



第3次札幌市消費者基本計画 2018年度～2022年度

平成30年(2018年)3月発行
札幌市市民文化局市民生活部消費生活課
〒060-8611 札幌市中央区北1条西2丁目
電話:011-211-2245 FAX:011-218-5153
市政等資料番号:01-D03-17-2389



第3次 札幌市消費者基本計画 2018年度～2022年度



はじめに

札幌市では、札幌市消費生活条例に基づき「消費者の権利の確立と自立の支援」を基本理念とした「札幌市消費者基本計画」を策定し、消費者施策を推進するとともに、消費者教育に特化した計画である「札幌市消費者教育推進プラン」を策定し、「自ら考え、判断することのできる消費者を育てるための消費者教育」を理念として、消費者教育の充実を図ってまいりました。

このたび、本市の消費者施策を一体的に推進していくために、この両計画を統合し、平成30年度から5年間の計画となる「第3次札幌市消費者基本計画」を策定しました。

近年、消費者を取り巻く環境は、少子高齢化、高度情報化、グローバル化の進展により大きく変化しています。インターネットを利用した取引や決済の機会の拡大などにより、生活が便利になる一方で、消費者トラブルの複雑化・多様化が進み、高齢者などを標的にした悪質商法に関する消費生活相談は、依然として数多く消費者センターに寄せられています。

また、平成24年12月に「消費者教育の推進に関する法律」が施行されたように、「消費者市民社会」の形成に積極的に関与する消費者となるための消費者教育の重要性が高まっています。

この「消費者市民社会」とは、消費者は消費者被害を受け、救済されるという受動的な存在にとどまらず、日々の消費行動が経済や地球環境などに大きな影響を与える存在であることを自覚して、私たちひとりひとりが経済や環境によい影響を与えるような消費を考え、行動していく社会のことを言います。

「消費者市民社会」の形成に関わる消費者となるためには、まず、私たちは自らがそのような社会への影響力を持った消費者であることを自覚して、身の回りで起きている消費者問題に積極的に関心を持つことが大切です。

第3次基本計画では、「消費者市民社会」の実現に向けて、幼児期から高齢期までの各段階における消費者教育の充実や、高齢者等の消費者被害の未然防止などを重点項目として位置づけ、引き続き、消費生活の安全と安心を確保するために取り組んでまいります。

また、本計画の推進にあたっては、市民の皆様を始め、消費者団体などの関係団体、関係行政機関、民間事業者などの方々と連携してまいります。

最後に、本計画の策定にあたり、多大なご尽力をいただいた札幌市消費生活審議会の各委員の皆様にご心よりお礼申し上げますとともに、市民の皆様や関係団体の皆様から貴重なご意見をいただいたことに感謝申し上げます。

平成30年(2018年) 3月

札幌市長 秋元克広



第3次札幌市消費者基本計画

2018年度～2022年度

目次

第1章 消費者基本計画策定の背景・経緯	1
1 計画策定の背景	2
2 第2次基本計画策定の経緯	3
3 消費者教育推進プラン策定の経緯	4
第2章 消費者問題の現状と課題	5
1 消費者を取り巻くトラブルの現状	6
2 近年の消費者行動の特徴	10
3 消費生活についての市民の意識	12
4 国における消費者行政の動き	14
5 札幌市における消費者行政の動き	16
6 第2次基本計画・消費者教育推進プランの検証・総括	18
7 第3次基本計画の策定に必要な視点	26
第3章 第3次基本計画の全体像	27
1 基本となる考え方	28
2 計画の構成	29
3 計画の位置付け	30
4 計画の期間	30
第4章 重点項目	31
重点項目1 安全で安心できる消費生活に向けた取引行為の更なる適正化	33
重点項目2 高齢者等における消費者被害の未然防止の推進	33
重点項目3 自ら考え、判断し、行動する消費者となるための学びの機会の充実	34
重点項目4 消費者行政の更なる推進に向けた連携の強化とネットワーク化の拡充	34
第5章 計画の体系	35
1 安全・安心な暮らしの推進	37
2 表示など(広告その他を含む)の適正化の推進	38

●本書の中で、脚注番号を付した語句は、付属資料の「用語解説」(72～74ページ)に語句の説明を収録しています。

3	取引行為の適正化の推進	39
4	商品やサービスなどの確保や物価の安定の確保	40
5	消費者被害からの救済の推進	40
6	消費者意見の反映及び消費者の自主的活動の推進	42
7	持続可能な社会の形成に向けた行動の推進	42
8	消費者教育・啓発活動の推進	43
9	関係機関・団体との連携の推進	45
第6章	計画の推進のために	47
1	計画の推進体制	48
2	計画の進行管理・評価	48
3	計画関連施策の改善及び見直し	50
付属資料		51
	主な事業	52
	データ集	69
	消費者教育の体系イメージマップ	71
	用語解説	72
	札幌市消費生活審議会委員	75
	消費生活審議会審議経過	77
	平成28年度第2回市民意識調査(札幌市実施)	78
	消費者教育実施主体アンケート調査(札幌市実施)	79
	パブリックコメント	80
	札幌市消費生活条例	81
	札幌市消費生活条例施行規則	92
	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	98

第1章

消費者基本計画 策定の背景・経緯

第1章

消

費者基本計画策定の背景・経緯

1 計画策定の背景

札幌市では、平成6年に札幌市消費生活条例(以下、「消費生活条例」という。)を制定し、生活物資等における危害等の防止、生活物資等の確保・物価安定、消費者被害の救済等に関する施策を進めてきました。

その後、高齢化や高度情報化の進展などの消費者を取り巻く環境の変化や、複雑化・多様化する消費者問題及び新たな手口による悪質商法などに対応するため、平成19年に消費生活条例を全部改正しました。

改正後の消費生活条例においては、7つの消費者の権利を掲げ、これら「消費者の権利の確立」と、「消費者が自主的かつ合理的に行動するための自立の支援」を基本理念としています。また、この基本理念に則り、市は、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「基本計画」という。)を策定することとなっています。

これを踏まえ、平成20年9月に「第1次札幌市消費者基本計画(平成20年度～24年度)」を策定し、それに続く「第2次札幌市消費者基本計画(平成25年度～29年度)」を策定しました。

また、平成24年12月に施行された「消費者教育の推進に関する法律(以下「推進法」という。)」において、消費者教育の推進に関する施策についての計画である「消費者教育推進計画」を策定することが、市町村の努力義務として規定されたことを踏まえ、平成27年3月に第2次基本計画の一部として「札幌市消費者教育推進プラン(以下「消費者教育推進プラン」という。)(平成27年度～29年度)」を策定しました。

このたび両計画の計画期間が終了することから、消費者施策を一体的に推進するため、両計画を一体の計画として統合し、第3次札幌市消費者基本計画として策定します。

<札幌市が掲げる消費者の権利>

- ◆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
- ◆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

2 第2次基本計画策定の経緯

第1次基本計画においては、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や、インターネット消費生活相談の開始等の相談体制の整備・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。

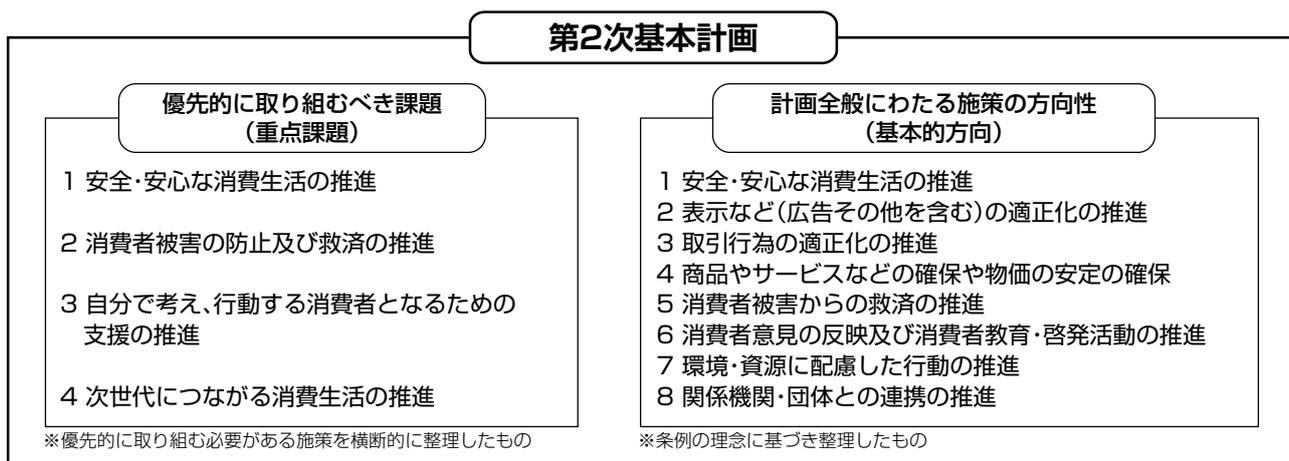
一方、新たな手口の悪質商法の登場やインターネット関連の消費者トラブルの増加、また、東日本大震災や食の安全・安心を脅かす事件の発生により、これまでの生活スタイルの見直しや、消費生活における安全・安心に対する意識が高まりました。

