

# データ集

図1 相談件数の推移(苦情・問合せ別) 単位/件

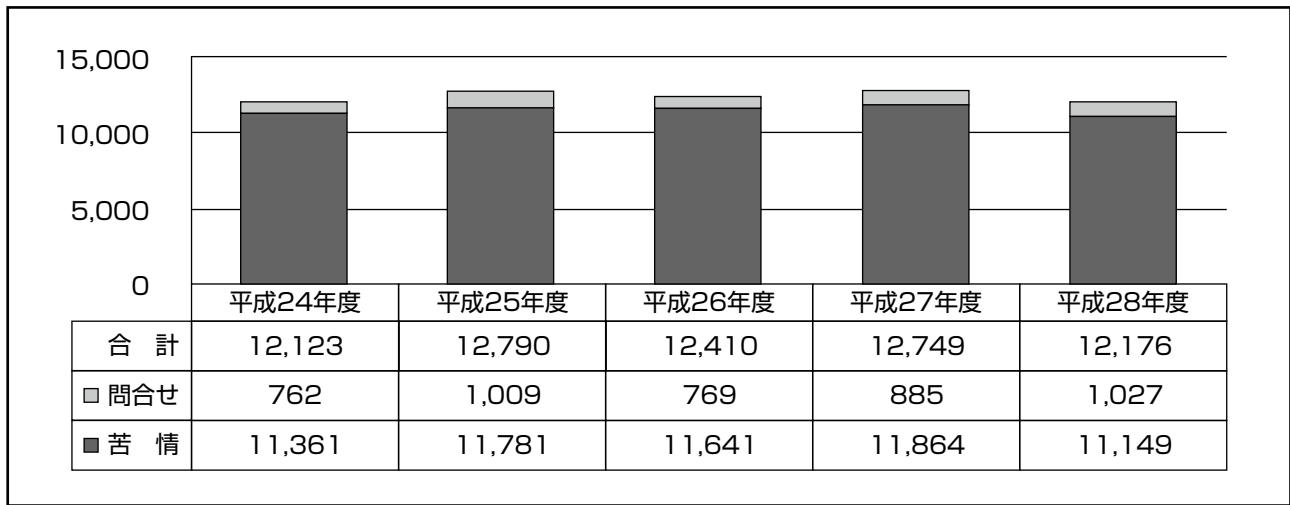


表1 商品別相談状況 上位5品目の推移 単位/件

| 年度 | 平成24年度     |       | 平成25年度    |       | 平成26年度    |       | 平成27年度    |       | 平成28年度    |       |
|----|------------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| 1  | 賃貸アパート     | 1,352 | 賃貸アパート    | 1,195 | アダルト情報サイト | 1,172 | 賃貸アパート    | 1,109 | 賃貸アパート    | 1,124 |
| 2  | アダルト情報サイト  | 740   | アダルト情報サイト | 854   | 賃貸アパート    | 1,044 | アダルト情報サイト | 1,081 | デジタルコンテンツ | 760   |
| 3  | 商品一般       | 333   | 商品一般      | 427   | 商品一般      | 501   | 光ファイバー    | 633   | アダルト情報サイト | 754   |
| 4  | デジタルコンテンツ  | 304   | デジタルコンテンツ | 310   | デジタルコンテンツ | 383   | デジタルコンテンツ | 448   | 商品一般      | 468   |
| 5  | フリーローン・サラ金 | 300   | 健康食品      | 290   | 携帯電話サービス  | 293   | 商品一般      | 441   | 光ファイバー    | 344   |

