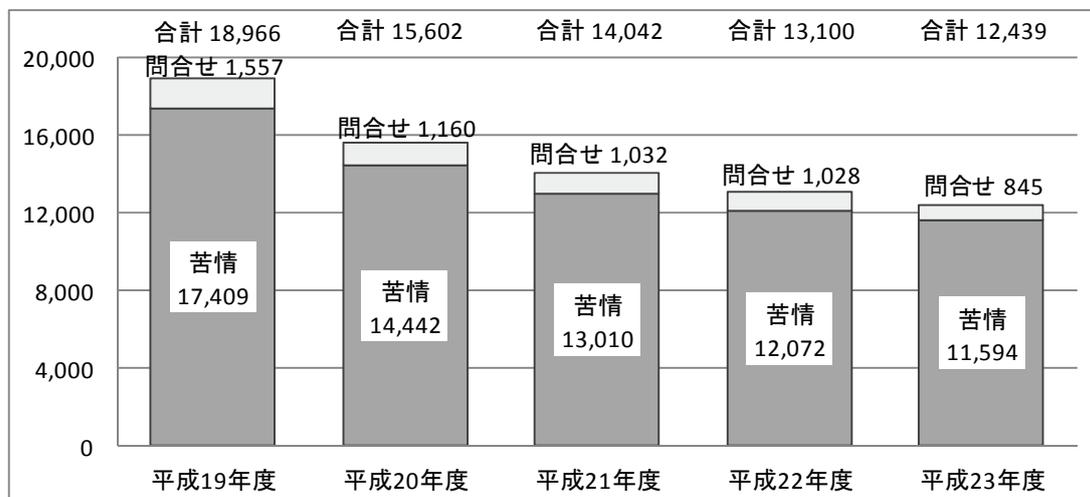


表1 商品別相談状況 上位5品目の推移（単位：件）

	平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	
放送・コンテンツ等	① 2,218	① 1,860	① 1,772	① 1,852	① 1,950	利用した覚えのないアダルトサイト情報料等の不当な請求
賃貸アパート	④ 1,366	② 1,500	② 1,567	② 1,421	② 1,321	退去時の原状回復費用
フリーローン・サラ金	② 1,854	③ 1,241	④ 689	③ 599	③ 341	多重債務の整理方法
普通・小型自動車	⑦ 333	⑦ 294	⑥ 350	④ 328	④ 312	新車・中古車の購入後の解約
商品一般	⑨ 1,472	④ 1,218	③ 714	⑥ 238	④ 312	商品・サービスが特定できない不当な

注：丸数字は、各年度における相談件数の順位を表わす。

表2 契約当事者年代別相談者数（単位：人）

	平成19年度		平成20年度		平成21年度		平成22年度		平成23年度	
	件数	構成比								
未成年者	622	3.3%	424	2.7%	382	2.7%	406	3.1%	390	3.1%
20代	3,343	17.6%	2,390	15.3%	2,045	14.6%	1,591	12.1%	1,495	12.0%
30代	3,936	20.8%	3,077	19.7%	2,614	18.6%	2,372	18.1%	2,179	17.5%
40代	3,362	17.7%	2,603	16.7%	2,323	16.5%	2,228	17.0%	2,159	17.4%
50代	2,940	15.5%	2,526	16.2%	2,072	14.8%	1,894	14.5%	1,793	14.4%
60代以上	4,112	21.7%	4,044	25.9%	3,838	27.3%	3,925	30.0%	4,078	32.8%
団体・不明	651	3.4%	538	3.4%	768	5.5%	684	5.2%	345	2.8%
合計	18,966		15,602		14,042		13,100		12,439	

用語解説【五十音順】

裁判外紛争解決手続き（ADR）⇒ 初出：26 ページ

ADRとは、Alternative Dispute Resolution の略称で裁判以外の場において紛争を解決するための手段や方法の総称。ADRは、厳格な裁判手続きとは異なり、それぞれが対象とする紛争の分野について、手続きを提供する者の専門的な知見を反映して、紛争の実情に即した迅速な解決を図ることなど、柔軟な対応が可能であるという特徴がある。

紹介販売 ⇒ 初出：3 ページ
図 キ ワ ド抽出による「販売購入形態別相談件数」項目
人を紹介することによって販売を拡大する販売システム。

消費者安全法 ⇒ 初出：6 ページ

消費生活における被害を防止し、その安全を確保するため、都道府県及び市町村による消費生活相談などの事務の実施及び消費生活センターの設置、消費者事故などに関する情報の集約、消費者被害の発生または拡大防止のための措置を講ずることにより、関係法律による措置と相まって、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に寄与することを目的としている。

生物多様性 ⇒ 初出：39 ページ

地球上の多種多様な生き物すべてがそれぞれ支え合い、つながり合いながら生きている状態を表した概念であり、「森林や河川など様々な環境があること（生態系の多様性）」「いろいろな生き物がいること（種の多様性）」「それぞれの種の中でも個体差があること（遺伝子の多様性）」の3つの多様性がある。

適格消費者団体 ⇒ 初出：14 ページ

平成18年の消費者契約法の改正により創設された消費者団体訴訟制度において、消費者全体の利益擁護のため、事業者の不当な行為に対して差止めを求める権利を認められた消費者団体であって、内閣総理大臣の認定を受けた特定非営利活動法人、一般社団法人若しくは一般財団法人をいう。なお、平成25年3月現在、全国で11団体が認定を受けている。

展示販売 ⇒ 初出：3 ページ
図 キ ワ ド抽出による「販売購入形態別相談件数」項目
展示会や展覧会での販売。

特定商取引に関する法律 ⇒ 初出：7 ページ

消費者トラブルが生じやすい6つの取引類型（訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供勧誘販売取引）について、事業者による不公正な行為を規制するための「氏名や勧誘目的などの明示義務」、「不当な勧誘行為の禁止」などといった行政規制と「申込みの撤回又は契約の解除（クーリング・オフ）」、「契約の解除時の損害賠償額の制限」などのトラブル防止のための民事ルールを定め、消費者取引の公正を確保することを目的としている。平成24年改正により、新たに「訪問購入」が加えられた。

ネガティブオプション（送り付け商法）

⇒ 初出：3 ページ 図キワド抽出による「販売購入形態別相談件数」項目

契約を結んでいないのに商品を勝手に送ってきて、返品又は購入しない旨の意思を示さない限り、購入したのものとしてその商品の代金を請求してくる商法。

PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）⇒初出：37 ページ

パイオネット。地方公共団体の消費生活センターの消費生活相談業務に対する支援、法執行への活用、国・地方公共団体の消費者施策の企画・立案及び国民・住民への情報提供などを通じて消費者被害の未然防止・拡大防止を図ることを目的として、国民生活センターが昭和59年度から運用しているネットワークシステム。

国民生活センター及び消費生活センターが受け付けた消費生活相談情報（危害・危険情報を含む）をデータベース化している。

ファンド型投資商品 ⇒ 初出：2 ページ

一人又は複数の者から資金を集めて運用し、そこから生じる収益の配当又は財産の配分を行うもの。

放送・コンテンツ等 ⇒ 初出：3 ページ

電波や衛星放送を利用した放送サービス及び電話回線やインターネットを使って情報を提供するサービス。

利殖商法 ⇒ 初出：26 ページ

「高金利」「有利な利殖」「元本保証」などを誘い文句に、多くの人からお金を集める商法。

札幌市消費生活審議会委員

第9期 委嘱期間：平成23年7月5日～平成25年7月4日

(平成25年3月1日現在)

氏名	所属	備考
井上 久子	コープさっぽろ監事	
河森 計二	小樽商科大学商学部准教授	基本計画検討部会 部会長
菊池 恒	札幌市商店街振興組合連合会理事長	基本計画検討部会 委員
桑原 昭子	一般社団法人札幌消費者協会会長	審議会 副会長 基本計画検討部会 委員
佐々木 和子	公募委員	
嶋津 紀子	札幌商工会議所女性会副会長	
竹之内 洋人	札幌弁護士会消費者保護委員会委員	
藤原 正則	北海道大学大学院法学研究科教授	
藤原 里佐	北星学園大学短期大学部教授	基本計画検討部会 委員
村本 智英	公募委員	基本計画検討部会 委員
山口 博	北海道百貨店協会事務局長	基本計画検討部会 委員
山口 康夫	国土館大学法学部教授	審議会 会長 基本計画検討部会 委員

(12名、敬称略五十音順)

消費生活審議会審議経過

第37回（平成23年度第3回）審議会.....平成23年12月9日
【内容】 「第2次札幌市消費者基本計画の方向性について」審議会に諮問
基本計画検討部会の設置

第1回基本計画検討部会平成23年12月9日
【内容】 部会長の選任、検討の進め方

第2回基本計画検討部会平成24年1月24日
【内容】 第1次計画の振り返り及び事業の継続、課題の抽出

第3回基本計画検討部会平成24年3月6日
【内容】 第2次計画の基本的な方向性の検討、課題の抽出

第4回基本計画検討部会（拡大部会）平成24年3月23日
【内容】 第1次計画の確認、第2次計画の基本的な方向性の検討

第5回基本計画検討部会平成24年5月22日
【内容】 重点課題の検討、答申の構成検討

第6回基本計画検討部会平成24年8月2日
【内容】 答申素案の検討

第7回基本計画検討部会平成24年8月31日
【内容】 答申素案の検討

第8回基本計画検討部会平成24年10月1日
【内容】 答申素案の全体とりまとめ

第38回（平成24年度第1回）審議会.....平成24年10月1日
【内容】 基本計画検討部会からの報告と答申案の検討

第39回（平成24年度第2回）審議会.....平成24年11月2日
【内容】 答申案の検討

答申手交式.....平成24年11月30日
「第2次札幌市消費者基本計画の方向性について」審議会から答申

計画策定にあたっての市民との意見交換会

実施時期（年月）	意見交換会
平成 24 年 7 月	障がい者との意見交換会
平成 24 年 8 月	子ども議会議員との意見交換会（グループ討議）
平成 24 年 9 月	事業者などとの意見交換会
平成 24 年 9 月	消費者団体との意見交換会

