

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ており、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。

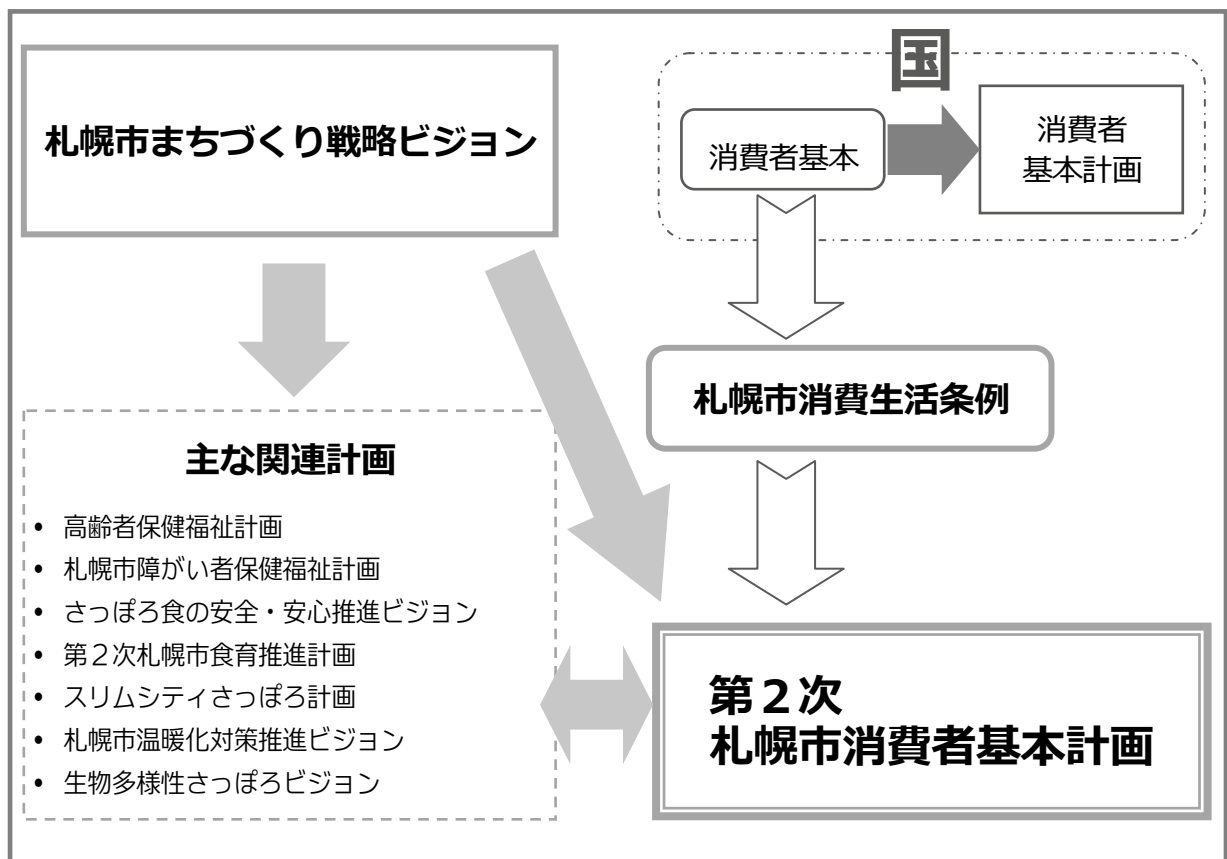


表2

第4章

重点課題と目標

第4章 重点課題と目標