表2 契約当事者年代別相談者数 単位/人

| 年度    | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成27年度 | 平成28年度 |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 合計    | 12,123 | 12,790 | 12,410 | 12,749 | 12,176 |
| 未成年者  | 344    | 387    | 380    | 439    | 303    |
| 構成比   | 2.8%   | 3.0%   | 3.1%   | 3.4%   | 2.5%   |
| 20代   | 1,415  | 1,298  | 1,287  | 1,359  | 1,306  |
| 構成比   | 11.7%  | 10.1%  | 10.4%  | 10.7%  | 10.7%  |
| 30代   | 2,195  | 1,974  | 1,952  | 2,078  | 1,833  |
| 構成比   | 18.1%  | 15.4%  | 15.7%  | 16.3%  | 15.1%  |
| 40代   | 2,157  | 2,207  | 2,263  | 2,410  | 2,343  |
| 構成比   | 17.8%  | 17.3%  | 18.2%  | 18.9%  | 19.2%  |
| 50代   | 1,760  | 1,901  | 1,973  | 1,967  | 1,970  |
| 構成比   | 14.5%  | 14.9%  | 15.9%  | 15.4%  | 16.2%  |
| 60代   | 1,850  | 2,008  | 1,922  | 1,962  | 2,000  |
| 構成比   | 15.3%  | 15.7%  | 15.5%  | 15.4%  | 16.4%  |
| 70代   | 1,383  | 1,748  | 1,499  | 1,361  | 1,310  |
| 構成比   | 11.4%  | 13.7%  | 12.1%  | 10.7%  | 10.8%  |
| 80代以上 | 778    | 1,009  | 859    | 832    | 730    |
| 構成比   | 6.4%   | 7.9%   | 6.9%   | 6.5%   | 6.0%   |
| 団体・不明 | 241    | 258    | 275    | 341    | 381    |
| 構成比   | 2.0%   | 2.0%   | 2.2%   | 2.7%   | 3.1%   |

表3 平成28年度契約当事者年代別 商品・役務別相談件数(上位10品目) 単位/件

「20歳未満」

|             |      |
|-------------|------|
| 相談件数        | 303  |
| 全相談件数に占める割合 | 2.5% |

|             |    |         |
|-------------|----|---------|
| アダルト情報サイト   | 88 | (29.0%) |
| オンラインゲーム    | 21 | (6.9%)  |
| テレビ放送サービス   | 13 | (4.3%)  |
| 賃貸アパート      | 10 | (3.3%)  |
| 商品一般        | 9  | (3.0%)  |
| 健康食品        | 9  | (3.0%)  |
| デジタルコンテンツ   | 9  | (3.0%)  |
| 相談その他       | 8  | (2.6%)  |
| 他のデジタルコンテンツ | 7  | (2.3%)  |
| 他の内職・副業     | 7  | (2.3%)  |

「20代」

|             |       |
|-------------|-------|
| 相談件数        | 1,306 |
| 全相談件数に占める割合 | 10.7% |

|           |     |         |
|-----------|-----|---------|
| 賃貸アパート    | 196 | (15.0%) |
| アダルト情報サイト | 73  | (5.6%)  |
| デジタルコンテンツ | 65  | (5.0%)  |
| 出会い系サイト   | 52  | (4.0%)  |
| 脱毛エステ     | 46  | (3.5%)  |
| モバイルデータ通信 | 37  | (2.8%)  |
| 携帯電話サービス  | 36  | (2.8%)  |
| 商品一般      | 35  | (2.7%)  |
| 普通・小型自動車  | 34  | (2.6%)  |
| 興信所       | 25  | (1.9%)  |

「30代」

|             |       |
|-------------|-------|
| 相談件数        | 1,833 |
| 全相談件数に占める割合 | 15.1% |

|             |     |         |
|-------------|-----|---------|
| 賃貸アパート      | 293 | (16.0%) |
| デジタルコンテンツ   | 98  | (5.3%)  |
| アダルト情報サイト   | 87  | (4.7%)  |
| 商品一般        | 54  | (2.9%)  |
| 光ファイバー      | 52  | (2.8%)  |
| 携帯電話サービス    | 47  | (2.6%)  |
| 出会い系サイト     | 45  | (2.5%)  |
| 普通・小型自動車    | 43  | (2.3%)  |
| 他のデジタルコンテンツ | 36  | (2.0%)  |
| 脱毛エステ       | 27  | (1.5%)  |

「40代」

|             |       |
|-------------|-------|
| 相談件数        | 2,343 |
| 全相談件数に占める割合 | 19.2% |

|             |     |         |
|-------------|-----|---------|
| 賃貸アパート      | 239 | (10.2%) |
| デジタルコンテンツ   | 155 | (6.6%)  |
| アダルト情報サイト   | 150 | (6.4%)  |
| 商品一般        | 85  | (3.6%)  |
| 携帯電話サービス    | 77  | (3.3%)  |
| 光ファイバー      | 65  | (2.8%)  |
| 普通・小型自動車    | 59  | (2.5%)  |
| 他のデジタルコンテンツ | 49  | (2.1%)  |
| 興信所         | 49  | (2.1%)  |
| 役務その他サービス   | 39  | (1.7%)  |