こうした消費者を取り巻く状況の変化の中、①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ること、②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、消費生活の安全や安心を脅かす事件が発生しているなど、安全で安心できる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ることが考えられました。

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」という消費生活条例の基本理念のもと、相談体制などの整備を進めつつ、消費者教育・啓発を充実し、自ら考え、判断する消費者の育成を支援することとし、下図のとおり、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。そして、課題の解決や消費者の権利の確立に向け、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、各部局の施策と連携して消費者施策を推進しています。(計画期間：平成25年度～29年度)

※「消費者市民社会」

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。(推進法第2条第2項)



3 消費者教育推進プラン策定の経緯

社会経済活動の中で、消費活動は大きなウェイトを占め、消費者の行動が経済社会に対して大きな影響を与えています。また、東日本大震災の経験から、特に非常時、緊急時において、消費者は自己の利益のみに終始した消費行動ではなく、他者への配慮や社会的な影響にも高い関心を持ち、行動することがより強く求められることが明らかになりました。

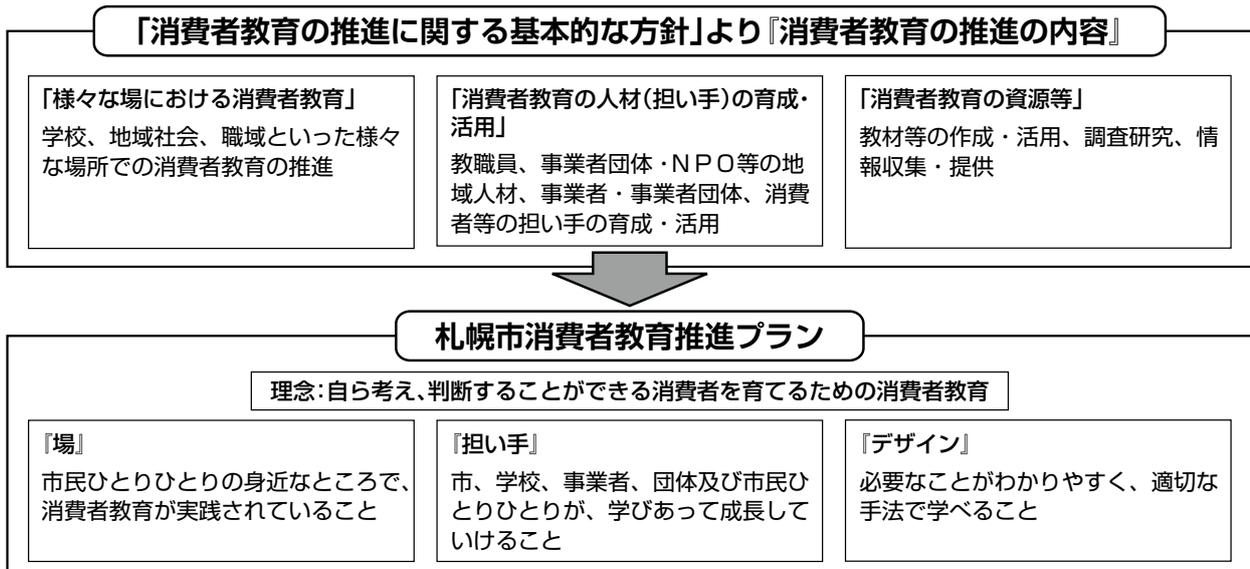
これらの社会経済情勢と消費者の置かれた状況から、「自ら考え行動する」自立した消費者の育成が課題となり、消費者教育の必要性が高まったことから、国は消費者教育の推進のため、平成24年12月に推進法を施行、平成25年6月には「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を閣議決定しました。

推進法第2条で、消費者教育は「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育(消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。)及びこれに準ずる啓発活動をいう。」と定義されています。そして、地方公共団体はその区域の社会的、経済的状况に応じた消費者教育施策を策定し、実施する責務を有し、推進法第10条第2項に、市町村は消費者教育の推進に関する施策についての計画を策定する努力義務が規定されました。

札幌市では、国の動きを踏まえ、第2次基本計画において消費者教育推進計画の策定を行うこととし、平成27年3月に消費者教育推進プランを策定しました(計画期間：平成27年度～29年度)。

消費者教育推進プランでは、「自ら考え、判断することのできる消費者を育てるための消費者教育」を理念とし、その理念を実現するための「目指す姿」として、「市民ひとりひとりの身近なところで、消費者教育が実践されていること(場)」、「市、学校、事業者、団体及び市民ひとりひとりが、学びあって成長していけること(担い手)」、「必要なことがわかりやすく、適切な方法で学べること(デザイン)」の3つを掲げています。

<消費者教育推進プランの構成>



第2章

消費者問題の 現状と課題

第2章

消

費者問題の現状と課題

消費者を取り巻く環境は、少子高齢化、高度情報化、グローバル化の進展などにより、ますます変化しています。これら環境の変化により、消費者トラブルや消費者被害が複雑化・多様化しており、新たな手口の悪質商法も次々と発生しています。

また近年では、食品表示の偽装など食の安全にかかわる事件など、消費生活の安全を脅かす事件も発生しています。

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) 人口減少社会の到来、高齢化の進展と高齢者の消費者トラブルの現状

平成27年国勢調査で、国の人口は127,094,745人となり、大正9年の調査開始以来、初めて減少しました。今後も出生率の低迷から、人口減少はさらに進んでいくと考えられています。

また、国における高齢化率(65歳以上の高齢者人口が総人口に占める割合)は平成27年に26.6%となり、今後も増加していくことが見込まれています。また、高齢単身世帯の割合も増加傾向にあり、65歳以上人口の6人に1人が一人暮らしとなっています。