消費生活に関するアンケート調査（札幌市実施）

若年者対象の消費生活アンケート

調査目的	若年者の消費生活上の情報源、被害の経験や教育の経験などを調査し、若年者を対象とした今後の啓発・教育上の方向性などを検討するための基礎資料とする。
調査の内容	<ul style="list-style-type: none"> (1) 各メディアの利用頻度 (2) 利用頻度が高くなったメディアの有無 (3) 無料サービスサイトの利用経験 (4) 悪質商法の認知度 (5) 悪質商法 勧誘・被害経験 (6) 教育・研修・講座を受けた経験 (7) 教育などに役立つと思う方法
調査の対象など	<ul style="list-style-type: none"> (1) 調査対象 高校生以上 29 歳以下の若年者を対象とし、高校生、専門学校・専修学校生、大学・大学院生、社会人に分類して実施 (2) 配布数 4,974 件 (3) 調査方法 学 生：抽出学校に調査票配布。後日回収 社 会 人：郵送 (4) 調査期間 学 生：平成 23 年 12 月 1 日～12 月 19 日 社 会 人：平成 23 年 12 月 6 日～12 月 22 日
回収結果	有効回答数 2,548
調査結果	http://www.city.sapporo.jp/shohi/sesaku/enq.html

平成 23 年度第 2 回市民アンケート

調査目的	消費者被害の実態を把握し、今後の施策の基礎資料とする。
調査の内容	<p>テーマ 消費生活に関するトラブルなどについて</p> <p>(1) 札幌市消費者センターの認知状況</p> <p>(2) 消費生活トラブルの経験</p> <p>(3) 消費生活に関わるトラブルの内容</p> <p>(4) トラブル解決のための相談状況</p> <p>(5) 相談による解決状況</p> <p>(6) 消費者の対応として重要と思うこと</p> <p>(7) 悪質商法の被害に遭わないために行政に望むこと</p>
調査の対象など	<p>(1) 調査地域 札幌市内</p> <p>(2) 調査対象 満 20 歳以上の男女個人</p> <p>(3) 標本数 10,000 人</p> <p>(4) 調査方法 調査票を郵送し、返信用封筒で回収</p> <p>(5) 調査期間 平成 23 年 12 月 1 日～12 月 27 日</p> <p>(6) 抽出方法 住民基本台帳から「等間隔無作為抽出」</p>
回収結果	回収数 5,627
調査結果	http://www.city.sapporo.jp/somu/shiminnokoe/sakusei/h2302citi_enq.html

パブリックコメント

計画素案について、札幌市パブリックコメント実施要領に基づき、下記のとおりパブリックコメントを実施しました。

実施概要

平成25年2月1日（金）から平成25年3月2日（土）までの30日間、第2次札幌市消費者基本計画（素案）に関して市民の皆様のご意見を募集いたしました。

募集結果やご意見に対する市の考え方などは以下のとおりです。

寄せられた意見の概要

意見提出者数

区分	提出者数
個人	5
団体	1
合計	6

意見の提出方法

区分	件数	受付窓口
ファクス	1	消費者センター
電子メール	4	
郵送	1	
持参	0	
合計	6	

意見の件数及び内訳

区分	件数
第1章に関する意見	2
第2章に関する意見	1
第4章 重点課題1に関する意見	2
第4章 重点課題2に関する意見	9
第4章 重点課題3に関する意見	7
第4章 成果指標に関する意見	1
第5章に対する意見	6
計画全般に対する意見	1
合計	29

寄せられた意見と市の考え方

「第1章」に関する意見

	意見概要	市の考え方
1	大地震以降のみのグラフなので、比較するものがなく、あまり大きな変化がないと考える。(5 ページ)	グラフは、東日本大震災以降の市のエネルギー分野の施策の方向を定めるため、大震災以降に市民の省エネルギーなどについての意識がどのように変化したかを調査したものです。 その結果、意識・行動ともに「積極的になった」方の割合が半数以上となっており、意識や行動の変化が見られました。 グラフには、調査時の設問『平成 23 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災以降、省エネ（節電等）に関する“意識”や“行動”に変化はありましたか。』を追記しました。
2	消費者の権利に、自立した消費（者）生活とあるが、どういう意味か。例えば障がいがあり、消費をする事に支援が必要な方の場合、どう自立すればいいのか。又、どこでこの教育を受けられるのか。(8 ページ)	市の消費生活条例においては、消費者教育を受ける権利を含めた消費者の 7 つの権利が尊重され、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で消費者の自立が図られるとし、そのために消費者の自立を支援することを基本理念として定めています。 併せて、自立の支援にあたっては、消費者の年齢その他の特性に配慮しなければならないと定めています。 本計画では、消費者の権利の一つである消費者教育を受ける権利を尊重し、生涯を通じて消費者教育を受ける機会の確保と年代や障がいの有無など消費者の特性に応じた消費者教育・啓発を進めることを重点課題の取組の一つとしました。 8 ページ（1）の消費者の権利の次に、消費者の自立の支援とそのための配慮項目等について追記しました。

「第2章」に関する意見

	意見概要	市の考え方
3	4 (3)適切かつ効果的な消費者教育・啓発の推進の文中に、「消費者が自主的かつ合理的な判断を行い…」とあるが、障がいによっては合理的な判断が難しい事がある。教育ありきの考え方は危険なので、やめるべき。(15 ページ)	消費者教育にあたっては、障がいなど消費者の特性に応じた消費者教育を推進するとともに、障がい者は被害にあったことに気付かなかつたり、被害にあっても相談できないなどといったことも多くみられることから、地域や関係機関と連携して消費者被害の防止及び救済についても推進します。

「第4章 重点課題1」に関する意見

	意見概要	市の考え方
4	適格消費者団体が計画に記載されているような活動をするためには、財政基盤の強化に結びつくような環境整備や、団体の周知及び研修の場の設置など具体的な支援策が必要と考える。(23 ページ)	各消費者団体と情報共有や意見交換を通じ、消費者団体が活動しやすい環境作りに向けた取り組みを行います。
5	取組 2「災害時などにおける消費生活の安全・安心の確保」については東日本大震災では重度の障がい者への支援物資が届かないといったトラブルを聞いた。行政は一般の物資だけでなく、医薬品等も合わせて一定の在庫を確保すべき。(24 ページ)	本計画では災害時における生活関連商品の安定供給や物価安定の取組体制を整備します。 ご意見いただいた医薬品等の在庫の確保については、関係部局へ情報提供し、震災直後の対応の参考にさせていただきます。

「第4章 重点課題2」に関する意見

	意見概要	市の考え方
6	高齢者の消費者トラブルに対して、地域社会のなかの見守り体制をさらに強化する必要があるため、消費者被害防止ネットワークをさらに拡充し、地域での見守り員の育成と被害発見時の迅速な対応策が必要と考える。(25 ページ)	高齢者及び障がい者の消費者トラブルに対する未然防止・救済のため、地域に配置している消費生活推進員（13 ページ参照）のレベルアップや関係機関との連携などを通じ、消費者被害防止ネットワーク事業を充実していきます。
7	消費者トラブルの内容として、消費者の情報が知らず知らずのうちに幅広く収集され利用される危険があることを消費者へ伝えるべき。(25 ページ)	いただいた意見については、啓発講座等を実施する上での参考にさせていただきます。
8	「土・日曜日などの相談環境を確保します」の記載は具体的に土、日の相談窓口の開設という意味か。 市民にとっては関心の高い部分なので、わかりやすい記載を求める。(26 ページ)	土・日曜日などの相談環境の確保とは、必ずしも相談窓口に限るものではなく、土日利用可能な相談窓口やインターネットによる相談の周知などの方法についても検討していきます。
9	土・日曜日などの相談環境の確保については、国民生活センターなど他の相談窓口を周知することで対応可能なのではないか。 また、北海道内で唯一 19 時までの夜間相談を受け付けていることについても、もっと周知すべきではないか。(26 ページ)	いただいた意見については、土・日曜日などの相談環境の確保や周知をしていく上で今後の参考にいたします。
10	インターネット相談は、北海道立消費生活センターとの連携を強化し、道立センターに任せても良いのではないか。(26 ページ)	インターネット相談はこれまでの来訪や電話といった相談窓口に加え、平成 24 年 8 月から新たに実施したものです。いただいた意見については、消費生活相談を実施していく上で今後の参考にいたします。
11	高齢化、インターネットの普及などの高度情報化、巧妙・悪質・多様化する消費者トラブルに対応するための相談体制の充実には、専門的知識や相談業務に対するスキルアップ、相談に対する組織体制作りが必要と考える。(26 ページ) <類似意見 3 件>	相談員への研修を計画的に実施してスキルアップを図り、複雑・多様化する相談に的確に対応できるよう相談体制の充実を図っていきます。

12	相談体制の充実のために、良い人材の確保に見合うよう消費生活相談員の処遇を検討すべき。(26 ページ)	いただいた意見については、相談体制の充実のために今後の参考にいたします。
13	インターネット取引及び複雑な金融商品の仕組み、未公開株の勧誘、換金が困難な外国通貨の購入など、解決に専門的知識が必要な消費者トラブルに対しては、関係機関・団体と定期的な情報交流と意見交換を通じて、連携強化の在り方を双方で考えるとともに、有機的な結びつきを強めていく必要がある。(26 ページ)	いただいた意見については、関係機関等と連携を行う上での参考にいたします。
14	相談員研修については、行動目標は受講回数だけでなく、内容についても検討すべき。(26 ページ)	行動目標については、重点課題における取組の中で数値として分かりやすいものを項目として掲げています。 実施にあたっては複雑・多様化する相談に対応できるよう研修を行っていきます。

「第4章 重点課題3」に関する意見

	意見概要	市の考え方
15	自立した消費者という自己責任という感覚を想像する。支援が必要な場合もあることから一方の想定だけにはしないほしい。 特別支援学校・入所施設にも拡大し、教材等にわかりやすい情報提供をお願いしたい。(27 ページ)	第1章への意見に対する考え方にもあるように、消費者の自立に支援にあたって、必要な支援を行うこととしており、年代や障がいの有無など消費者の特性に応じた消費者教育・啓発を進めることを重点課題の取組2としたところです。 いただいた意見については、消費者教育や啓発を実施する上での参考にさせていただきます。
16	充実した講座の提供のためには、講師陣のレベルアップは不可欠であり、消費者教育・消費者啓発を行う講師陣の育成について計画に盛り込むべき。(27 ページ)	啓発講座の実施については講座における講師の担い手の育成を含め、消費者被害防止ネットワーク事業を充実していきます。
17	学校における消費者教育の推進は、是非とも積極的に拡大させていくべき。その際、最近の新たな消費者トラブルの特性を踏まえ、インターネットやスマートフォンの利用に伴う注意を中心的に取り上げる必要がある。(27 ページ)	若年者への消費者教育については、重点課題として取り組んでおり、平成23年度から実施されている新学習指導要領では、小・中・高等学校における消費者教育に関する指導の充実が図られています。いただいた意見については、今後の消費者教育推進にあたって参考させていただきます。