「50代」

|             |       |
|-------------|-------|
| 相談件数        | 1,970 |
| 全相談件数に占める割合 | 16.2% |

|             |     |        |
|-------------|-----|--------|
| デジタルコンテンツ   | 176 | (8.9%) |
| 賃貸アパート      | 143 | (7.3%) |
| アダルト情報サイト   | 132 | (6.7%) |
| 他のデジタルコンテンツ | 68  | (3.5%) |
| 商品一般        | 61  | (3.1%) |
| 光ファイバー      | 52  | (2.6%) |
| 携帯電話サービス    | 48  | (2.4%) |
| 普通・小型自動車    | 38  | (1.9%) |
| 興信所         | 38  | (1.9%) |
| 出会い系サイト     | 34  | (1.7%) |

「60代」

|             |       |
|-------------|-------|
| 相談件数        | 2,000 |
| 全相談件数に占める割合 | 16.4% |

|             |     |        |
|-------------|-----|--------|
| アダルト情報サイト   | 159 | (8.0%) |
| デジタルコンテンツ   | 152 | (7.6%) |
| 賃貸アパート      | 114 | (5.7%) |
| 商品一般        | 88  | (4.4%) |
| 光ファイバー      | 77  | (3.9%) |
| 他のデジタルコンテンツ | 73  | (3.7%) |
| 携帯電話サービス    | 36  | (1.8%) |
| 相談その他       | 33  | (1.7%) |
| 普通・小型自動車    | 31  | (1.6%) |
| テレビ放送サービス   | 27  | (1.4%) |

「70代」

|             |       |
|-------------|-------|
| 相談件数        | 1,310 |
| 全相談件数に占める割合 | 10.8% |

|             |    |        |
|-------------|----|--------|
| デジタルコンテンツ   | 83 | (6.3%) |
| 商品一般        | 71 | (5.4%) |
| 賃貸アパート      | 65 | (5.0%) |
| アダルト情報サイト   | 50 | (3.8%) |
| 光ファイバー      | 42 | (3.2%) |
| 他のデジタルコンテンツ | 28 | (2.1%) |
| 新聞          | 26 | (2.0%) |
| 相談その他       | 25 | (1.9%) |
| 健康食品        | 24 | (1.8%) |
| 携帯電話サービス    | 23 | (1.8%) |

「80代以上」

|             |      |
|-------------|------|
| 相談件数        | 730  |
| 全相談件数に占める割合 | 6.0% |

|            |    |        |
|------------|----|--------|
| 新聞         | 32 | (4.4%) |
| 賃貸アパート     | 31 | (4.2%) |
| 商品一般       | 30 | (4.1%) |
| 健康食品       | 28 | (3.8%) |
| 光ファイバー     | 21 | (2.9%) |
| 他の健康食品     | 18 | (2.5%) |
| デジタルコンテンツ  | 16 | (2.2%) |
| 修理サービス     | 13 | (1.8%) |
| テレビ放送サービス  | 13 | (1.8%) |
| 普通生命保険     | 12 | (1.6%) |
| フリーローン・サラ金 | 12 | (1.6%) |

※全相談件数12,176件

※その他・年齢不詳等の相談件数381件(全相談件数に占める割合3.1%)

※( )内は、各年代における相談件数に対する割合

# 消費者教育の体系イメージマップ

消費者庁作成。横軸を幼児期から高齢期までのライフステージ、縦軸を消費者教育のジャンル(対象領域)とし、消費者市民社会に参画する消費者となるための消費者教育を体系化し、一覧にしたもの。