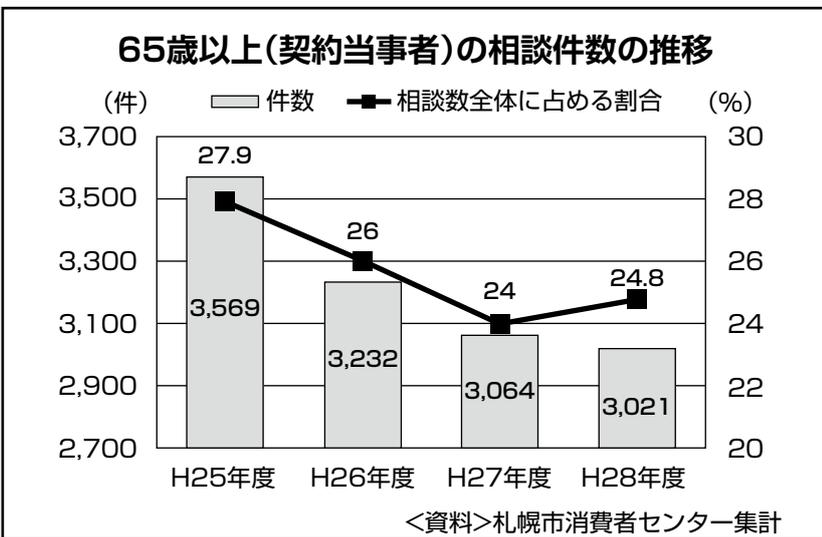
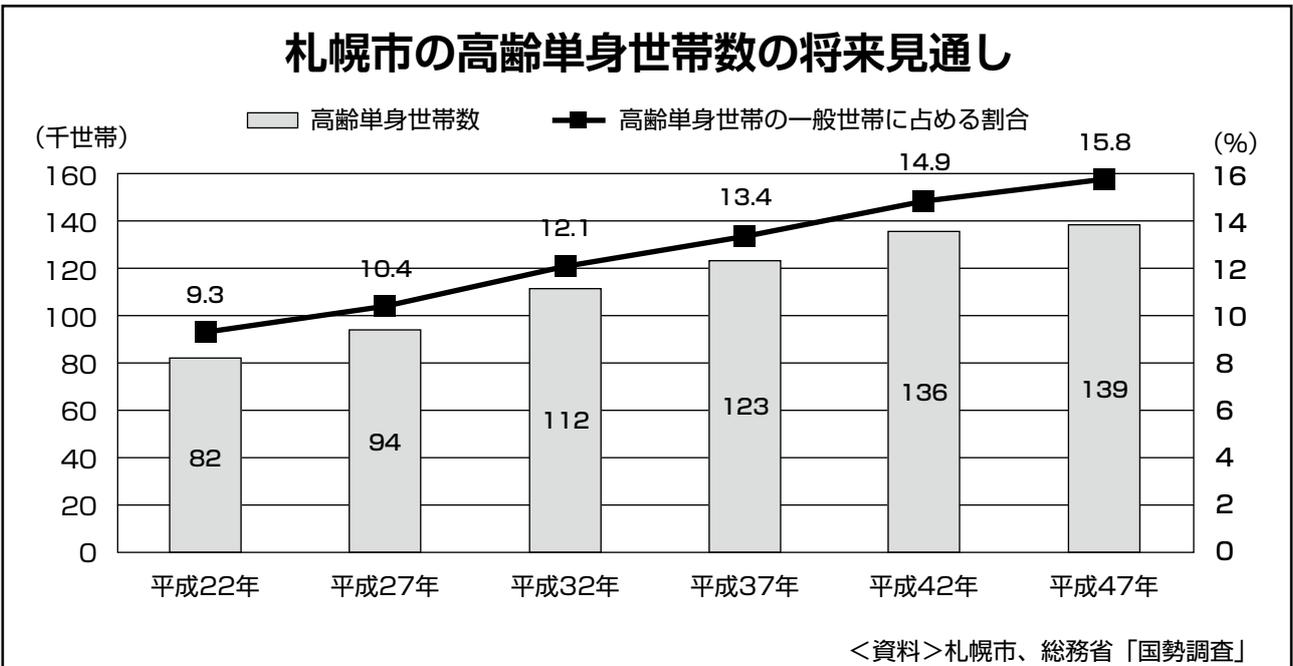
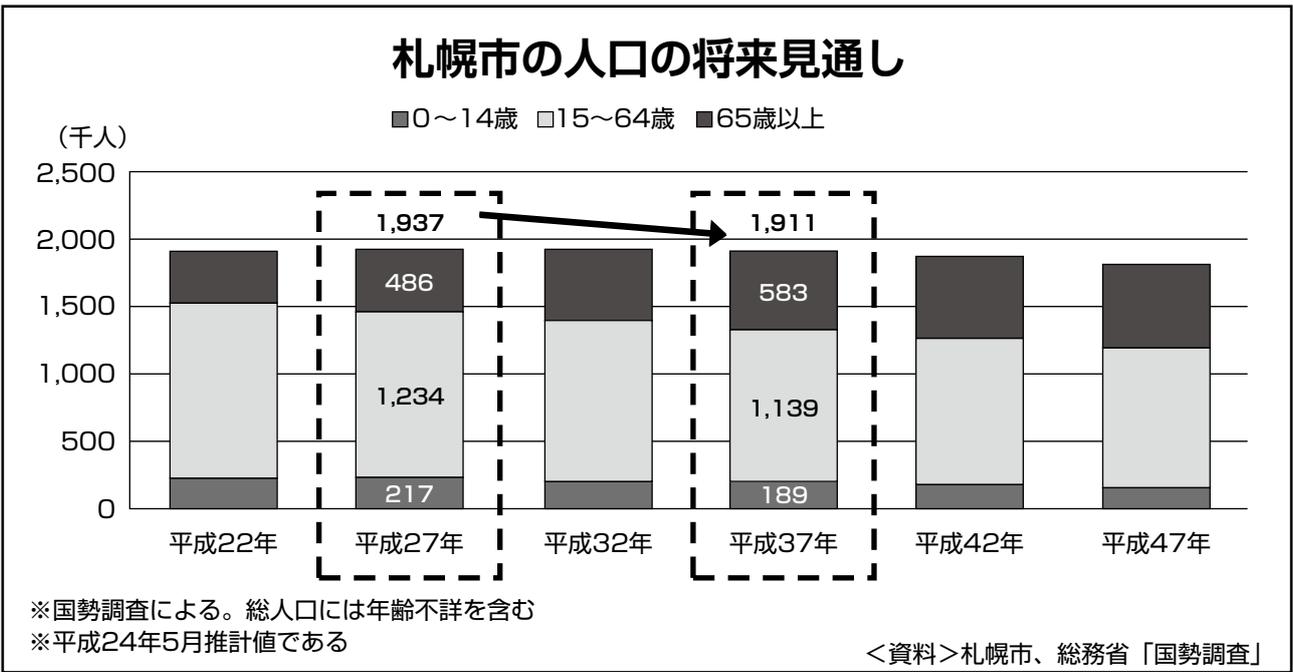
札幌市の人口は、近年は増加規模が縮小傾向にあるものの、大正9年から一貫して増加しています。これは、社会増加数(市外からの転入超過)が自然増加数(出生数－死亡数)を上回っているからです。自然増加数は平成21年に初めてマイナスとなり、その後、減少規模は拡大しています。このように、現在の札幌市の人口増加は社会増加によって支えられています。このように、現在の札幌市の人口増加は社会増加によって支えられていますが、ここ数年のうちには自然減少数が社会増加数を上回り、札幌市においても人口減少社会の到来が予想されます。

札幌市の高齢化率は国勢調査によると平成22年には20.5%でしたが、平成27年10月1日時点では24.8%に増加しており、今後も増加していくことが見込まれています。また、高齢単身世帯も今後右肩上がり増加し続けていく見通しです。

札幌市消費者センターに寄せられた相談をみると、第2次基本計画期間である平成25年度から平成28年度にかけて、相談件数全体のうち、65歳以上の相談件数の割合は25%前後で推移しています。

そして、高齢者を標的にした悪質商法に関する相談が依然として多く発生しています。特に判断能力が不十分な状態にある認知症等の高齢者はトラブルに遭いやすい状況にあり、また、トラブルに遭っているという認識が薄く、問題が潜在化しやすい傾向にあります。そのため、消費者トラブルに巻き込まれないよう、特に周囲の見守りが必要となります。

また、高齢者のインターネット利用者の増加を反映して、高齢者においても有料サイトや光ファイバー、携帯電話サービス等の情報通信関連の相談が多くなっています。



(2) 新たな手口の悪質商法や消費生活の安全に関する事件等の発生

消費生活の高度化、複雑化に伴い、消費者の知識不足や判断力不足に付け入るような悪質商法が次々発生し、手口も巧妙化しています。

例えば、公的機関を騙り、個人情報削除を持ちかけて勧誘し、金品を騙し取る、または、注文していない健康食品を送りつけて、あたかも支払い義務があるかのように思わせるなど、新たな手口による悪質商法が後を絶ちません。

近年は、スマートフォンの急速な普及により、インターネットを活用した商取引が著しく増加しています。また、商品の購入・サービスの利用において支払方法が多様化し、クレジットカードやプリペイドカードに代表される電子マネー等を利用した「キャッシュレス決済」は、現金を持ち歩かずにカードやスマートフォンで買い物ができる手軽さから、身近な決済手段として、消費者の利用機会が拡大している一方で、それを悪用した手口も見られます。具体的には、利用した覚えのない有料動画サイトの利用料金について金銭の支払いを要求し、その際の支払い方法として、消費者に大手通販サイト等のギフトカードを購入してカード番号を伝えるよう指示する手口です。

また、ここ数年の間には、消費生活の安全・安心を脅かす事件・事故が発生しています。産業廃棄物処理業者によって、食品関連事業者等から処分委託を受けた食品廃棄物が不正に転売され、その後、消費者に食品として販売された事案、外食産業におけるメニュー偽装や異物混入など、食の安全を脅かす事件が発生しました。