18	見守る立場だけではなく、当事者である高齢者や障がい者に直接伝える場も確保してほしい。(28 ページ)	消費者教育や消費者啓発については、消費者の年代や特性に応じ、地域や職域など、身近な場において、消費生活に必要な知識を学ぶ機会の確保を図っていきます。
19	市長記者会見など市の予算等も消費者にとって重要な情報であると考え。 聴覚に障がいがある方にも伝わるよう、手話など情報保障をすべき。(28 ページ)	障がいのある方がなるべく支障なく情報取得ができるよう、さつぽろ障がい者プランに基づき情報バリアフリー化や情報提供の充実に努めております。
20	消費者被害防止ネットワーク事業の啓発講座について、101回の実績とあるがどれだけの成果があるのか。 (28 ページ)	啓発講座については、高齢者や障がいを持つ方、見守る立場の方からの依頼に応じて実施しているところです。 講座の実施により、消費者被害の未然防止及び早期発見・救済への取組を推進します。
21	嘘や紛らわしい広告について規制を強くすべき。(28 ページ)	虚偽広告や紛らわしい表示などについて、条例や規則に基づいた監視・指導を行うとともに、国や北海道などの関係機関と連携して取り組んでいきます。

「第4章 成果指標」に関する意見

	意見概要	市の考え方
22	目標値の根拠は何か。また、現状値はどのような調査で現された数値なのか。 さらに過去と比較し、現状値が高くなってきているとすれば、どのような経過をたどって高くなってきているのか。 5年後目標値までに達成するためにはどのような行動の目標があるのか。 これらの記載なしに、数字の設定だけを示すのはわかりにくいと感じる。 <類似意見2件>	いただいたご意見を参考に、30 ページの成果指標について、下記のとおりわかりやすい表現に変更しました。 「成果指標は、23 ページ～29 ページの重点課題の解決のための取り組みを行った結果として表れる成果を示すものを、これまでの調査から現状値が把握できるものを選定しました。 目標値については、重点課題について取り組む上で目指すべき数値を、設定しています。」

「第5章」に関する意見

	意見概要	市の考え方
23	危害・危険情報に関して、消費者相談窓口へ寄せられた情報がどのように集約され、消費者へ情報提供されるのか、全体像が見えない。(33 ページ)	消費者から寄せられた危害・危険情報については、必要な調査を行い、関係機関から消費者庁へ提供されるとともに、消費者へも情報提供を行います。
24	消費者が安心して消費生活を送れるよう、行政として条例及び規則に基づき指導を強化するとともに、事業者の不当な約款や不当行為に対する差し止め請求権をもつ適格消費者団体との一層の連携を図ることにより、事業者の取引行為の適正化を推進すべき。(35 ページ)	条例や規則に基づいた監視・指導を行うほか、国や北海道・消費者団体などと情報を共有し、連携して消費者問題に取り組みます。
25	簡単に消費生活相談をする事ができない人に対しての体制整備をしてほしい。(37 ページ)	高齢者及び障がい者など被害にあっても相談できない人に対して、地域や関係機関などと連携し、消費者被害の防止や救済を推進していきます。
26	消費者施策に障がい者や高齢者の意見が反映されるよう工夫すべき。(38 ページ)	消費者教育や消費者啓発講座の受講者アンケートの実施や、啓発冊子を作る際に意見を聞くなどの取組を進めていきます。
27	どのように相談すればよいか分からない市民に対して、受付時間や電話番号について、大手デパート、スーパー、コンビニ等で相談窓口のPR ポスターを掲示する等、広報に力を入れるべき。(38 ページ)	いただいた意見については、相談窓口について周知をする上での今後の参考にいたします。
28	人工呼吸器使用者など生命維持に必要な機器を24時間使っている人がいる。そういった方は電気が不可欠。一定の配慮をお願いしたい。(39 ページ)	環境配慮行動の推進にあたっては、生命の維持や健康への配慮、安全の確保は優先されるべきものであり、それらに支障のない範囲でご協力いただけるよう呼びかけていきたいと考えています。

計画全般に関する意見

	意見概要	市の考え方
29	計画が障がいを持つ者にも読みやすいよう、るびふりや言葉を分かりやすく直してほしい。	消費者教育や消費者啓発については、年齢や障がいの有無など消費者の特性に応じて推進することとしています。いただいた意見については、情報提供する上での参考にさせていただきます。

札幌市消費生活条例

	平成6年3月30日	条例第30号
改正	平成7年2月20日	条例第18号
全部改正	平成19年6月7日	条例第26号
改正	平成25年2月26日	条例第5号

目次

第1章	総則（第1条 第10条）
第2章	消費者の権利の確立に関する施策
第1節	消費者の安全の確保（第11条 第15条）
第2節	広告その他の表示、包装及び計量の適正化（第16条 第21条）
第3節	取引行為の適正化（第22条・第23条）
第4節	商品及びサービス等の確保並びに物価の安定（第24条 第29条）
第5節	調査、勧告、公表等（第30条 第35条）
第3章	消費者被害の救済（第36条 第40条）
第4章	総合的施策の推進
第1節	消費者の意見の反映等（第41条 第44条）
第2節	環境・資源への配慮（第45条・第46条）
第5章	消費生活審議会（第47条・第48条）
第6章	雑則（第49条・第50条）
	附則

第1章 総則

(目的)

第1条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、市及び事業者の責務並びに消費者、消費者団体及び事業者団体の果たすべき役割を明らかにするとともに、市が実施する施策について必要な事項を定めることにより、その施策を総合的に推進し、消費者の自主的努力と相まって、市民の消費生活の安定及び向上を図り、もって市民の安全で安心できる暮らしの実現に資することを目的とする。

(基本理念)

第2条 消費者の利益の擁護及び増進は、市、事業者及び消費者の相互の信頼と協力を基調とし、次に掲げる消費者の権利の確立が図られるとともに、消費者が自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

- (1) 消費生活を営むうえで、生命、身体及び財産を侵害されない権利
- (2) 公正な取引により、良質な商品及びサービス

サービス等を提供される権利

- (3) 消費生活を営むうえで必要な情報を速やかに提供される権利
 - (4) 消費生活を営むうえで不当に受けた被害から適切かつ迅速に救済を受ける権利
 - (5) 消費者の意見が市が実施する消費者の利益の擁護及び増進に関する施策（以下「消費者施策」という。）及び事業者の事業活動に適切に反映される権利
 - (6) 消費者の自主的な組織化及び行動が保障される権利
 - (7) 自立した消費生活を営むために必要な教育を受ける権利
- 2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。
- 3 消費者の利益の擁護及び増進は、次に掲げる事項に配慮して行われなければならない。
- (1) 高度情報通信社会の進展に的確に対応すること。
 - (2) 消費生活における国際化の進展に的確に対応すること。
 - (3) 環境を保全すること。

(定義)

第3条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 商品 消費者が消費生活を営むうえで使用する物をいう。
- (2) サービス等 次のいずれかに該当するものをいう。
 - ア 消費者が消費生活を営むうえで利用する役務
 - イ 消費者が消費生活を営むうえで施設を利用し、又は役務の提供を受ける権利
 - ウ ア及びイに掲げるもののほか、消費者が消費生活を営むうえで使用し、又は利用するもののうち、商品以外のもの
- (3) 消費者 事業者が供給する商品又はサービス等を使用し、又は利用して生活する者及び特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）第58条の4に規定する訪問購入（同法第58条の17第1項各号に規定するものを除く。以下「訪問購入」という。）に係る購入業者の相手方をいう。
- (4) 事業者 商品又はサービス等の供給に関して商業、工業、サービス業その他の事業を行う者及び前号の購入業者をいう。
- (5) 消費者団体 消費者の権利若しくは利益の擁護又は増進のため消費者により組織された団体をいう。
- (6) 事業者団体 事業者の共通の利益の増進のため事業者により組織された団体をいう。

(市の責務)

第4条 市は、第2条に規定する基本理念にのっとり、市民の参加と協力の下に、総合的な消費者施策を策定し、及び実施しなければならない。

- 2 市は、消費者が健全な消費生活を営むことができるよう、適切かつ迅速な情報提供を行うとともに、消費生活を営むうえで必要な教育の充実に努めなければならない。
- 3 市は、消費者団体が行う消費生活の安定及び向上のための健全かつ自主的な活動に必要な協力をするよう努めなければならない。
- 4 前3項に定めるもののほか、市は、消費者施策を策定し、又は実施するに当たっては、必要に応じ国又は他の地方公共団体と

連携するとともに、消費者の意見の反映に努めるものとする。

(事業者の責務)

第5条 事業者は、第2条に規定する基本理念に鑑み、その供給する商品及びサービス等並びに訪問購入に係る物品について、次に掲げる責務を有する。

- (1) 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
 - (2) 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
 - (3) 消費者との取引に際して、消費者の年齢、知識、経験、財産の状況その他の特性に配慮すること。
 - (4) 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- 2 事業者は、その供給する商品及びサービス等に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及びサービス等について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。
- 3 事業者は、事業活動において取得した消費者の個人に関する情報を適正に取り扱わなければならない。
- 4 前3項に定めるもののほか、事業者は、その事業活動を行うに当たっては、法令（市及び北海道の条例及び規則を含む。）を遵守するとともに、市が実施する消費者施策に協力しなければならない。

(事業者団体の役割等)

第6条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

- 2 前項に定めるもののほか、事業者団体は、市が実施する消費者施策に協力しなければならない。

(消費者の役割)

第7条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に

行動するよう努めるものとする。

- 2 消費者は、自らの権利の確立に努めるとともに、消費者相互の連携を図ることにより、消費生活の安定及び向上のために積極的な役割を果たすものとする。
- 3 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権の適正な保護に配慮するよう努めるものとする。

(消費者団体の役割)

第8条 消費者団体は、次に掲げる役割を果たすよう努めるものとする。

- (1) 消費者が自らの権利を確立することを支援すること。
- (2) 消費生活に関する各種団体相互の連携を図ること。
- (3) 消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明をすること。
- (4) 消費者に対する啓発及び教育をすること。
- (5) 消費者の被害の防止及び救済のための活動をする。
- (6) 消費生活に関し、環境の保全のための活動をする。
- (7) その他消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動をする。