|                   |                      | 幼児期                                       | 小学生期                                       | 中学生期                                      | 高校生期   | 成人期                                      |   |   |
|-------------------|----------------------|---|--|---|--|--|---|---|
|                   |                      |   |  |   |  | 特に若者                                     | 成人一般                                    | 特に高齢者                                   |
| <b>各期の特徴</b>      |                      | 様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期 | 主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期   | 行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期    | 生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期      | 生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期 | 精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期 | 周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期 |
| <b>重点領域</b>       |                      |   |  |   |  |  |   |   |
| <b>消費者市民社会の構築</b> | 消費がもつ影響力の理解          | おつかいや買い物に関心を持とう                           | 消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう                         | 消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう                   | 生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう                  | 生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考える習慣を身に付けよう  | 生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を配慮して行動しよう    | 消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝え合おう  |
|                   | 持続可能な消費の実践           | 身に回りのものを大切にしよう                            | 自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方などを工夫しよう        | 消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう          | 持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう                        | 持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう                  | 持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう               | 持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう             |
|                   | 消費者の参画・協働            | 協力することの大切さを知ろう                            | 身近な消費問題に目を向けよう                             | 身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう       | 身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解しよう | 消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう  | 地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう  | 支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう |
| <b>商品等の安全</b>     | 商品安全の理解と危険を回避する能力    | くらしの中の危険や、ものの安全な使い方に気づこう                  | 危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう                     | 危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう                   | 安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう                | 安全で危険の少ないくらし方をする習慣を付けよう                  | 安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくらう                  | 安全で危険の少ないくらしの大切さを伝え合おう                  |
|                   | トラブル対応能力             | 困ったことがあったら身近な人に伝えよう                       | 困ったことがあったら身近な人に相談しよう                       | 販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう          | トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう                        | トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう            | トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくらう         | 支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう          |
| <b>生活の管理と契約</b>   | 選択し、契約することへの理解と考える態度 | 約束やきまりを守ろう                                | 物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう<br>約束やきまりの大切さを知り、考えよう | 商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう | 適切な意思決定に基づいて行動しよう<br>契約とそのルールの活用について理解しよう        | 契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう          | 契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう                   | 契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう                |
|                   | 生活を設計・管理する能力         | 欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう         | 物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう<br>お小遣いを考えて使おう   | 消費に関する生活管理の技能を活用しよう<br>買い物や貯金を計画的にしよう     | 主体的に生活設計を立ててみよう<br>生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう        | 生涯を見通した計画的なくらしを目指して、生活設計・管理を実践しよう        | 経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう          | 生活環境の変化に対応し支え合いながら生活を管理しよう              |
| <b>情報とメディア</b>    | 情報の収集・処理・発信能力        | 身の回りのさまざまな情報に気づこう                         | 消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう                     | 消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう                | 情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく、国際社会との関係を考えてみよう          | 情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう                 | 情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう                  | 支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう                 |
|                   | 情報社会のルールや情報モラルの理解    | 自分や家族を大切にしよう                              | 自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう                  | 著作権や発信した情報への責任を知ろう                        | 望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう               | 情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう                 | トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう            | 支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう    |
|                   | 消費生活情報に対する批判的思考力     | 身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう                  | 消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう                    | 消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう        | 消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう               | 消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう                   | 消費生活情報を主体的に評価して行動しよう                    | 支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう                 |

## 用語解説

### 1・光回線サービスの卸売⇒初出：8ページ

平成27年2月からNTT東日本及びNTT西日本が光回線サービスの卸売を開始した。異業種新規参入を含む多くの事業者が、卸売を受けた光回線とプロバイダーや携帯電話等を組み合わせた独自サービスを、様々な料金や契約形態で消費者に提供している。消費者にとっては契約先の選択肢が増えた一方、契約内容について十分な理解がないまま契約して消費者トラブルとなる消費生活相談事例が発生した。

### 2・あっせん⇒初出：8ページ

地方公共団体が消費者から事業者に対する苦情の処理にあたり、消費者と事業者との間に生じている情報の質と量や交渉力等の格差を補い、消費生活トラブルの解決に向けて相談者と事業者双方の意見の調整を行うこと。なお、あっせん解決案に法的強制力はない。

### 3・紹介販売⇒初出：9ページ

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

### 4・ネガティブオプション⇒初出：9ページ

送り付け商法。契約を結んでいないのに商品を一方的に送りつけ、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する商法。

### 5・展示販売⇒初出：9ページ

展示会や展覧会での販売。

### 6・アフィリエイト⇒初出：9ページ

メールやブログ、ホームページに広告を掲載し、アクセスや売り上げがあがるとそのうちの一部が報酬として支払われるもの。

### 7・特定商取引法⇒初出：14ページ

正式名称「特定商取引に関する法律」。消費者トラブルが生じやすい7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、業務提供誘引販売取引、訪問購入)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」などの消費者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。