(3) 札幌市の相談受付状況

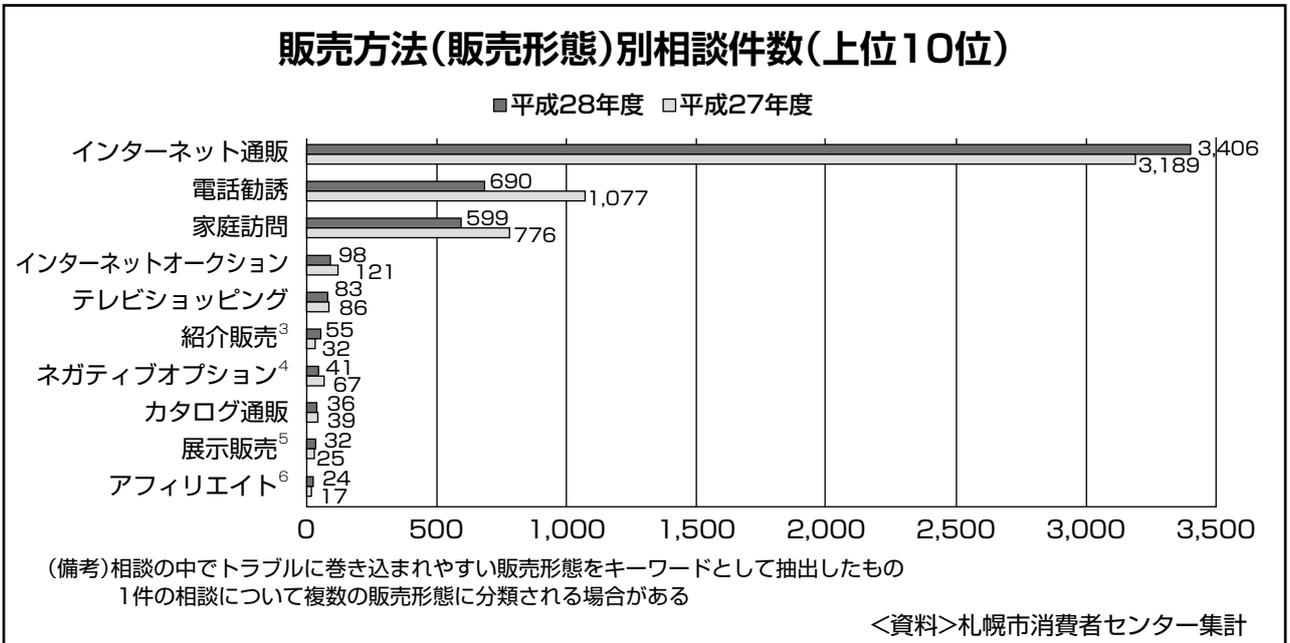
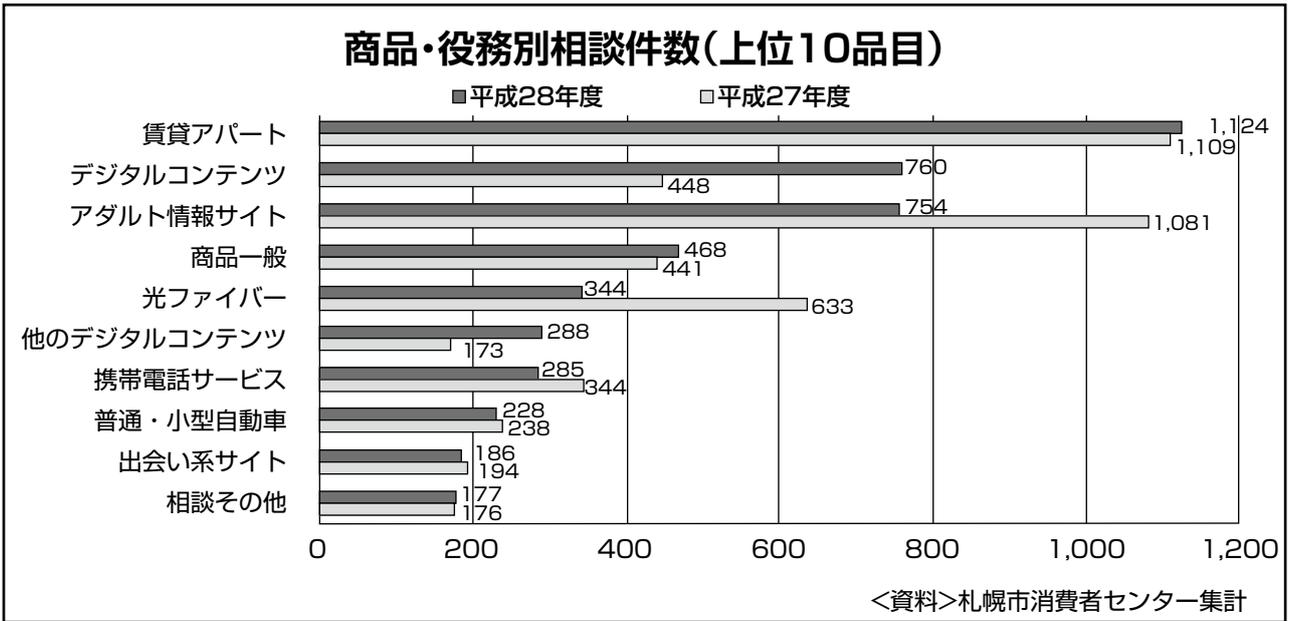
札幌市消費者センターに寄せられる消費生活相談件数は、平成23年度から12,000件台で推移しており、平成28年度は12,176件となっています。

商品・役務別相談件数では、近年は、「賃貸アパート」「デジタルコンテンツ」「アダルト情報サイト」に係る相談が上位となっています。「賃貸アパート」は賃貸物件の退去時の原状回復費用や敷金返還に係る相談が主な内容です。「デジタルコンテンツ」はインターネットの有料サイトの利用料に関する相談で、「アダルト情報サイト」はインターネット上で意に反して登録されたアダルトサイトの情報料等の不当な請求に関する相談などが主な内容となっています。

また、「携帯電話サービス」や「光ファイバー」に関する相談も多く寄せられています。近年のインターネットや携帯電話、スマートフォンの普及により、これらは重要な生活インフラの一つとして位置づけられるようになった一方で、急速な技術革新に伴い、サービス提供の基礎となる技術が高度化するとともに、サービス体系が複雑化したことにより、契約体系がわかりにくくなったことや、平成27年2月から始まった光回線サービスの卸売¹が要因と考えられます。

販売方法別相談件数では、インターネット通販が最も多くなっており、電話勧誘販売や訪問販売についても、依然として相談件数は多くなっています。

なお、平成28年度に札幌市消費者センターに寄せられた相談のうち、相談者からの依頼によりあっせん²を行ったものは861件で、あっせんによる被害救済額は95,632,376円となっています。

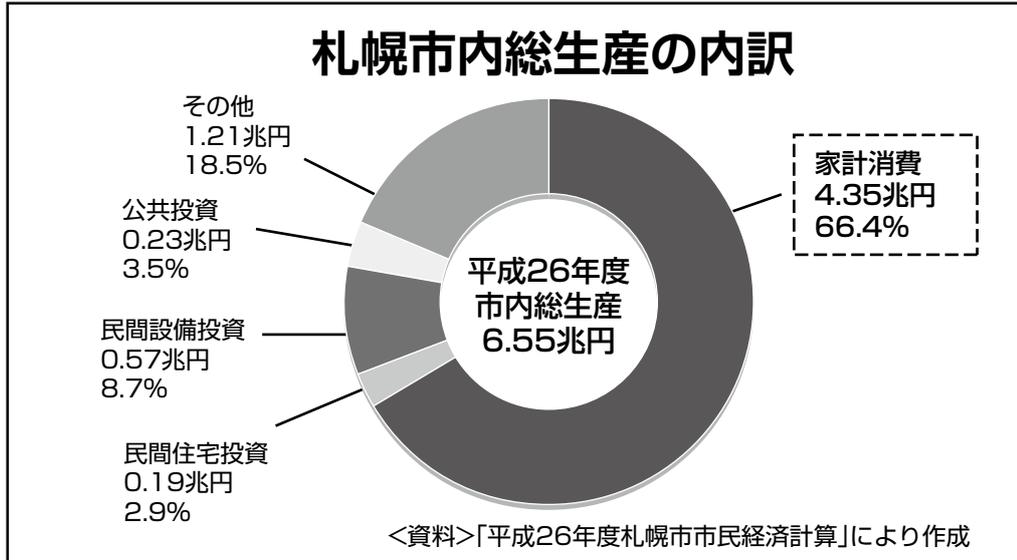


2 近年の消費者行動の特徴

(1) 社会経済活動に影響を及ぼす消費活動

社会経済活動の中で、消費活動は大きなウェイトを占めています。消費者が支出する消費額の総額は、平成28年に約293兆円で、国の経済全体(名目国内総生産(GDP))=約537兆円)の50%以上を占めています。また、札幌市における家計消費支出の占める割合は下表のとおり66.4%となっており、国の数値を上回っています。

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むことができる市場を構築することが重要です。



(2) 省エネルギーや食品ロスへの関心の高まり

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及び利便性を追求してきた結果、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、東日本大震災の発生に伴う原子力発電所事故の影響により、供給電力量がひっ迫する事態を契機として、エネルギー問題についての関心が高まり、札幌市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さまざまな動きがあります。