(相互協力)

第9条 市、事業者及び事業者団体並びに消費者及び消費者団体は、それぞれの責務又は役割を認識し、かつ、それぞれの責務又は役割に応じ相互に協力して、消費者の利益の擁護及び増進に努めるものとする。

- 2 前項の場合において、市は、相互の協力を推進するため必要な施策を実施するものとする。

(消費者基本計画)

第10条 市長は、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（以下「消費者基本計画」という。）を策定しなければならない。

- 2 市長は、消費者基本計画の策定に当たっては、あらかじめ、札幌市消費生活審議会の意見を聴かなければならない。
- 3 市長は、消費者基本計画を策定したときは、速やかにこれを公表しなければならない。
- 4 前2項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

第2章 消費者の権利の確立に関する施策

第1節 消費者の安全の確保

(消費者の安全を害する商品及びサービス等の供給の禁止等)

- 第11条 事業者は、消費者の生命若しくは身体に対して危害を及ぼし、若しくは及ぼすおそれがあり、又はその財産に対して損害を加え、若しくは加えるおそれがある商品及びサービス等（以下「消費者の安全を害する商品等」という。）を供給してはならない。
- 2 事業者は、商品及びサービス等の品質及び技術の向上、危害の防止に関する表示の適正化その他の消費者の安全を害する商品等を供給することを防止するために必要な措置を講じるよう努めなければならない。
 - 3 事業者は、消費者の安全を害する商品等を供給したときは、その旨を公表し、自ら当該消費者の安全を害する商品等を回収する等危害又は損害の発生又は拡大を防止するため必要な措置を講じなければならない。
 - 4 事業者団体は、事業者が前2項の規定により措置を講じる場合において、積極的に指導し、又は協力するよう努めなければならない。

(消費者の安全を確保するための調査及び情報提供)

- 第12条 市長は、消費生活における消費者の安全を確保するため、事業者が供給する商品及びサービス等について必要な調査を行うものとする。
- 2 市長は、前項の規定による調査により、事業者が前条第1項の規定に違反しているおそれがあると認めるときは、速やかに当該事業者が供給する商品又はサービス等による危害又は損害について必要な調査を行うものとする。
 - 3 市長は、前項の調査に関し必要があると認めるときは、当該商品又はサービス等を供給する事業者に対し、当該商品又はサービス等が消費者の安全を害する商品等でないことを証明することを要求することができる。
 - 4 市長は、事業者が前項の規定による証明を行わない場合において正当な理由がないと認めるとき、又は同項の規定による証明を行

った場合においてその内容が不十分であると認めるときは、当該事業者に対し、再度証明を行うことを要求することができる。

- 5 前2項の規定による要求は、書面により行うものとする。
- 6 市長は、必要に応じ、第1項若しくは第2項に規定する調査又は第3項若しくは第4項の規定による要求により得た情報を消費者に提供するものとする。

(消費者の安全を害する商品等に対する措置)

第13条 市長は、事業者の供給する商品又はサービス等が消費者の安全を害する商品等であると認定した場合において、当該事業者が第11条第3項に規定する措置をとらないときは、法令で定める措置がとられるときを除き、当該事業者に対し、同項に規定する措置をとるよう勧告することができる。

(緊急安全確保措置)

第14条 市長は、事業者の供給する商品又はサービス等が消費者の安全を害する商品等であると認定した場合において、当該消費者の生命又は身体に対して重大な危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあり、当該消費者の安全を確保するため緊急の必要があると認定したときは、法令で定める措置がとられるときを除き、当該消費者の安全を害する商品等の品名、これを供給する事業者の氏名又は名称及び住所その他の当該危害の発生又は拡大を防止するための必要な事項を公表しなければならない。

- 2 市長は、前項の規定により公表したときは、直ちに当該事業者に対し第11条第3項に規定する措置をとるべきことを通知しなければならない。
- 3 前項の規定による通知を受けた事業者は、直ちに第11条第3項に規定する措置をとらなければならない。

(安全確保基準の制定等)

第15条 市長は、法令に定めがある場合を除き、消費生活における消費者の安全を確保するため必要があると認めるときは、商品及びサービス等について事業者が遵守すべき基準（以下「安全確保基準」という。）を定めることができる。

- 2 市長は、安全確保基準を定めたときは、

その旨を告示しなければならない。安全確保基準を変更し、又はこれを廃止したときも同様とする。

- 3 事業者は、安全確保基準を遵守しなければならない。

第2節 広告その他の表示、包装及び計量の適正化

(広告その他の表示の適正化)

第16条 事業者は、商品又はサービス等を供給するに当たっては、次に掲げる事項を推進するよう努めなければならない。

- (1) 商品又はサービス等の品質その他の内容並びに当該商品又はサービス等を供給する事業者の氏名又は名称及び住所を適切に表示すること。
- (2) 商品又はサービス等の価格（単位当たりの価格を示すことができるときにあつては、当該単位当たりの価格を含む。）を適切に表示すること。
- (3) 商品又はサービス等を自動販売機その他これに類する機械（以下この号において「自動販売機等」という。）により供給するときは、当該自動販売機等の見やすい箇所に当該商品又はサービス等を供給する事業者等との連絡に必要な事項その他必要な事項を適切に表示すること。
- (4) 商品又はサービス等を供給した後に当該商品又はサービス等に関して保証、修理その他のサービスを積極的に提供するとともに、当該サービスを提供するときは、その内容を適切に表示すること。

- 2 事業者は、商品若しくはサービス等又は訪問購入に係る物品について広告を行う場合には、虚偽又は誇大な表現、消費者が選択を誤るおそれのある表現その他の不適切な表現を避け、消費者が商品若しくはサービス等又は訪問購入に係る物品について適切な選択等を行うことができるように必要かつ正確な情報の提供に努めなければならない。

(表示・広告基準の制定等)

第17条 市長は、法令に定めがある場合を除き、必要があると認めるときは、前条第1項各号に規定する表示に関する事項及び同条第2項に規定する広告に関する事項について事業者が遵守すべき基準（以下「表示・広

- 告基準」という。)を定めることができる。
- 2 市長は、表示・広告基準を定めたときは、その旨を告示しなければならない。表示・広告基準を変更し、又はこれを廃止したときも同様とする。
 - 3 事業者は、表示・広告基準を遵守しなければならない。

(包装の適正化)

- 第18条 事業者は、商品に包装(容器を用いる場合を含む。以下同じ。)をしてこれを供給する場合には、当該包装の安全性を確保しなければならない。
- 2 事業者は、商品に包装をしてこれを供給する場合には、当該包装により当該商品の内容を消費者に誤認させることがないようにしなければならない。
 - 3 事業者は、商品に包装をしてこれを供給する場合には、当該商品の保護又は品質の保全に必要な限度を超える包装をしないよう努めなければならない。
 - 4 事業者は、商品の包装について、資源の節約に寄与するものを選択するよう努めるとともに、包装が不要となったときは、適正に再利用され、若しくは再生利用され、又は廃棄されるよう配慮しなければならない。

(包装基準の制定等)

- 第19条 市長は、法令に定めがある場合を除き、必要があると認めるときは、商品の包装について事業者が遵守すべき基準(以下「包装基準」という。)を定めることができる。
- 2 市長は、包装基準を定めたときは、その旨を告示しなければならない。包装基準を変更し、又はこれを廃止したときも同様とする。
 - 3 事業者は、包装基準を遵守しなければならない。

(簡易包装への協力)

- 第20条 消費者は、商品の包装について簡易な包装に協力するよう努めなければならない。

(計量の適正化)

- 第21条 市は、消費者と事業者との間の取引に際して適正な計量が確保されるよう、必要な施策を実施するものとする。
- 2 事業者は、商品及びサービス等並びに訪問購入に係る物品について適正な計量を実

施するよう努めるとともに、前項の規定に基づき市が実施する施策に協力しなければならない。

第3節 取引行為の適正化

(不当な取引行為の禁止)

第22条 事業者は、口頭、文書又は電磁的方法(電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法をいう。)により消費者との間で行う取引に関し、次に掲げる行為を行ってはならない。

(1) 消費者に対し、次に掲げるいずれかの方法により契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

ア 販売又は訪問購入の意図を隠して接近すること。

イ 商品及びサービス等並びに訪問購入に係る物品の内容、取引条件その他の取引に関して重要な情報を故意に示さないこと。

ウ 商品及びサービス等並びに訪問購入に係る物品に関し、将来における不確実な事項について誤解させるべき断定的判断を提供すること。

エ 不実のことを示すこと。

オ 消費者の取引に関する知識、経験若しくは判断力の不足に乘じ、又は消費者を心理的不安に陥れること。

カ その他誤信を招く情報を示すこと。

(2) 訪問購入(特定商取引に関する法律第58条の17第2項各号に規定するものを除く。)に係る売買契約の締結についての勧誘の要請をしていない消費者に対し、営業所等(同法第2条第1項第1号の営業所等をいう。)以外の場合において、当該売買契約の締結について勧誘をし、又は勧誘を受ける意思の有無を確認する行為

(3) 消費者が契約の締結の勧誘を望まない旨若しくは契約の締結を拒絶する旨の意思を示したにもかかわらず、又はそれらの意思を示す機会を与えることなく契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

(4) 消費者に著しく不当な不利益をもたらすことの明白な内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為

- (5) 消費者に対し、契約（契約の成立又は契約内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を不当に強要する行為
- (6) 消費者に対し、次に掲げるいずれかの方法により、実際は成立していない契約の債務の履行を強要する行為
- ア 不実の表示等により契約が成立していると誤認させること。
- イ 威迫する内容の表示等を行うこと。
- (7) 契約又は契約の解除権等の行使に基づく債務の履行を不当に遅延し、若しくは拒否し、又は消費者の正当な契約の解除権等の行使を不当に妨げる行為
- 2 事業者は、与信契約等（消費者が他の事業者から商品又はサービス等を購入することを条件又は原因として信用を供与し、又は保証を受託する契約をいう。以下この項において同じ。）の締結の勧誘若しくは締結又は債務の履行に関し、次に掲げる行為を行ってはならない。
- (1) 前項各号に掲げる行為
- (2) 与信契約等の条件又は原因となる商品又はサービス等の販売を行う事業者若しくはその取次店等実質的な販売行為を行う者の行為が前項各号に規定する行為のいずれかに該当することを知りながら、又はそのことを知り得べきであるにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、若しくは与信契約等を締結させる行為
- 3 市長は、規則で前2項に規定する行為（以下「不当な取引行為」という。）に該当する行為の基準を定めることができる。