### 8・消費者安全法⇒初出：14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。

#### 9・消費生活相談員資格の創設⇒初出：14ページ

平成28年4月の消費者安全法の改正により、消費生活相談員資格が法定化された。消費者センターに配置する消費生活相談員は、消費生活相談員資格に合格した者又はこれと同等以上の専門的な知識及び技術を有すると都道府県知事又は市町村長が認めた者から任命する。なお、平成28年4月1日時点で①消費生活専門相談員②消費生活アドバイザー③消費生活コンサルタントのいずれかの資格を保有する者であり、かつ一定の要件を満たす場合、消費生活相談員試験合格者とみなされる。

#### 10・消費者ホットライン「188」⇒初出：15ページ

全国共通の電話番号で、地方公共団体が設置している身近な消費生活相談窓口を案内するもの。札幌市の相談窓口の電話回線が混雑している場合は、自動的に北海道立消費生活センターに繋がるほか、土日祝日で市の相談窓口が開所していない場合は、国民生活センターで相談を受け付ける。平成22年1月12日に「0570-064-370」で開始し、平成27年7月1日から「188」の局番なしの3桁となった。

#### 11・全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)⇒初出：17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。

#### 12・裁判外紛争解決手続き(ADR)⇒初出：20ページ

ADRとは、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。

#### 13・適格消費者団体⇒初出：20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30年2月現在、全国で17団体が認定を受けている。

#### 14・集団的消費者被害回復訴訟⇒初出：41ページ

平成28年10月1日に施行した、「消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続きの特例に関する法律」に定められた、消費者契約に関して相当多数の消費者に生じ

た財産的被害を集団的に回復するために認められた消費者団体訴訟制度。適格消費者団体の中から認定要件を満たした団体を内閣総理大臣が特定適格消費者団体と認定し、同団体が訴訟手続きを行う。1段階目の手続として、同団体が共通義務確認訴訟により事業者の金銭の支払い義務を確認し、2段階目の手続で消費者が対象債権の確定手続に加入する。なお、平成30年2月現在、全国で2団体が認定を受けている。

## 札幌市消費生活審議会委員

(第11期 委嘱期間：平成27年7月14日～平成29年7月13日)

| 氏名     | 所属                                    | 備考                     |
|--------|---------------------------------------|------------------------|
| 泉 みち子  | 札幌商工会議所女性会 副会長                        |                        |
| 大嶋 明子  | 適格消費者団体 特定非営利活動法人<br>消費者支援ネット北海道 事務局長 | 基本計画検討部会 委員            |
| 河森 計二  | 小樽商科大学商学部 教授                          | 審議会 会長<br>基本計画検討部会 委員  |
| 黒川 貢   | 札幌弁護士会消費者保護委員会委員                      |                        |
| 桑原 昭子  | 公益社団法人 札幌消費者協会 顧問                     | 審議会 副会長<br>基本計画検討部会 委員 |
| 佐々木 貴子 | 北海道教育大学札幌校 教授                         | 基本計画検討部会 部会長           |
| 佐々木 威知 | 株式会社セコマ<br>マーケティング企画部 部長              | 基本計画検討部会 委員            |
| 辻 信雄   | 公募委員                                  |                        |
| 馬場 伸哉  | 社会福祉法人 札幌市社会福祉協議会<br>地域福祉部長           | 基本計画検討部会 委員            |
| 林 誠司   | 北海道大学大学院法学研究科 教授                      |                        |
| 林 朋子   | 生活協同組合 コープさっぽろ<br>理事 組合員活動委員長         |                        |
| 福田 登司雄 | 公募委員                                  | 基本計画検討部会 委員            |

(12名、敬称略五十音順)

(第12期 委嘱期間：平成29年7月14日～平成31年7月13日)