また、日本の食糧自給率は平成27年度で39%と大半を輸入に頼っている一方で、本来はまだ食べられるにもかかわらず捨てられる食品が大量に発生している「食品ロス」が問題になっています。環境省及び農林水産省では国内の事業系及び家庭系の食品ロス発生状況(平成26年度)の調査に基づき、平成29年4月に食品ロスに関する推計結果を公表しました。推計によると、日本国内の年間の食品廃棄物量は2,775万トンで、そのうち食品ロスが621万トンです。そして、そのうち家庭から発生する量が282万トンと、およそ半分を占めています。

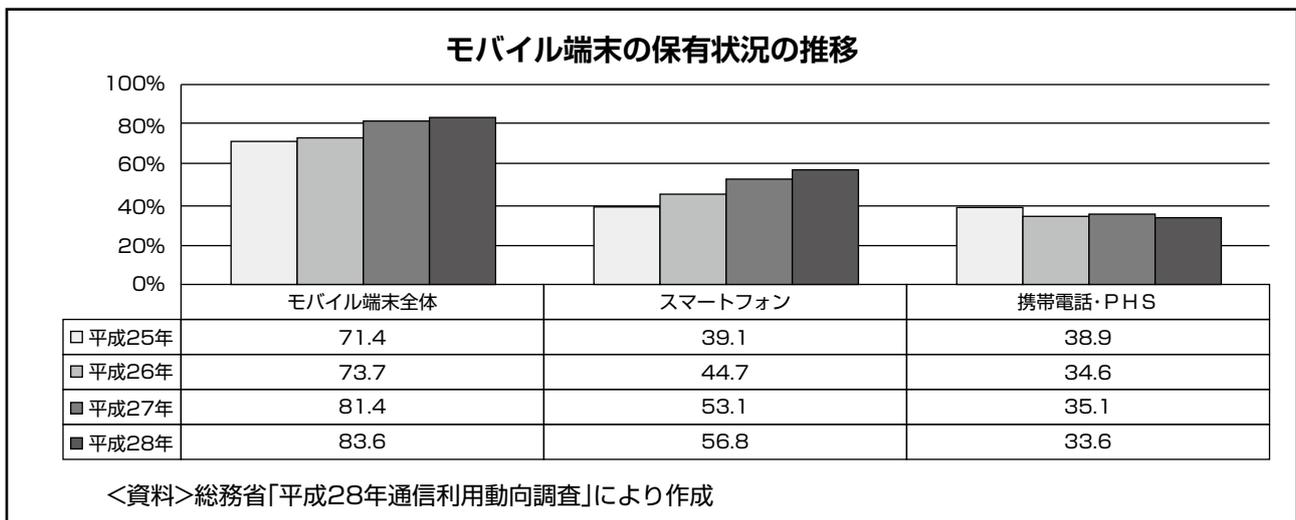
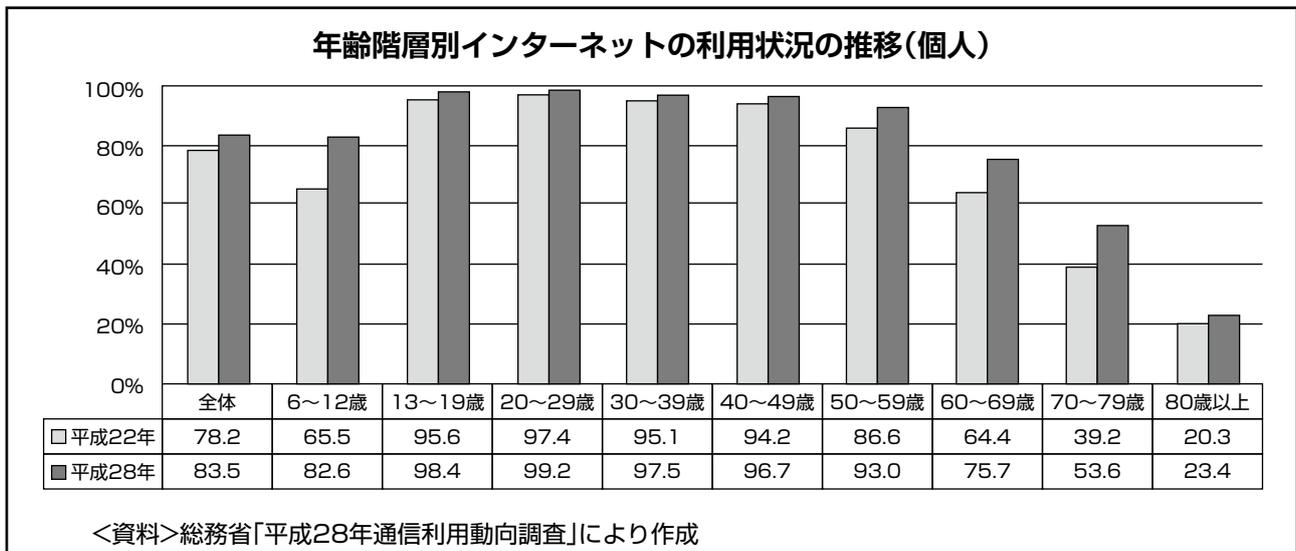
消費者庁の消費者意識基本調査によると、「食品ロス」が問題になっていることについての認知度が、平成24年から平成26年は60%台で推移しているところ、平成27年度は77.8%に上昇しており、消費者の関心が高くなっています。

(3) インターネット利用者の拡大

総務省の「平成28年通信利用動向調査」によると、インターネットを利用している個人の割合は全体で83.5%となっています。

年齢層別にみると、13歳から49歳までの層で100%近くになっています。また、高齢者の利用者也増加しており、60歳代で75.7%、70歳代で53.6%となっており、平成22年の調査と比較するとそれぞれ10ポイント以上増加しています。

また、近年はスマートフォンの利用者が急増しています。平成28年では56.8%がスマートフォンを保有しており、平成25年の39.1%と比較して、17.7ポイントも増加しています。スマートフォンのような手軽にインターネットを利用できる端末の普及が、インターネットを利用した商取引の拡大につながっていると考えられます。



3 消費生活についての市民の意識 ■■■■

(1) 市民意識調査の結果から

札幌市では、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するため、平成28年8月に満18歳以上の市民を対象とした市民意識調査を行いました。

(ア) 「札幌市消費者センター」の認知度

「札幌市消費者センター」について、名前だけは聞いたことがある人を含め知っている人は84.9%でしたが、消費生活相談ができることを知っていた人は55.2%でした。

10代～30代においては、札幌市消費者センターを知らなかったと回答した人が23%程度おり、若年者の認知度が低い傾向が見られました。

(イ) 消費者として個人として重要なこと

「自分で知識を身につけたり、学習したりする」と58.1%が回答しており、半数以上が自ら学ぶ姿勢が大切との認識を持っています。

(ウ) 消費者被害に遭わないために札幌市に力を入れてほしいこと

「悪質業者の取り締まりの強化」が最も多く71%で、そのほかでは、「消費者への情報提供」「高齢者等の見守りの強化」「相談窓口の充実」「学校等における消費者教育の充実」の順で多く回答がありました。

(エ) 消費者教育推進のために重要なこと

「消費者教育の重要性を市民に知ってもらうための広報やパンフレットでの周知」「学校などにおける授業の充実」がそれぞれ約50%でした。また、若年者は学校での教育の充実を重視し、高齢層ほど地域や消費者センターでの講座の充実が重要と回答する傾向が見られました。

(2) 消費者教育実施主体アンケート調査の結果から

平成26年の消費者教育推進プランの策定の際に、消費者教育の担い手である小・中学校、高等学校や大学・専門学校、事業者に対して、消費者教育に関するアンケートを実施しています。

(ア) 小・中学校、高等学校

小・中学校、高等学校の学習指導要領においては、社会科、公民科、家庭科などを中心に消費者教育に関する教育内容を実施することと定められています。

消費者教育を推進するにあたっての課題について、「他の優先課題があり取り組めない」「活用できる教材が少ない」「どのような取組をすればよいかわからない」の順に多く回答しています。

また、学校における消費者教育を推進するために必要なことについては、「実践事例の紹介、生徒向けの教材の配布・作成」「教員に対する研修」の順で多く回答しています。

学校現場では、他の優先課題があるなど制約も多い現状から、授業にすぐ活かせる、実践事例の紹介や教材の配布などに需要があると考えられます。

(イ) 大学・専門学校

大学等においては、成年と未成年が混在し、消費者の権利と責任が大きく変化する年代であり、社会的経験の浅い学生が消費者トラブルに遭わずに安心した生活が送れるよう、学生への情報提供などの支援が求められます。