（不当な取引行為に関する調査及び情報提供）

- 第23条 市長は、不当な取引行為が行われている疑いがあると認めるときは、当該不当な取引行為について必要な調査を行うものとする。
- 2 市長は、前項の規定による調査により、不当な取引行為が事業者によって行われていると認め、かつ、当該不当な取引行為による消費者の被害の発生又は拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該事業者に係る不当な取引行為、商品又はサービス等の種類その他必要な情報を提供する

ものとする。

- 3 前項の場合において、市長は、当該事業者の不当な取引行為により消費者に重大な被害が生じ、又は生ずるおそれがあると認めるときは、同項に規定する情報のほか、当該事業者の氏名又は名称、住所その他の当該事業者を特定する情報を提供することができる。

第4節 商品及びサービス等の確保並びに物価の安定

（商品及びサービス等の円滑な流通等）

- 第24条 事業者は、常に商品及びサービス等の円滑な流通を図るとともに、その価格を安定させるよう努めなければならない。

（生活関連商品等の価格等の調査及び情報提供）

- 第25条 市長は、市民の消費生活と関連の深い商品及びサービス等（以下「生活関連商品等」という。）について、その価格の動向、需給の状況、流通の実態等必要な事項の調査を行うものとする。
- 2 市長は、必要に応じ、前項に規定する調査により得た情報を消費者に提供するものとする。

（生活関連商品等の確保）

- 第26条 市長は、生活関連商品等が不足し、若しくは不足するおそれがあり、又はその価格が著しく高騰し、若しくは高騰するおそれがあると認めるときは、事業者又は事業者団体に対し、当該生活関連商品等の円滑な供給その他必要な措置を講じるよう要請することができる。

（特定生活関連商品等の指定）

- 第27条 市長は、市民の消費生活と特に関連の深い商品及びサービス等について、その流通の円滑化及び価格の安定を図るため必要があると認めるときは、当該商品及びサービス等を特別の調査を要する商品及びサービス等（以下「特定生活関連商品等」という。）として指定することができる。
- 2 市長は、前項の規定による指定を行ったときは、その旨を告示しなければならない。指定を解除したときも同様とする。

（特定生活関連商品等の調査及び情報提供）

- 第28条 市長は、前条第1項の規定により特定生活関連商品等の指定をしたときは、特定

生活関連商品等についてその流通状況、価格の変動その他の市民の消費生活の安定を図るため必要な事項を調査するものとする。

- 2 市長は、必要に応じ、前項の規定による調査により得た情報を消費者に提供するものとする。

(不適正な事業行為の是正勧告)

第29条 市長は、特定生活関連商品等を供給する事業者が、その円滑な流通を不当に妨げ、又は著しく不当な価格で当該特定生活関連商品等を供給していると認めるときは、当該事業者に対し、これらの行為を是正するよう勧告することができる。

第5節 調査、勧告、公表等

(立入調査等)

第30条 市長は、第12条から第15条まで、第17条、第19条、第23条、第28条及び前条の規定の施行に必要な限度において、事業者に、その業務の状況について報告させ、若しくは第12条第1項若しくは第2項に規定する調査及び第13条若しくは第14条の規定による認定を行うために必要な最小限度の商品、事業者がサービス等を提供するために使用する物若しくは商品若しくはサービス等に係る資料（以下この条において「商品等」という。）の提出を求め、又はその職員に、事業者の事務所、工場、事業場、倉庫その他の事業に係りのある場所に立ち入り、商品等、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係人に質問させることができる。

- 2 市長は、事業者又は関係人が前項の規定による報告、商品等の提出、立入調査又は質問に対する回答を拒んだときは、当該事業者に対し、書面により再度、報告をし、商品等を提出し、立入調査に応じ、又は質問に対し回答するよう要求することができる。

- 3 前2項の規定により立入調査又は質問する職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係人から提示を求められたときは、これを提示しなければならない。

(合理的な根拠を示す資料の提出要求)

第31条 市長は、事業者が第22条第1項第1号工に規定する不実のことを示す行為をしたか否かを判断するため必要があると認めるときは、当該事業者に対し、期間を定

めて、当該示した事項の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、当該事業者は不実のことを示す行為をしたものとみなす。

(指導等)

第32条 市長は、第15条第3項、第17条第3項、第19条第3項又は第22条第1項若しくは第2項の規定に違反している事業者があると認めるときは、当該事業者に対し、当該違反している事項を速やかに是正するよう指導し、又は勧告することができる。

- 2 市長は、前項の規定による勧告をした場合において、特に必要があると認めるときは、当該勧告をした旨及び当該勧告の内容を同項に規定する事業者が所属する事業者団体及び当該事業者と契約関係にある他の事業者のうち市長が必要と認めるものに通知することができる。

(意見陳述の機会の付与)

第33条 市長は、前条第1項の規定による勧告をしようとするときは、あらかじめ、当該事業者の意見を聴かなければならない。

(公表)

第34条 市長は、事業者が第12条第4項若しくは第30条第2項の規定による要求又は第13条、第29条若しくは第32条第1項の規定による勧告に従わないときは、その旨を公表することができる。

(意見陳述の機会の付与)

第35条 市長は、前条の規定による公表をしようとするときは、あらかじめ、当該事業者の意見を聴かなければならない。

第3章 消費者被害の救済

(苦情の処理等)

第36条 市長は、消費者と事業者との間の取引に関して消費者から苦情の申出があつたときは、適切かつ迅速に当該苦情を解決するために必要な助言、あつせんその他の措置を講じるものとする。

- 2 市長は、前項の規定による措置を講じるため必要があると認めるときは、事業者その他の関係人に対し、必要な資料の提出、報告又は説明の要求その他必要な調査を行

うことができる。

(あっせん又は調停)

第37条 市長は、前条第1項に規定する苦情を円滑に解決するため必要があると認めるときは、札幌市消費生活審議会のあっせん又は調停に付することができる。

2 市長は、前項の規定によりあっせん又は調停に付したときは、その旨を苦情の申出を行った者及び当該申出に係る事業者へ通知するものとする。

3 市長は、事業者が、正当な理由がなく、第1項に規定するあっせん又は調停の呼出しに応じないときは、当該事業者の氏名又は名称、苦情の内容その他の必要な事項を公表することができる。

(事件の周知)

第38条 市長は、同 又は同種の原因による被害の防止又は救済を図るため、必要があると認めるときは、前条第1項の規定によりあっせん又は調停に付した苦情の概要を公表することができる。

2 市長は、前項の規定により苦情の概要を公表したときは、当該苦情に係るあっせん又は調停の経過及び結果を公表するものとする。

(消費者訴訟等の援助)

第39条 市長は、事業者の事業活動により消費生活上の被害を受けた消費者が事業者を相手に訴訟を提起する場合又は事業者へ訴訟を提起された場合において、次に掲げる要件（事業者へ訴訟を提起された場合にあっては、第1号に掲げる要件を除く。）を満たすときは、訴訟に係る経費の貸付けその他の訴訟活動に必要な援助を行うことができる。

(1) 当該消費者の受けた被害と同 又は同種の原因に基づく被害が多数発生し、又は発生するおそれがあること。

(2) 当該消費者が当該貸付けを受けなければ、当該訴訟を提起し、又は応訴することが困難と認められること。

(3) 当該被害に係る苦情が第37条第1項の規定によるあっせん又は調停に付されたこと。

2 前項の規定により訴訟に係る経費の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したとき

は、市長が指定する日までに貸付けを受けた資金の全額を返還しなければならない。

3 市長は、前項の規定にかかわらず、特別の理由があると認めるときは、貸し付けた資金の返還期限若しくは返還方法を変更し、又はその返還の債務を減額し、若しくは免除することができる。

4 前各号に規定するもののほか、第1項に規定する訴訟活動に必要な援助に関し必要な事項は、規則で定める。

(札幌市行政手続条例の適用除外)

第40条 この条例及びこの条例に基づく規則の規定に基づく訴訟に係る経費の貸付けに関する処分については、札幌市行政手続条例（平成7年条例第1号）第2章及び第3章の規定は、適用しない。

第4章 総合的施策の推進

第1節 消費者の意見の反映等

(消費者の意見の反映)

第41条 市長は、消費生活の安定及び向上に資するため、広く消費者の意見、要望等を把握し、消費者施策に適切に反映させるよう努めなければならない。

(市長への申出)

第42条 消費者は、この条例の定め違反する事業者の事業活動により、広く消費生活に支障が生じるおそれがあるときは、市長に対し、適切な措置を講じるよう申し出ることができる。

2 市長は、前項の規定による申出があったときは必要な調査を行い、当該申出の内容が事実であると認めるときは、この条例に基づく措置その他適切な措置を講じるものとする。

3 市長は、第1項の規定による申出があったときは、その処理の経過及び結果を当該申出を行った者に通知するものとする。

4 市長は、必要があると認めるときは、第1項の規定による申出の内容並びにその処理の経過及び結果を公表するものとする。

(消費者の自主的行動の促進)

第43条 市長は、消費生活の安定及び向上を図るための消費者の自主的な組織活動が促進されるよう、必要な施策を講じるものとする。

(教育及び啓発活動の推進)

第44条 市長は、消費者が経済社会の変化に即応した健全かつ合理的な消費生活を営むため必要な知識等を生涯を通じて修得できるよう、学習の機会及び場の提供等消費者教育の充実を図るとともに、消費生活に関する知識の普及、情報の提供等の啓発活動を積極的に推進しなければならない。

第2節 環境・資源への配慮**(環境の保全及び資源・エネルギーの有効利用)**

第45条 市長は、健全な消費生活を推進するため、環境の保全及び資源・エネルギーの有効利用に関する知識の普及、指導、情報の提供その他必要な措置を講じるものとする。

(消費者、事業者等の対応)

第46条 消費者は、消費生活において、資源・エネルギーの有効利用並びに不用品の再利用及び再生利用を積極的に行うよう努めなければならない。

2 事業者は、商品及びサービス等の生産又は供給に当たっては、省資源・省エネルギーに資する商品及びサービス等の開発又は販売に努めなければならない。

3 市長は、消費者の第1項の規定による活動について、協力するよう努めるものとする。

第5章 消費生活審議会**(設置)**

第47条 市長の諮問に応じ、市民の消費生活の安定及び向上を図るための施策の基本的事項その他当該施策の実施に係る事項を調査審議するため、札幌市消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