(平成30年3月1日現在)

| 氏 名     | 所 属                                   | 備 考     |
|---------|---------------------------------------|---------|
| 石 澤 優 子 | 北海道小学校家庭科教育連盟 事務局長                    |         |
| 泉 みち子   | 札幌商工会議所女性会 副会長                        |         |
| 大 嶋 明 子 | 適格消費者団体 特定非営利活動法人<br>消費者支援ネット北海道 事務局長 |         |
| 小田嶋 真 悟 | 札幌弁護士会消費者保護委員会<br>副委員長                |         |
| 河 森 計 二 | 小樽商科大学商学部 教授                          | 審議会 会長  |
| 佐々木 貴 子 | 北海道教育大学札幌校 教授                         | 審議会 副会長 |
| 佐々木 威 知 | 株式会社セコマ<br>マーケティング企画部 部長              |         |
| 高 橋 幸 一 | 公益社団法人 札幌消費者協会 会長                     |         |
| 中 田 光 治 | 公募委員                                  |         |
| 中 野 香   | 公募委員                                  |         |
| 馬 場 伸 哉 | 社会福祉法人 札幌市社会福祉協議会<br>地域福祉部長           |         |
| 林 朋 子   | 生活協同組合 コープさっぽろ<br>理事 組合員活動委員長         |         |

(12名、敬称略五十音順)



## 消費生活審議会審議経過

- 1 第49回(平成28年度第1回)審議会……………平成28年6月28日  
【内 容】
  - ・「第3次札幌市消費者基本計画(札幌市消費者教育推進プランを含む)の方向性について」審議会に諮問
  - ・消費者基本計画検討部会の設置
  
- 2 第1回基本計画検討部会……………平成28年6月28日  
【内 容】
  - ・部会長の選任、検討の進め方
  
- 3 第2回基本計画検討部会……………平成28年8月30日  
【内 容】
  - ・第2次札幌市消費者基本計画の振り返り及び検証
  - ・経済社会情勢から見る課題の抽出について
  
- 4 第3回基本計画検討部会……………平成28年10月26日  
【内 容】
  - ・第2次札幌市消費者基本計画の体系の確認、これまでの議論のまとめ
  - ・市民意識調査(消費生活に関するトラブル・消費者教育などについて)の結果報告
  - ・第3次札幌市消費者基本計画の基本的方向性について
  
- 5 第4回基本計画検討部会……………平成28年12月12日  
【内 容】
  - ・第3次札幌市消費者基本計画の体系について
  - ・第3次札幌市消費者基本計画の重点項目について
  
- 6 第50回(平成28年度第2回)審議会……………平成29年3月8日  
【内 容】
  - ・消費者基本計画検討部会からの報告
  - ・答申の構成検討
  
- 7 第5回基本計画検討部会……………平成29年5月12日  
【内 容】
  - ・第3次札幌市消費者基本計画の重点項目について
  - ・第3次札幌市消費者基本計画の基本的考え方について
  - ・答申素案の検討について
  
- 8 第6回基本計画検討部会……………平成29年6月28日  
【内 容】
  - ・答申素案の検討について
  
- 9 第51回(平成29年度第1回)審議会……………平成29年7月21日  
【内 容】
  - ・消費者基本計画検討部会からの報告及び答申素案の検討
  
- 10 「第3次札幌市消費者基本計画(札幌市消費者教育推進プランを含む)の方向性について」答申  
……………平成29年9月12日

## ■ 平成28年度第2回市民意識調査(札幌市実施)

|         |   |
|---------|---|
| 調査目的    | 消費者トラブルや消費者教育についての市民の意識を把握し、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・消費者教育などについて</p> <p>(1)札幌市消費者センターの認知度<br/>                 (2)経験したことがある消費者トラブル<br/>                 (3)不安に感じている消費者トラブル<br/>                 (4)消費者トラブルに対して取った行動<br/>                 (5)消費者個人としての対応で重要なこと<br/>                 (6)消費者がトラブルによる被害に遭わないために札幌市に力を入れてほしいこと<br/>                 (7)習ったり、見たりしたことがある消費者教育<br/>                 (8)消費者教育の認知経路<br/>                 (9)消費者教育推進のために重要なこと</p> |
| 調査の対象など | <p>(1)調査地域 札幌市内<br/>                 (2)調査対象 満18歳以上の男女個人<br/>                 (3)標本数 5,000人<br/>                 (4)調査方法 調査票を郵送し、返信用封筒で回収<br/>                 (5)調査期間 平成28年8月19日～9月2日<br/>                 (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 2,683(回答率53.7%)   |
| 調査結果    | <a href="http://www.city.sapporo.jp/somu/shiminnokoe/sakusei/h2802anke.html">http://www.city.sapporo.jp/somu/shiminnokoe/sakusei/h2802anke.html</a>   |