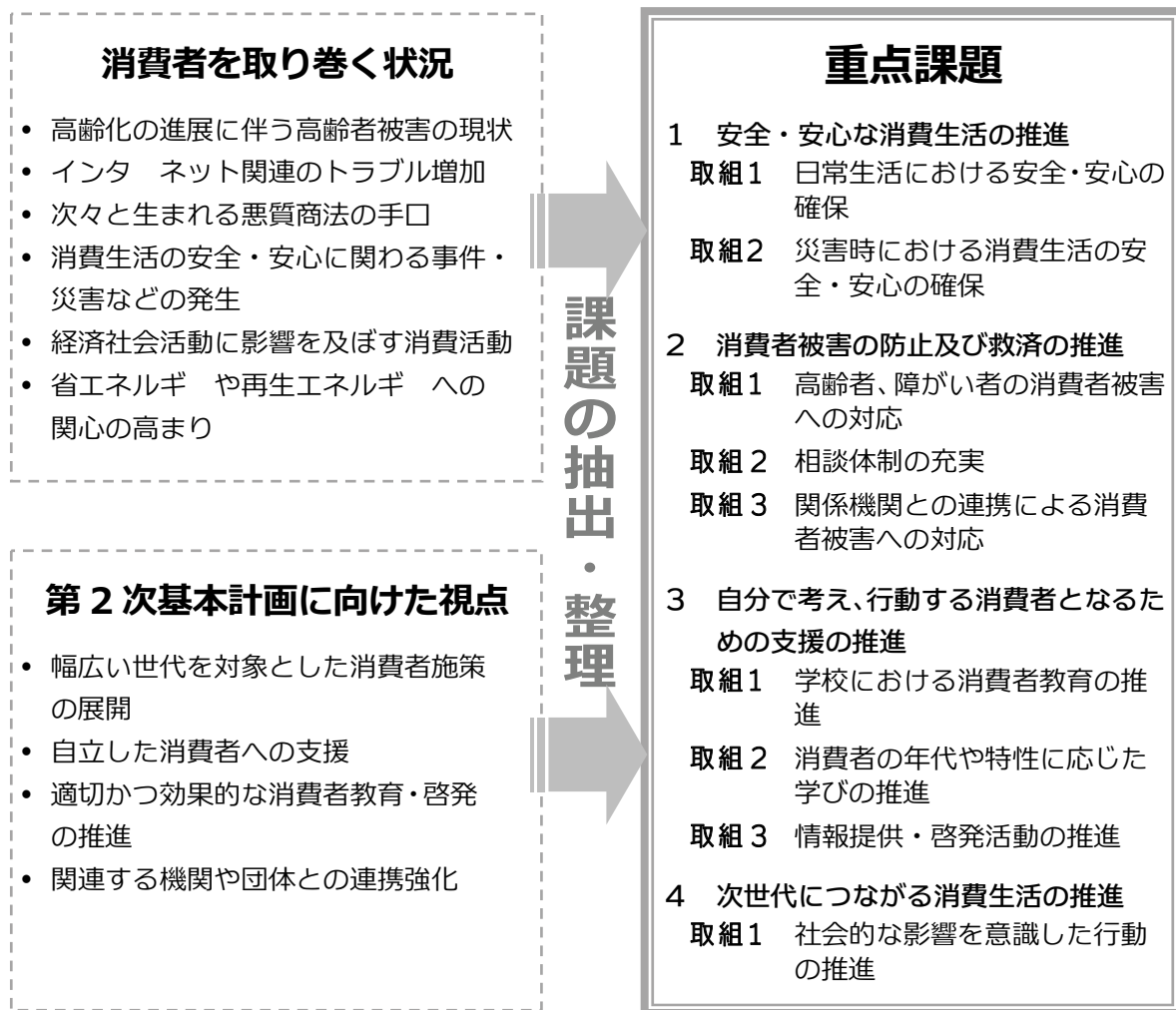
計画を進めるうえでは、消費者を取り巻く環境や消費者行動の変化に対応した施策を進める必要があります。食の安全・安心を脅かす事件や新たな悪質商法などの発生といった消費者を取り巻く状況や、第1次基本計画の進捗状況から、第2次基本計画で取り組むべき視点を挙げました。

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