(組織等)

第48条 審議会は、委員12人以内をもって組織する。ただし、特別の事項を調査審議し、又は第37条第1項の規定によるあっせん若しくは調停をするため市長が必要があると認めるときは、臨時の委員を置くことができる。

2 委員は、学識経験のある者、消費者、事業者その他市長が適当と認める者のうちから、市長が委嘱する。

3 委員(第1項ただし書の臨時の委員を除く。)の任期は、2年とし、再任を妨げない。ただし、補欠の委員の任期は、前任者

の残任期間とする。

4 委員は、職務上知り得た秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も、同様とする。

5 第37条第1項の規定により審議会の権限に属することとされた事項を調査審議するため、審議会に消費者苦情処理部会を置く。

6 前項の規定により消費者苦情処理部会の所掌に属することとされた事項については、消費者苦情処理部会の決定をもって審議会の決定とする。

7 第5項に定めるもののほか、特定の事項を調査審議するため必要があると認めるときは、審議会に専門部会を置くことができる。

8 前各項に定めるもののほか、審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

第6章 雑則**(適用除外)**

第49条 第2章第1節の規定は、薬事法(昭和35年法律第145号)第2条第1項に規定する医薬品については、適用しない。

2 第2章及び第3章の規定は、次に掲げるものについては、適用しない。

(1) 医師、歯科医師その他これに準ずる者により行われる診療行為及びこれに準ずる行為

(2) 法令により、又はこれに基づいて規制されている商品又はサービス等の価格

(委任)

第50条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が定める。

附 則

1 この条例は、平成20年2月1日から施行する。

2 改正後の札幌市消費生活条例の規定は、この条例の施行の日以後に行われた事業者の行為について適用し、同日前行われた事業者の行為については、なお従前の例による。

附 則

1 この条例は、平成25年2月26日から施行する。

札幌市消費生活条例施行規則

	平成6年6月29日	規則第46号
改正	平成7年3月	規則第14号
改正	平成17年3月31日	規則第24号
改正	平成20年1月11日	規則第1号

目次

第1章	総則（第1条・第2条）
第2章	消費者の権利の確立に関する施策（第3条 第9条）
第3章	消費者被害の救済（第10条 第27条）
第4章	総合的施策の推進（第27条の2）
第5章	消費生活審議会（第28条 第34条）
第6章	委任（第35条）
附則	

第1章 総則

（趣旨）

第1条 この規則は、札幌市消費生活条例（平成19年条例第26号。以下「条例」という。）の施行について必要な事項を定めるものとする。

（用語）

第2条 この規則で使用する用語は、条例で使用する用語の例による。

第2章 消費者の権利の確立に関する施策

（安全性の証明の要求等）

第3条 条例第12条第5項の書面には、次に掲げる事項を記載するものとする。

- (1) 証明が必要な商品又はサービス等の名称
- (2) 証明が必要な理由
- (3) 証明を求める事項
- (4) 証明の提出期限
- (5) 証明の提出先
- (6) その他市長が必要と認めた事項

2 市長は、条例第12条第3項又は第4項の規定により証明を行うことを要求した事業者から市長が指定する期限までに当該証明を行うことが困難である旨の申出があった場合において、特別の理由があると認めるときは、当該期限の延長を認めることができる。

（消費者の安全を害する商品又はサービス等及び不適正な事業行為に係る認定手続）

第4条 市長は、条例第12条第4項、第13条、第14条第1項及び第29条の規定による認定を行うため必要があると認めるときは、札幌市消費生活審議会（以下「審議会」という。）の意見を聴くものとする。

（基準の制定等の手続）

第5条 市長は、条例第15条第1項に規定する安全確保基準、条例第17条第1項に規定する表示・広告基準、条例第19条第1項に規定する包装基準及び条例第22条第3項に規定する不当な取引行為に該当する行為の基準（以下この条において「基準」という。）を定めるときは、審議会の意見を聴かなければならない。基準を変更し、又はこれを廃止するときも同様とする。

（報告及び商品又はサービス等の提出）

第6条 市長は、条例第30条第1項の規定により事業者に対し、報告を求め、又は商品等の提出を求めるときは、当該報告又は提出に必要な期限を付すものとする。同条第2項の規定により再度の要求を行う場合も同様とする。

（身分証明書の様式）

第7条 条例第30条第3項に規定する証明書は、様式1によるものとする。

（合理的な根拠を示す資料の提出要求手続）

第8条 市長は、条例第31条の規定により合理的な根拠を示す資料（以下この条において「資料」という。）の提出を求めるときは、当該提出に必要な期限を付すものとする。

- 2 市長は、条例第31条の規定により事業者に対し資料の提出を求めるときは、当該事業者に対し次に掲げる事項を記載した書面により通知するものとする。
 - (1) 事業者が消費者に示した事項であって、市長が不実のことであるか否かを判断しようとしているもの
 - (2) 資料の提出を求める理由
 - (3) 資料の提出先及び提出期限

- (4) その他市長が必要と認めた事項
- 3 市長は、前項の規定による通知を受けた事業者から資料の提出期限の延長の申出があった場合において、特別の理由があると認めるときは、当該資料の提出期限を延長することができる。

(意見の聴取)

- 第9条 市長は、条例第33条又は第35条の規定により事業者の意見を聴くときは、当該事業者意見の内容を記載した書面（以下「申立書」という。）を提出させるものとする。
- 2 事業者は、前項の規定により申立書を提出するときは、証拠書類又は証拠物を提出することができる。
- 3 市長は、条例第33条又は第35条の規定により事業者の意見を聴くときは、当該事業者に対し次に掲げる事項を記載した書面により通知するものとする。
- (1) 勧告(条例第35条の規定により事業者の意見を聴くときにあっては、公表。以下この項において同じ。)を予定している内容
- (2) 勧告の理由
- (3) 申立書の提出先及び提出期限
- (4) その他市長が必要と認めた事項
- 4 市長は、前項の規定による通知を受けた事業者から申立書の提出期限の延長の申出があった場合において、特別の理由があると認めるときは、当該申立書の提出期限を延長することができる。

第3章 消費者被害の救済

(当事者の出席等)

- 第10条 審議会は、あつせん又は調停を行うため必要があると認めるときは、当該あつせん又は調停に係る苦情の申出者及びその相手方となる事業者（以下「当事者」という。）若しくは関係者の出席を求め、その意見を聴き、又は関係書類若しくは物件の提出を求めることができる。

(あつせん又は調停の終結)

- 第11条 審議会のあつせん又は調停は、次の各号の に該当するときに終結する。
- (1) 当事者間に合意が成立し、その旨を調書に記載し、双方が記名・押印したとき。
- (2) 審議会が当事者間に合意が成立する見込みがないと認め、あつせん又は調停を打ち切ったとき。

(報告)

- 第12条 審議会は、前条の規定によりあつせん又は調停が終結したときは、その経過及び結果を市長に報告しなければならない。

(訴訟費用の貸付けを受けることができる消費者)

- 第13条 条例第39条第1項の規定により訴訟に係る経費（以下「訴訟費用」という。）の貸付けを受けることのできる消費者は、札幌市の区域内に引き続き3月以上住所を有する者とする。

(訴訟費用の範囲)

- 第14条 訴訟費用は、次に掲げるものをいう。
- (1) 裁判手続費用（民事訴訟費用等に関する法律（昭和46年法律第40号）第2章の規定により裁判所に納める費用をいう。）
- (2) 弁護士費用（弁護士報酬をいう。）
- (3) その他訴訟に要する費用（書証作成費用、通信連絡費用等訴訟遂行上必要な費用をいう。）

(貸付金の額及び利息)

- 第15条 訴訟費用に係る貸付金の額は、訴訟1件につき審級ごとに100万円以内とし、申請の額の範囲内で市長が決定する。
- 2 訴訟費用に係る貸付金には、利子を付さないものとする。

(貸付けの申請)

- 第16条 条例第39条第1項の規定により訴訟費用の貸付けを受けようとする者は、消費者訴訟費用資金貸付申請書（様式2）に次に掲げる書類を添えて、市長に提出しなければならない。
- (1) 住民票の写し
- (2) 被害概要調書（様式3）
- (3) 訴訟費用支払予定額調書（様式4）

(貸付けの決定)

- 第17条 市長は、前条の申請書の提出を受けたときは、当該申請に係る必要な調査を行うとともに、審議会の意見を聴いて、貸付けの可否及び貸付額を決定し、その旨を申請者に通知するものとする。
- 2 前項の規定による貸付けの決定の通知は、消費者訴訟費用資金貸付決定通知書（以下「貸付決定通知書」という。）（様式5）により行うものとする。

(貸付けの条件)

- 第18条 市長は、前条第1項の規定により貸付けを決定する場合において、貸付けの方法、貸付金の返還等に関して条件を付すこ

とができる。

- 2 市長は、前項の規定により条件を付した場合は、貸付決定通知書にその旨を記載しなければならない。

(貸付金の交付)

第19条 第17条第1項の規定による貸付けの決定の通知を受けた者（以下「貸付けの決定を受けた者」という。）は、その通知を受けた日から14日以内に消費者訴訟費用資金借用証書（以下「借用証書」という。）（様式6）を市長に提出しなければならない。

- 2 貸付けの決定を受けた者は、前項の規定により借用証書を提出するときは、確実な連帯保証人を定めなければならない。
- 3 市長は、第1項の規定による手続が完了した後、貸付金を交付する。

(追加貸付け)

第20条 市長は、貸付金の全額の交付を受けた者が、既に交付を受けた貸付金の額に不足を生じ、訴訟を維持することが困難であると認めるときは、当該訴訟における貸付金の合計額が第15条第1項に規定する貸付限度額を超えない範囲で貸付金を追加することができる。

- 2 前項の規定により訴訟費用資金の追加貸付けを受けようとする者は、消費者訴訟費用資金追加貸付申請書（様式7）に訴訟費用支払予定額調書（様式4）及び収支精算書（様式8）を添えて、市長に提出しなければならない。
- 3 第14条、第15条、第17条第1項及び第18条から前条までの規定は、前2項の規定による訴訟費用資金の追加貸付けについて準用する。この場合において、第15条第1項中「100万円以内」とあるのは、「100万円から既に貸付けを受けている額を控除した額の範囲内」と読み替えるものとする。

(貸付決定の取消し)