消費者教育を推進するために課題となっていることについて、「他の優先課題があり取り組めない」「どのような取組をすればよいかわからない」「活用できる教材が少ない」を挙げる学校が多く、課題は特にないという回答も4分の1あり、消費者教育の必要性が十分認識されていないと考えられます。

(ウ) 事業者

学校教育の中で得た知識と、時代が変化する中で、社会に出てから必要となる知識は必ずしも一致しないため、事業者においても、従業員への消費者教育の実施が期待されています。

従業員への消費者教育の取組を行っている事業者は約4割でした。消費者教育を行っていない理由については、「消費者教育を企業等が従業員に行う必要があるとは思われない」と4分の1の事業者が回答しています。次いで「研修を運営する体制が取れない」「研修受講者の時間が取れない」が多くなっています。

事業者に消費者教育の必要性が十分浸透しておらず、必要性を感じている事業者でも、体制が整わない、時間がない等の問題を抱えていることがわかります。

4 国における消費者行政の動き

(1) 体制の整備

平成21年9月、消費者が主役となる社会の実現に向け、多数の省庁にまたがる事案に対処し、消費者行政を統一的・一元的に推進する「司令塔」として、内閣府の外局である消費者庁が発足しました。また、消費者庁発足と同時に、消費者行政全般に対する監視機能を持ち、消費者問題に関する調査審議、建議等を行う第三者機関として、内閣府に消費者委員会が設置されました。

平成24年10月には、消費生活上の生命・身体に係る事故の原因を究明するための調査を行い、被害の発生又は拡大の防止を図ることを目的として、消費者庁に消費者安全調査委員会が設置されました。

(2) 消費生活に関する法律の制定・改正

平成24年12月	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」が新たに施行されました。
平成25年2月	事業者の自宅訪問による貴金属等の強引な買取り（訪問購入）に対応するため、「特定商取引法 ⁷ の一部を改正する法律」が施行されました。
平成25年4月	既存の法律では対応困難である、いわゆる「すきま事案」に対して行政措置を行う仕組みを導入する「消費者安全法 ⁸ の一部を改正する法律」が施行されました。
平成27年4月	食品衛生法、健康増進法及びJAS法と3つに分かれていた食品の表示に関する規定を統合し、包括的かつ一元的な食品表示制度を創設するための「食品表示法」が施行されました。
平成28年4月	地域の見守りネットワークの構築、消費生活相談等により得られた情報の活用に向けた基盤整備、消費生活相談体制の強化、消費生活相談員資格の創設 ⁹ 、消費生活相談員の確保と資質向上のため、「消費者安全法」が改正されました。
平成28年10月	相当多数の消費者に共通する原因に基づく一定の財産的被害について、消費者個人による被害の回復が困難な場合の訴訟制度を定めた「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」が施行されました。
平成29年6月	過量な内容の契約等の取消しや、事業者の債務不履行の場合でも、消費者の解除権を放棄させる条項を無効とするなど、契約の取消しと無効等の条項を追加するため「消費者契約法の一部を改正する法律」が施行されました。
平成29年12月	悪質事業者への対応の強化や、所在不明の違反事業者への対応、電話勧誘販売における過量販売規制の導入等を定めた、「特定商取引に関する法律の一部を改正する法律」が施行されました。

(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、平成17年に「消費者基本計画」が策定され、消費者施策の推進が図られてきました。

平成27年3月には、平成27年度から平成31年度までの5年間を対象とする「第3期消費者基本計画」が策定されました。同計画では、消費者施策を推進する上で考慮すべき視点として、多くの主体の連携や地域の体制・取組の充実などを示し、また、5年間で取り組むべき施策について、「消費者の安全の確保」、「消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成」等の6項目に整理して体系化・構造化を図っています。

さらに、計画を着実に推進するため、関係府省等が講ずべき具体的施策について、計画の対象期間中のスケジュール、施策の内容、担当府省等を示した「工程表」を作成し、5年間の取組予定を明確化するとともに、効果把握のために施策ごとに評価指標を設定しています。

(4) 地方消費者行政への支援

消費者庁設立以降、国においては、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(平成27年度以降は地方消費者行政推進交付金)による財政的支援を行っています。

平成26年1月には「地方消費者行政強化作戦」を定め、相談窓口のない地方公共団体の解消や、消費生活センターの設立促進、さらには消費生活相談員の資格保有率や研修参加率の引き上げ等の目標を掲げ、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる地域体制を全国的に整備することを目指しています。また、「第3期消費者基本計画」を踏まえ、平成27年3月に同作戦を改定し、新たに消費者教育の推進、見守りネットワーク(改正消費者安全法の規定に基づく消費者安全確保地域協議会)の構築に関する目標を定めました。

(5) 消費者ホットライン「188」¹⁰の運用開始

平成27年7月、全国共通の電話番号から身近な消費生活相談窓口を案内する消費者ホットラインについて、覚えやすい3桁の番号「188」による案内が開始されました。

(6) 学習指導要領の改正

平成29年3月31日、文部科学省は小学校及び中学校学習指導要領の全面改訂について公示しました。新小学校学習指導要領は平成32年4月1日から、新中学校学習指導要領は平成33年4月1日から施行されます。

今回の改訂により、小学校家庭科では、買物の仕組みや消費者の役割、購入するために必要な情報の収集・整理など売買契約の基礎について身に付けることが盛り込まれました。中学校技術・家庭科(家庭分野)では、購入方法やクレジットカード等の支払い方法の特徴、計画的な金銭管理の必要性、消費者被害の背景とその対応、消費者の基本的な権利と責任、自分の消費生活が環境や社会に及ぼす影響等について理解し、自立した消費者として責任ある消費行動を考え、実践する力を身に付けることができるよう、消費者教育の充実が図られました。

5 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年に消費生活条例の全部改正を行い、札幌市は7つの消費者の権利を掲げています。

<札幌市が掲げる消費者の権利> (再掲2ページ)

- ◆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
- ◆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

(2) 札幌市消費者基本計画の策定

平成20年9月に、消費生活条例第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(平成20年度～24年度)を策定しました。

続く第2次基本計画(平成25年度～29年度)は、消費生活条例の「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、消費者施策を推進しつつ、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推進してきました。

また、平成24年12月に推進法が施行され、平成25年6月には「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定されたことを踏まえて、平成27年3月に消費者教育推進プラン(平成27年度～29年度)を第2次基本計画の一部として策定し、「自ら考え、判断することのできる消費者を育てるための消費者教育」を理念として、消費者教育を推進しています。

(3) 国や独立行政法人国民生活センターとの関係

国は消費者行政の一元化のために設置した消費者庁において、消費生活に関する法律の制定や消費者基本計画の策定、地方消費者行政への支援等を実施しています。特に消費生活センターについては、人口5万人以上の全市町等に設置することを当面の政策目標として定め、窓口の充実等について地方消費者行政推進交付金により支援しています。一方、地方公共団体においては消費者基本法及び消費者安全法に基づき、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的・経済的状況に応じた消費者施策を推進する責務を有しており、都道府県においては消費生活センターの設置義務、市町村においては設置の努力義務が課せられています。

また、国や全国の消費生活センターと連携して消費者問題における中核的な実施機関としての役割を担う、独立行政法人国民生活センターが設置されています。国民生活センターの主な役割は、①行政機関及び事業者団体への要望、情報提供、②全国の消費生活センター等に対する支援(平日・休日のバックアップ相談窓口の開設等の全国の消費生活

センターの相談業務への支援、消費者行政担当職員や消費生活相談員を対象とした研修の開催等)、③消費者に対する注意喚起(悪質商法による被害拡大防止のための注意喚起、商品事故等の被害拡大防止のための商品テスト等)があります。

(4) 札幌市消費者センターと北海道立消費生活センターとの連携

札幌市内には札幌市消費者センター(北区北8条西3丁目)に加えて、北海道が設置する北海道立消費生活センター(以下「道立センター」という。)(中央区北3条西7丁目)があります。両センターでは消費生活相談及び啓発事業をそれぞれ実施しており、札幌市民はいずれのセンターも利用することが可能です。

道立センターの特性としては、市町村域を超えた広域的な知見を必要とする事案への対応や、市町村に対する必要な助言、協力、情報の提供その他の援助を行うことになっています。

道立センターには平成28年度に5,900件の消費生活相談が寄せられており、札幌市民から寄せられる相談も多いことから、札幌市内で発生している消費者トラブルの傾向を把握し、新たな手口の悪質商法への速やかな対応をするために、両センターが情報共有等の連携をする必要があります。連携の取組として、全国消費生活情報ネットワークシステム(P I O - N E T)¹¹による情報共有のほか、新手又は極めて悪質な事業者の案件のうち、全道に被害が拡大する恐れがあると判断したものについて、道立センターから全道の消費生活相談窓口へ情報提供を行っています。