■ 消費者教育実施主体アンケート調査(札幌市実施) ■

|                     |   |
|---------------------|---|
| <p>調査目的</p>         | <p>学校における消費者教育の現状と、教育現場の課題認識について把握する。<br/>事業者による従業員に対する消費者教育の現状と、課題認識について把握する。</p>  |
| <p>調査の内容</p>        | <p>&lt;小・中学校、高等学校向け&gt;<br/>                 (1)消費者教育を実施している教科・場・対象学年・時間数<br/>                 (2)消費者教育の授業における外部講師の利用の有無<br/>                 (3)消費者教育を推進するうえの課題・必要と感ずること<br/>                 (4)授業で活用を希望する教材やテーマ<br/>                 &lt;大学・専門学校向け&gt;<br/>                 (1)消費者問題についての学生に対する啓発・情報提供<br/>                 (2)消費者教育実施における外部講師の利用の有無<br/>                 (3)消費者教育を推進するうえの課題・今後取り組みたいこと<br/>                 &lt;事業者向け&gt;<br/>                 (1)現在取り組んでいる消費者教育の有無・方法・テーマ<br/>                 (2)消費者教育実施における外部講師の利用の有無<br/>                 (3)消費者教育を推進するうえの課題・今後取り組みたいこと</p> |
| <p>調査の対象<br/>など</p> | <p>(1)調査対象 市内の小・中学校、高等学校及び大学・短大・専門学校(公立・私立問わず)並びに事業者<br/>                 (2)配布数 小学校 203件 大学・短大 21件<br/>                 中学校 104件 専門学校 80件<br/>                 高等学校 62件 事業者 2,000件<br/>                 (3)調査方法 学校 :対象校に調査票郵送<br/>                 事業者:規模別・業種別に抽出した事業者に調査票郵送<br/>                 (4)調査期間 学校 :平成26年2月3日～ 2月14日<br/>                 事業者:平成26年5月2日～ 5月23日</p>   |
| <p>回収結果</p>         | <p>有効回答数 ( )内は回答率<br/>                 小学校 156件(76.9%) 大学・短大 18件(85.7%)<br/>                 中学校 78件(75.0%) 専門学校 31件(38.8%)<br/>                 高等学校 21件(33.9%) 事業者 694件(34.8%)</p>  |
| <p>調査結果</p>         | <p><a href="http://www.city.sapporo.jp/shohi/sesaku/shohishakyoiku.html">http://www.city.sapporo.jp/shohi/sesaku/shohishakyoiku.html</a></p>  |

## ■ パブリックコメント

### 1 パブリックコメントの実施概要

(1) 意見募集期間

平成29年(2017年)12月21日(木)から平成30年(2018年)1月19日(金)まで  
(30日間)

(2) 募集のお知らせ

広報さっぽろ平成30年(2018年)1月号掲載

市民参加メールマガジン「札幌市民参加メール」の配信(12月22日)

(3) 資料の配布・閲覧場所

市役所本庁舎(2階：行政情報課、13階：消費生活課消費生活係)

札幌市消費者センター(北区北8条西3丁目札幌エルプラザ2階)

各区役所総務企画課広聴係

各まちづくりセンター

### 2 意見募集結果

(1) 意見提出者数 5名(うち団体2)

(2) 意見件数 16件

(3) 意見の提出方法

| 提出方法 | F A X | 電子メール | 郵送 | 持参 | 合計 |
|------|-------|-------|----|----|----|
| 人数   | 1     | 2     | 2  | 0  | 5  |

(4) 意見の件数及び内訳

| 区分              | 件数 |
|-----------------|----|
| 第1章に関する意見       | 0  |
| 第2章に関する意見       | 3  |
| 第3章に関する意見       | 0  |
| 第4章 重点項目1に関する意見 | 3  |
| 第4章 重点項目2に関する意見 | 1  |
| 第4章 重点項目3に関する意見 | 1  |
| 第4章 重点項目4に関する意見 | 0  |
| 第5章に関する意見       | 7  |
| 第6章に関する意見       | 0  |
| その他             | 1  |
| 合計              | 16 |

### 3 意見募集の結果

札幌市公式ホームページで、意見概要及び回答(考え方)を公表

<http://www.city.sapporo.jp/shohi/sesaku/plan.html>