第21条 市長は、貸付けの決定を受けた者が次の各号のいずれかに該当するときは、貸付けの決定の全部又は部を取り消すことができる。

- (1) 第19条第1項に規定する期間内に借用証書を提出しないとき。
- (2) 虚偽の申請その他不正な手段により貸付けの決定を受けたとき。
- 2 市長は、前項の規定により貸付けの決定を取り消したときは、貸付けの決定を受けた者に対して理由を付してその旨を通知するものとする。

(貸付金の返還等)

第22条 訴訟費用の貸付けを受けた者（以下「借受者」という。）は、当該訴訟の終了の日から起算して6月を経過した日までに貸付金の全額を括して返還しなければならない。

- 2 市長は、条例第39条第3項の規定により特別の理由があると認めるときは、相当の期間を定めて返還期限を延長し、又は分割して返還させることができる。
- 3 前項の規定により返還期限を延長し、又は分割して返還しようとする借受者は、消費者訴訟費用資金返還期限延長・分割返還申請書（様式9）にその理由を証する書類を添えて市長に提出し、その承認を受けなければならない。
- 4 市長は、前項の規定による申請に対し承認をした場合は、消費者訴訟費用資金返還期限延長・分割返還承認通知書（様式10）によりその旨を申請者に通知するものとする。

(貸付金の一時返還)

第23条 市長は、借受者が次の各号のいずれかに該当するときは、前条第1項又は第2項の規定にかかわらず、貸付金の全部又は部を時に返還させることができる。

- (1) 貸付金を目的外に使用したとき、又は正当な理由なく訴訟を提起せず、又は応訴しないとき。
- (2) 虚偽その他不正な手段により貸付金の交付を受けたとき。
- (3) 正当な理由なく訴えを取り下げたとき。
- (4) 確実な連帯保証人を定めることができなくなったとき。
- (5) 第18条第1項の規定に基づき付された貸付けの条件に違反したとき。
- (6) その他条例及びこの規則に違反し、又は市長の指示に従わないとき。
- 2 市長は、前項の規定による処分をするときは、当該借受者に対してその理由を示さなければならない。

(返還の債務の減額又は免除)

第24条 市長は、次の各号のいずれかに該当するときは、条例第39条第3項の規定により返還の債務を減額し、又は免除することができる。

- (1) 借受者が死亡し、当該訴訟を承継する者がいないとき。
- (2) 判決又は和解によって確定した額が貸付金の額を下回ったとき。
- (3) 訴訟の結果が敗訴となったとき。

(4) 前各号に掲げる場合のほか、市長が特別の理由があると認めたとき。

2 借受者は、前項の規定により返還の債務の減額又は免除を受けようとするときは、消費者訴訟費用資金返還債務減額・免除申請書(様式11)をその理由を証する書類その他市長が必要と認める書類を添えて市長に提出し、その承認を受けなければならない。

3 市長は、前項の規定による申請に対し、返還の債務の免除又は減額をする額を決定したときは、消費者訴訟費用資金返還債務減額・免除決定通知書(様式12)によりその旨を申請者に通知するものとする。

(違約金)

第25条 市長は、借受者が定められた返還期限までに貸付金の返還を行わないときは、その返還期限(第22条第3項の規定により、返還期限の延長を承認されたときは、延長後の返還期限)の翌日から返還の日までの日数に応じ、滞納金額につき年10.75パーセントの割合を乗じて計算した額に相当する金額を違約金として徴収する。ただし、当該違約金の額に100円未満の端数があるとき、又はその金額が1,000円未満であるときは、その端数金額又はその全額を切り捨てる。

(届出事項)

第26条 借受者は、貸付金の返還完了に至るまでの間において、次の各号に掲げる事由に該当するときは、速やかにその旨を市長に届け出なければならない。

- (1) 当該訴訟を提起し、又は応訴したとき。
- (2) 当該訴訟が終了したとき。
- (3) 当該訴訟において、請求の内容を変更したとき。
- (4) 借受者の住所又は氏名を変更したとき。
- (5) 借受者の連帯保証人が死亡したとき、その他連帯保証人を変更する必要があるとき。

2 借受者が死亡したときは、借受者の相続人は速やかにその旨を市長に届け出なければならない。

(訴訟の経過の報告等)

第27条 市長は、必要があると認めたときは、借受者又はその訴訟代理人に対し、当該訴訟の経過若しくは訴訟費用の使用状況について報告若しくは説明をさせ、又は必要な資料の提出を求めることができる。

第4章 総合的施策の推進

(市長への申出の手続)

第27条の2 条例第42条第1項の規定による申出をしようとする者は、次に掲げる事項を記載した書面を市長に提出しなければならない。

- (1) 申出人の氏名及び住所
- (2) 申出の趣旨及び求める措置の内容
- (3) その他市長が必要と認めた事項

第5章 消費生活審議会

(審議会の会長及び副会長)

第28条 審議会に会長及び副会長各1人を置き、委員(条例第48条第1項ただし書の規定により置かれた臨時の委員(以下「臨時の委員」という。)を除く。)の互選により定める。

- 2 会長は、審議会を代表し、会務を総理する。
- 3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第29条 審議会の会議は、会長が招集する。

- 2 審議会は、委員の半数以上が出席しなければならない。会議を開くことができない。
- 3 審議会の議事は、出席した委員の過半数で決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

(消費者苦情処理部会等)

第30条 条例第48条第5項の規定により設置する消費者苦情処理部会は、会長が指名する委員6人以内で組織する。この場合において、臨時の委員は、消費者苦情処理部会を構成する委員の半数を超えないものとする。

2 条例第48条第7項の規定により設置する専門部会は、会長が指名する委員8人以内で組織する。この場合において、臨時の委員は、当該専門部会を構成する委員の半数を超えないものとする。

3 条例第48条第5項及び第7項の規定により設置する消費者苦情処理部会及び専門部会に部会長1人を置き、部会を構成する委員(臨時の委員を除く。)の中から部会を構成する委員が選出する。

4 部会長は、部会の事務を総理し、部会の会議の経過及び結果を審議会に報告する。

5 部会長に事故があるとき、又は部会長が欠けたときは、あらかじめ部会長が指名し

た委員がその職務を代理する。

- 6 前条の規定は、部会の会議において準用する。この場合において、前条中「審議会」とあるのは「部会」と、「会長」とあるのは「部会長」と読み替えるものとする。

(臨時の委員)

第31条 臨時の委員（あっせん又は調停を行う臨時の委員を除く。）は、当該特別な事項に関する調査審議が終了したときは、委嘱を解かれたものとみなす。

- 2 あっせん又は調停を行う臨時の委員の任期は、2年を超えない範囲内において委嘱の際に市長が定める期間とし、再任を妨げない。
- 3 臨時の委員は、委嘱の際に定められた調査審議事項に係る審議会及び部会の会議についてのみ出席するものとする。

(関係者の出席等)

第32条 審議会及び部会において必要があると認めるときは、関係者又は専門的事項について知識を有する者の出席を求め、説明又は意見を聴くことができる。

(庶務)

第33条 審議会の庶務は、市民まちづくり局において行う。

(運営事項)

第34条 第28条から前条に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、会長が審議会に諮って定める。

第6章 委任

(委任)

第35条 この規則の施行について必要な事項は、市民まちづくり局長が定める。

附 則

- 1 この規則は、平成6年7月1日から施行する。
- 2 札幌市消費生活安定条例施行規則（昭和49年規則第45号）は、廃止する。

附 則

（平成7年規則第14号）～附則（平成17年規則第24号）省略

附 則

この規則は、平成20年2月1日から施行する。

札幌市不当な取引行為に該当する行為の基準を定める規則

	平成7年7月6日	規則第49号
改正	平成20年1月11日	規則第2号
改正	平成25年2月26日	規則第3号

(趣旨)

第1条 この規則は、札幌市消費生活条例(平成19年条例第26号。以下「条例」という。)第22条第3項の規定に基づき、同項に規定する不当な取引行為に該当する行為の基準を定めるものとする。

(用語)

第2条 この規則で使用する用語は、条例で使用する用語の例による。

(条例第22条第1項第1号に該当する行為の基準)

第3条 条例第22条第1項第1号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

- (1) 契約の勧誘に先立って、次に掲げる事項を消費者に告げず、又は商品若しくはサービス等(以下「商品等」という。)の販売若しくは訪問購入以外のことを主要な目的であるかのように告げて契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
 - ア 事業者の氏名又は名称
 - イ 商品等又は訪問購入に係る物品の種類等
 - ウ 当該勧誘が商品等の販売又は訪問購入に係る契約の締結を目的とする旨
- (2) 電子メール、インターネット等を利用して消費者を勧誘する場合において、次に掲げる事項を消費者に明らかにせず、又は契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
 - ア 事業者の氏名又は名称
 - イ 商品等又は訪問購入に係る物品の種類等
 - ウ 当該勧誘が商品等の販売又は訪問購入に係る契約の締結を目的とする旨
 - エ 電子メールアドレス(当該勧誘が電子メールにより行われる場合に限る。)
- (3) 商品等の販売若しくは訪問購入の意図を明らかにせず、又は商品等の販売若しくは訪問購入以外のことを主要な目的であるかのような表示(事業者が、消費者を勧誘し、又は誘引するための手段として、商品等又は訪問購入に係る物品に関する事項について行う書面、電磁的方法その

他の方法による表示(広告を含む。)をいう。以下同じ。)をして契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

- (4) 商品等又は訪問購入に係る物品に関する内容、取引条件その他の取引に関する重要な情報を故意に告げず、又は表示をせず、又は契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (5) 商品等又は訪問購入に係る物品に関し、将来における不確実な事項について誤解させるような表現を用いて契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (6) 商品等又は訪問購入に係る物品に関する次に掲げる事項について、不実のことを告げ、又は表示をして契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
 - ア 商品等を販売し、若しくは提供し、又は訪問購入を行う事業者の氏名又は名称、住所、電話番号その他事業者に関する事項
 - イ 商品等又は訪問購入に係る物品の性能、効用、安全性その他内容に関する事項
 - ウ 商品等又は訪問購入に係る物品の価格、売買契約等の申込みの撤回又は契約の解除その他取引条件に関する事項
 - エ その他契約の締結の判断に影響を及ぼす重要な事項
- (7) 消費者の取引に関する知識、経験又は判断力の不足に乗じて、その内容、条件、仕組み等について消費者が理解するために必要かつ十分な説明をしないで、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (8) 契約を締結する上で重要な事項となる消費者の年齢、職業、収入等を偽るよう消費者を唆して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (9) 消費者を威迫し、又は生命、身体、健康、財産、運命等に関して消費者を心理的に不安な状態に陥れる言動等を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