また、講座等の啓発事業において、企画段階で年間の講座計画についての打合せ会議を開催し、効率的な講座の実施のための情報交換をしているほか、共催による啓発事業も開催しています。

今後のさらなる連携のあり方については、継続して北海道と協議を進めていきます。

6 第2次基本計画・消費者教育推進プランの検証・総括

第2次基本計画及び消費者教育推進プランの推進にあたっては、毎年度、札幌市消費生活審議会(以下、「審議会」という。)に進捗状況の報告をしています。

第2次基本計画の「重点課題と目標」に掲げた取組の実施状況、行動目標及び成果指標の達成状況、「計画の体系」に沿って実施した取組の担当部局による評価について、また、消費者教育推進プランにおいて掲げる取組の実施状況と、達成指標及び成果指標の達成状況について検証を行います。

(1) 第2次基本計画の重点課題における取組概要と評価

第2次基本計画では優先的に取り組むべき課題として4つの「重点課題」を掲げています。それぞれの課題解決のために実施した取組実績と行動目標の達成状況に基づき検証を行いました。

なお、計画策定スケジュールの都合上、行動目標の目標値が計画期間(平成25年度～29年度)5年間の累計としているものは、目標値の4年間相当値(目標値×4/5)と、4年間(平成25年度～28年度)の実績値を比較して評価しています。

評価にあたっては、◎は目標値に達しているもの、○は目標値には達していないが計画策定時より改善しているもの、△は計画策定時より後退しているものとしています。

(ア) 重点課題1 安全・安心な消費生活の推進

行動目標	計画策定時	目標値	達成状況
1 災害時の価格・需給動向調査や災害時に特有の消費生活に関する情報提供の手順の整備	—	26年度までに整備	◎ 27年3月に「市民生活班災害業務マニュアル」を作成

【主な取組結果】

- ・家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法、電気用品安全法に基づく製品表示や、計量法に基づくはかりやメーターの精度についての立入検査等により、商品やサービスに対する適正表示などの検査・指導を行いました。
- ・製品事故情報や、石油製品や生活関連商品の価格の調査結果等、各種媒体を通じた情報提供を行ったほか、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消費者への情報提供を行いました。
- ・事業者が消費者の信頼を得るための消費者志向経営を広める講座などを実施しました。
- ・地域の商店街への融資等による商店街の活性化支援を通じて、地域で買い物しやすい環境づくりの取組を実施しました。
- ・消費者センターにある消費者サロンを消費者団体の活動の場として提供するなど、消費者団体の活動支援を行いました。
- ・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である「市民生活班災害業務マニュアル」を平成27年3月に作成し、災害時における体制の整備を行いました。

・「市民生活班災害業務マニュアル」に基づき、災害時における消費者被害の未然防止のための訓練を実施しました。

【検証】

・表示検査や事業者指導など、取引の安全・安心の確保に向けた取組は着実に progressing しています。一方で、市民意識調査では、消費者被害に遭わないために札幌市に力を入れてほしいことという質問に対する回答で「悪質業者の取り締まりの強化」が最も多かったことから、取引の安全の確保のための取組は、今後も引き続き実施していく必要があると考えられます。

(イ) 重点課題2 消費者被害の防止及び救済の推進

行動目標	計画策定時	目標値	達成状況
2 障がいのある人向けの消費者被害防止ネットワーク事業の実施区数	3区 (23年度)	10区 (25年度)	◎ 25年度から10区で障がい者向けの取組を開始
3 消費者被害防止ネットワーク事業における啓発講座の実施回数	101回 (23年度)	600回 (5年間の累計)	○ 25～28年度の4年間の累計438回
4 相談員の研修受講回数(延べ回数)	87回 (23年度)	450回 (5年間の累計)	◎ 25～28年度の4年間の累計402回

【主な取組結果】

・高齢者や障がい者の消費者被害に関する地域の見守りネットワークとして「消費者被害防止ネットワーク事業」を実施しました。地域での見守りや啓発活動の中心的役割を担う消費生活推進員を各区に配置し、高齢福祉関係機関や障がい福祉関係機関などと連携し、消費者被害の未然防止、早期発見・救済、被害拡大を防ぐための見守り活動や啓発活動を実施しました。平成25年度からは全10区において障がい者向けの取組を実施しています。

・平成28年度から、地域での見守りの担い手を拡充するために消費生活サポーター制度を開始し、自主的に消費者被害防止のための見守りや啓発活動を行っている企業や各種団体を消費生活サポーターとして登録し、連携して見守り活動等を実施しています。また、平成29年度からは、市民に広く消費生活問題について関心をもってもらうために、自ら学び、身近な人の見守りができる消費生活サポーターを養成するための消費生活サポーター養成講座を開始しました。

・日中に電話や来所による消費生活相談ができない方のために、インターネット消費生活相談を実施したほか、地方公共団体が設置している最寄りの消費生活相談窓口を案内する消費者ホットライン「188」のPRを行い、相談環境の確保を行いました。

・相談体制の充実のための取組として、複雑化・多様化する相談に的確に対応できるよう、相談員を(独)国民生活センター等が開催する研修に派遣し、さらに派遣相談員を講師と

した内部研修を実施するなど、相談員の資質向上を図りました。

- ・関係機関との連携による消費者被害への対応として、北海道主催の消費者被害防止連絡会への参加や、様々な事業者団体と情報交換を行うなど、各機関との連携に努めました。
- ・消費生活相談の際に必要な応じて裁判外紛争解決手続(ADR)¹²の情報提供を行いました。また、差止請求訴訟を行う適格消費者団体¹³と相談情報の共有を行い、事業者の不当な取引行為の改善のために連携して取り組みました。

【検証】

・行動目標3の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については、計画期間中の5年間で600回の目標値に対して、平成28年度末までの4年間の累計で438回に留まっています。この啓発講座は、地域包括支援センター等の福祉関係団体や障がい福祉関係団体、民生委員児童委員協議会、町内会等の団体からの依頼により講師を派遣し、高齢者や障がい者向けに開催する講座が大半を占めていますが、講師派遣依頼数が想定より伸びなかったため、計画策定時と比較すると若干増えているものの、目標値に達することは難しくなっています。

一方、高齢者等を標的にした悪質商法が依然として発生しており、高齢単身世帯の増加が進む状況にあっては、高齢者等を地域で見守る必要性は高まっていくと考えられますので、消費生活サポーターを含め、消費者被害防止ネットワーク事業は今後も引き続き取り組んでいく必要があります。取り組むにあたっては、事業内容や派遣講座の周知にも力を入れる必要があります。

・行動目標4の相談員の研修受講回数は達成できる見込みですが、消費者トラブルが複雑化・多様化する中、新たな消費者トラブルに対応できる相談体制を整備するためにも、相談員の資質向上のための取組は今後も引き続き実施していく必要があると考えられます。

(ウ) 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

行動目標	計画策定時	目標値	達成状況
5 児童、生徒、学生を対象とした校内での啓発事業の実施回数	21回 (23年度)	200回 (5年間の累計)	○ 25～28年度の4年間の累計 158回
6 消費者教育推進のための計画の策定	—	26年度までに策定	◎ 27年3月に札幌市消費者教育推進プランを策定
7 消費者センターが行う啓発講座の実施回数(出前講座や講師派遣講座等、依頼を受けて行う講座は含まない)	32回 (24年度)	200回 (5年間の累計)	○ 25～28年度の4年間の累計 146回

【主な取組結果】

- ・平成24年12月に施行した推進法第20条に定める「消費者教育推進地域協議会」について、平成25年12月に審議会を同協議会として位置づけ、消費者教育の推進のための情報交換や調整等を行っています。
- ・平成27年3月に消費者教育推進プランを策定し、「自ら考え、判断することのできる消費者を育てるための消費者教育」を基本理念として、消費者の年代や特性に応じた消費者教育を推進しています。
- ・学校における消費者教育の推進のための取組として、市内の各学校(小・中学校、高等学校、大学・専門学校、特別支援学校)からの依頼により、講師を派遣して各種講座を実施しました。また、学校教育における消費者教育に関する授業内容等の研究のために教育委員会が設置している消費者教育実践研究会に参加し、教職員とともに学校での効果的な指導方法による授業を促すための実践的研究を行いました。
- ・平成27年度には、市内の子どもたちが札幌のまちづくりについて考える「子ども議会」において、子どもの消費者センターの認知度を高める取組みとして提案があった、消費者ホットラインPRカードを市内の小・中学校、高等学校に配布し、学校との連携による消費者教育の推進を図りました。
- ・消費生活(衣・食・住)に関する知識を取り上げた消費生活講座、幼児とその保護者向けの製品事故情報や絵本の読み聞かせを行う講座、新たな消費生活に関する法律の施行に合わせたシンポジウムの開催などにより、消費生活に必要な知識を学ぶ機会の確保を図りました。
- ・高齢者向け、若年者向けなど対象に応じた啓発物の作成や、ホームページや市の広報誌、新聞等を活用した情報提供を行うなど、消費生活に関する情報提供・啓発活動を行いました。
- ・最新の消費者トラブルや消費生活に関する一般的知識をテーマとした消費生活講座や、講師派遣講座等を実施しました。