- (10) 早朝若しくは深夜に、又は消費者が正常な判断をすることが困難な状態の時に、消費者の意に反して、電話をし、又は訪問して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (11) 消費者の意に反して、長時間にわたり、又は反復して契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (12) 路上その他の公共の場所で消費者を呼び止め、消費者の意に反して、その場で、又は営業所その他の場所へ誘引して、執ように、又は強引に、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (13) 主たる販売目的以外の商品等を意図的に無償又は著しい廉価で提供する等により、消費者の購買意欲をあおり、興奮状態に陥れて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (14) 商品等の購入資金に関して、消費者からの要請がないにもかかわらず、貸金業者等からの借入れその他の信用の供与を受けること又は預貯金、生命保険その他金融商品の解約等をするを執ように勧めて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (15) 高齢者等の気力又は身体機能の低下等に乗じて、又はこれらの事情をしん酌せず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (16) 消費者の知識、経験、理解力、財産の状況、年齢等に照らして著しく不相当と認められる契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (17) 消費者の個人情報又は過去の取引に関する情報を不当に利用して、消費者を心理的に不安な状態に陥らせる等により、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (18) 商品等を販売し、又は訪問購入を行う目的で、無料検査、親切行為その他の無償又は著しく廉価の商品等の提供等を行い、これによる消費者の心理的負担を不当に利用して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (19) 消費者に対し、商品等の提供に併せて他の商品等を自己又は自己の指定する事業者から購入するよう強制して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (20) 商品等を販売する目的を隠匿し、雇用契約等を前提とした関係によって生じる優越的な立場を不当に利用して、商品等

の契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

- (21) 消費者に対し名義の貸与を求め、これを使用して、その意に反する債務を負担させる内容の契約を締結させる行為
- (22) 商品等又は訪問購入に係る物品の内容又は取引条件が実際のものよりも著しく優良又は有利であると消費者を誤信させるような表現を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (23) 法令等により商品等の設置、購入又は利用が義務付けられているかのような表現を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (24) 自らを官公署、公共的団体その他著名な法人の職員と誤信させるような言動等を用いて、若しくは表示をして、又は官公署、公共的団体その他著名な法人若しくは個人の許可、認可、後援等を得ていると誤信させるような言動等を用いて、若しくは表示をして、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

(条例第22条第1項第3号に該当する行為の基準)

第4条 条例第22条第1項第3号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

- (1) 商品等の販売又は訪問購入に際し、消費者に勧誘を望まない旨の意思を示す機会を与えず、又は当該機会を与えるに当たって消費者の身体及び精神の状況等をしん酌せず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (2) 商品等の販売又は訪問購入に際し、消費者が勧誘を望まない旨又は契約の締結を拒絶する旨の意思を示したにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (3) 消費者が事業者に対して当該消費者の住所、勤務先その他の場所から退去すべき旨の意思を示したことに反して、又はそのように望んでいることを知ることができたにもかかわらず、当該場所から退去せずに契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (4) 消費者が広告等(電磁的方法によるものを含む。)の送付を望まない旨の意思を示したにもかかわらず、又は消費者に当該意思を示す機会を与えることなく、広告等により消費者を誘引し、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (5) 消費者が商品を購入する意思を示していないにもかかわらず、商品を一方的に

消費者の自宅等に送りつけ、代金引換で受領させ、又は 方的に代金その他の名目による対価を請求する等により、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

- (6) 消費者の意に反して、執ように同 的消费者に対し商品等を次々と続けて提供するための契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

(条例第22条第1項第4号に該当する行為の基準)

第5条 条例第22条第1項第4号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

- (1) 契約に係る損害賠償額の予定又は違約金の定めにおいて、消費者に著しく不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為
- (2) 消費者の契約の申込みの撤回又は契約の解除若しくは取消しに関する定めにおいて、消費者に著しく不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為
- (3) 消費者にとって不当に過大な量の商品等又は不当に長期間にわたって供給される商品等の購入を内容又は条件とする契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為
- (4) 消費者が購入の意思表示をした主たる商品等と異なるもの又は消費者が意思表示をした取引条件と異なる事項を記載した契約書面を作成して、消費者に著しく不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為
- (5) 商品等の購入に伴って消費者が受ける信用がその者の返済能力を著しく超えることが明白であるにもかかわらず、そのような信用の供与と 体をなした内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為
- (6) 契約に関する訴訟について消費者に不当に不利な裁判管轄を定める契約その他契約に関する紛争又は苦情の処理について消費者に不当に不利な内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為
- (7) クレジットカード、会員証その他消費者が商品等の提供を受けるための資格を証する物が第三者によって不正に使用された場合に、消費者に不当に責任を負担

させる内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為

- (8) 事業者の債務不履行、債務履行に伴う不法行為若しくは契約の目的物の瑕疵により生じた消費者に対して事業者が負うべき損害賠償責任又は当該瑕疵に係る事業者の修補責任の全部又は 部を不当に免除する内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為
- (9) 法律の規定が適用される場合に比して、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重して消費者の利益を 方的に害する内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為

(条例第22条第1項第5号に該当する行為の基準)

第6条 条例第22条第1項第5号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

- (1) 消費者を欺き、威迫し、若しくは困惑させ、又は正当な理由がなく早朝若しくは深夜に、若しくは消費者が正常な判断をすることが困難な状態のときに電話をし、若しくは訪問する等により、債務の履行を強要する行為
- (2) 消費者を欺き、威迫し、若しくは困惑させる方法その他これらに類する不当な方法により消費者に金銭を借り入れさせ、又は預貯金、生命保険その他の金融商品の解約等をさせることにより、消費者に金銭を調達させて、債務の履行を強要する行為
- (3) 正当な理由がないにもかかわらず、消費者にとって不利益となる情報を信用情報機関又は消費者の関係人に通知する旨の言動等を用いて、又は表示をして、債務の履行を強要する行為
- (4) 契約の成立について消費者が争っているにもかかわらず、契約が成立したと 方的に告げ、又は表示をして、債務の履行を強要する行為

(条例第22条第1項第6号に該当する行為の基準)

第7条 条例第22条第1項第6号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

- (1) 自らを官公署、公共的団体その他著名な法人の職員と誤信させるような言動等を用いて、若しくは表示をして、又は官公署、公共的団体その他著名な法人若しくは個人の許可、認可、後援等を得ていると誤信させるような言動等を用いて、若しくは表示をして、本来は生じていない債務が生じていると消費者に誤

認させ、又は本来は生じていない債務を履行するように威迫して、当該債務の履行を強要する行為

- (2) 契約に基づく消費者の債務が既に履行されているにもかかわらず、消費者の過去の取引に関する情報を利用する等により、当該債務が不履行であると誤認させて、当該債務の履行を強要する行為
- (3) 電子計算機を用いた方法による契約の申込みを受けようとする場合において、当該契約に係る消費者による電子計算機の操作が契約の申込みとなることを電子計算機の映像面においてあらかじめ容易に認識できるように表示しない等の電子計算機の操作を不当に誘導する方法により、契約が成立したと誤認させ、当該契約に係る債務の履行を強要する行為

(条例第22条第1項第7号に該当する行為の基準)

第8条 条例第22条第1項第7号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

- (1) 履行期限が過ぎているにもかかわらず、消費者からの再三の履行の督促に対し、適切な対応をすることなく、契約に基づく債務の履行を遅延し、又は拒否する行為
- (2) 契約に基づく債務の完全な履行がない旨の消費者の苦情に対し、担当者不在、退職等を理由に対応を拒み、債務の履行を遅延し、又は拒否する行為
- (3) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回又は契約の解除若しくは取消しの申出に対して、これを拒否し、威迫し、若しくは黙殺し、又は術策等を用いて当該権利の行使を妨げて、契約の成立又は存続を強要する行為
- (4) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回又は契約の解除若しくは取消しが有効に行われたにもかかわらず、法律上これに基づく義務とされる返還義務、原状回復義務、損害賠償義務等の履行を正当な理由がなく遅延し、又は拒否する行為
- (5) 法令の規定等により消費者に認められている財務書類等の閲覧権、事実又は情報開示を請求できる権利等の行使を拒否し、閲覧、開示等を拒む行為
- (6) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回又は契約の解除若しくは取消しの申出に対して、手数料、送料、サービス等の対価、違約金等の支払の請求その他の法律上根拠のない請求を行う行為

(条例第22条第2項第1号に該当する行為の基準)

第9条 条例第22条第2項第1号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

- (1) 与信契約等の締結の勧誘若しくは締結又は債務の履行に関する第2条から第8条までに規定する行為
- (2) 信用の供与等が消費者の返済能力を超えることが明らかであることを知り、又は知り得べきであるにもかかわらず、当該与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等を締結させる行為
- (3) 与信契約等において、販売業者等(商品等の販売を行う事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者をいう。以下同じ。)に対して生じている事由をもって、消費者が正当な根拠に基づき支払請求を拒否しているにもかかわらず、消費者等に債務の履行を迫り、又は履行をさせる行為

(条例第22条第2項第2号に該当する行為の基準)

第10条 条例第22条第2項第2号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

- (1) 販売業者等の行為が第2条から第8条までに規定する行為のいずれかに該当することを知りながら、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等を締結させる行為
- (2) 信用の供与等に係る加盟店等(加盟店契約を締結している販売業者等その他提携関係にある販売業者等をいう。)を適切に管理し、及び審査していれば、当該加盟店等の行為が第2条から第8条までに規定するいずれかの行為に該当することを知り得べきであるにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等を締結させる行為

附 則

- 1 この規則は、平成20年2月1日から施行する。
- 2 改正後の札幌市不当な取引行為に該当する行為の基準を定める規則の規定は、この規則の施行の日以後に行われた事業者の行為について適用し、同日前に行われた事業者の行為については、なお従前の例による。

附 則

- 1 この規則は、札幌市消費生活条例の 部 を改正する条例(平成25年条例第5号)の施行の日から施行する。

第2次札幌市消費者基本計画（平成25～29年度）

札幌市 市民まちづくり局 市民生活部 消費者センター
〒060-8611 札幌市中央区北1条西2丁目
電話：011-211-2245 FAX：011-218-5153

発行 平成25年(2013年) 3月
市政等資料番号 01-C03-12-1793