【検証】

- ・行動目標5の学校内での啓発活動の実施回数は、概ね目標値の達成に向け着実に実施しています。平成29年3月31日に公示された小学校及び中学校学習指導要領では消費者教育が充実されたことから、学校での消費者教育のより一層の推進のための取組が今後必要になってくると考えられます。
- ・行動目標7の消費者センターが行う啓発講座(出前講座等の依頼により行う講座を除く)の実施回数については、平成28年度から開始した幼児とその保護者向けの製品事故に関する講座の実施などにより、計画年度期間中には目標値はおおむね達成できる見込みです。

(工) 重点課題4 次世代につながる消費生活の推進

行動目標	計画策定時	目標値	達成状況
8 環境保全と消費生活に関する啓発事業の実施回数	5回 (23年度)	50回 (5年間の累計)	◎ 25~28年度の4年間の累計 44回

【主な取組結果】

- ・社会的な影響を意識した行動の推進のための取組として、環境教育と連携した消費者教育講座を実施しました。
- ・持続可能な社会の形成に向けた取組として、ごみ減量・リサイクルに関する行動の喚起と促進のために、リサイクルプラザ等の施設でのイベントや出前講座等を実施しました。また、環境保全活動の拠点施設として環境プラザを運営し、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いました
- ・ムダなく、賢く省エネ・節電を楽しむ暮らし方「さっぽろスマートライフ」が定着した街をめざし市民に呼びかける「さっぽろスマートシティプロジェクト」として、イベントの開催やポスター掲出などにより啓発を行いました。

【検証】

- ・持続可能な社会の形成を推進するための、啓発活動などの取組は着実に実施しています。省エネルギーや食品ロスなどへの消費者の意識の高まりからも、今後も引き続き、持続可能な社会の形成に向けた取組は推進していく必要があります。

(オ) 成果指標

成果指標	計画策定時	目標値	達成状況
1 消費者センターで消費生活相談ができることを知っている人の割合	59.1% (23年度)	80% (28年度)	△ 55.2% (28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つた人の割合	5.6% (23年度)	3% (28年度)	○ 4.7% (28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	35.9% (23年度)	70% (28年度)	◎ 88.4% (28年度)
4 トラブルがあった際に、自分で交渉して解決したか、または誰かに相談したことで解決した人の割合	78.2% (23年度)	90% (28年度)	○ 82.8% (28年度)

【検証】

- ・消費者センターの周知のため、ホームページや広報さっぽろ、啓発パンフレットの作成などを行ったほか、消費者ホットラインの開設に合わせた広報も実施しましたが、指標1の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は、計画策定時より低くなりました。若年者の認知度が低い傾向が見られ、消費者センターなどの相談窓口の周知や啓発に引き続き取り組んでいく必要があります。

- ・消費者庁が実施した「平成28年度消費者意識基本調査」によると、消費者ホットライン188の名前、番号、内容のいずれかを知っていた人の割合は18.9%、全てを知っていた人は3.3%となっており、消費者ホットラインの認知度が全国的に低くなっており、今後消費者ホットラインの周知もあわせて行っていく必要があります。
- ・指標2及び指標4は、目標値には至らなかったものの、計画策定時より改善しています。消費者トラブルに遭った際に相談できる窓口は、消費者センターの他にも、事業者団体が開設している相談窓口や法律相談等があり、消費者センター相談窓口の周知に加え、適切な相談窓口で相談できるように、相談窓口相互間の連携を行っていく必要があります。
- ・指標3の若年者のうち、消費者教育を受けたことがある人の割合は、目標値を達成しています。市民意識調査においても、学校教育の中で消費者教育を受けたことがあると回答している人が多くなっており、学校との連携により、消費者教育を推進することが効果的であると考えられます。

(2) 第2次基本計画の体系に基づく取組の進捗状況

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、消費者施策に関係する部局においては、計画の体系に基づく各種事業(平成28年度時点で計119事業)が着実に行われています。

(3) 消費者教育推進プランに掲げる取組概要と評価

消費者教育推進プランは①市民が利用できる「場」を充実させる、②「担い手」となる人材の発掘と、成長への支援を行う、③市民がしっかり学べる、消費者教育の「デザイン」を行う、以上3つの目標と、達成指標・成果指標の達成状況に基づき、検証を行いました。

なお、計画策定スケジュールの都合上、達成指標の目標値が平成29年度実績としているものは、平成28年度の実績値と比較して評価しています。

(ア) 達成指標

達成指標	計画策定時	目標値	達成状況
1 消費者センターで把握している講座等の回数(カタログの掲載数)	214回 (25年度)	500回 (29年度)	○ 408回(28年度)
2 消費者センターで実施する年間の講座等の回数(出前講座等も含む)	214回 (25年度)	250回 (29年度)	△ 207回(28年度)
3 担い手を育成するための講座数	8件 (25年度)	20件 (29年度)	◎ 26件(28年度)
4 「消費者教育に関する取組マップ(消費者教育の体系イメージマップ)(付属資料71ページ参照)」における、講座を実施している割合	54% (25年度)	84% (29年度)	◎ 87%(28年度)

消費者教育の体系イメージマップにおける平成25年度と平成28年度の取組状況比較（消費者センター実施分）

		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
構築 消費者市民社会の	消費がもつ影響力の理解	0⇒1	1⇒0	1⇒1	2⇒4	5⇒6	4⇒9	4⇒6
	持続可能な消費の実践	0⇒2	4⇒4	3⇒2	1⇒14	2⇒7	22⇒29	2⇒9
	消費者の参画・協働	0⇒0	2⇒0	0⇒2	4⇒0	5⇒5	2⇒3	2⇒4
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	0⇒14	5⇒2	10⇒2	9⇒11	9⇒13	26⇒49	20⇒17
	トラブル対応能力	0⇒2	0⇒2	2⇒8	6⇒6	21⇒36	50⇒64	129⇒100
	生活の管理と契約	0⇒1	0⇒0	0⇒3	0⇒1	9⇒11	8⇒9	26⇒6
生活の管理と契約	生活を設計・管理する能力	0⇒1	1⇒0	0⇒0	0⇒1	2⇒2	1⇒5	1⇒4
	情報の収集・処理・発信能力	0⇒1	0⇒2	0⇒7	0⇒2	2⇒6	2⇒9	1⇒5
情報とメディア	情報社会のルールや情報モラルの理解	0⇒0	0⇒1	0⇒2	0⇒2	0⇒6	0⇒9	0⇒7
	消費生活情報に対する批判的思考力	0⇒1	0⇒0	0⇒6	0⇒1	0⇒5	0⇒5	0⇒2

※計画策定時（平成25年度）と平成28年度の消費者センターで実施した消費者教育の取組回数
 計画策定時時点で0回で平成28年度に実施した領域 平成28年度に実施しなかった領域

【主な取組結果】

- ・市内の様々な消費者教育の取組を掲載した消費者教育カタログ「さっぽろ暮らしまなBOOK」の作成・配布や、カタログのデータベースWebページの構築・公開により、消費者教育の「場」の情報を市民に提供しました。また、TV・ラジオCMや地下鉄額面広告、消費者センターホームページ等を活用したPR活動を実施し、これまで自らが行う取組が消費者教育としての側面を持っていると気づかずにいた「担い手」に対する消費者教育の意識づけ、理解促進を図りました。
- ・「さっぽろ暮らしまなBOOK」のWebページの構築においては、対象者の年代と消費者教育の領域から、必要な講座を検索しやすい構成とするとともに、新たな取組みを随時投稿することができる仕組みとすることで、消費者と消費者教育の担い手の両者にとって、利用しやすいように工夫しました。
- ・教職員・消費生活推進員等の消費者教育の担い手を対象とした効果的でわかりやすい授業や講座の手法についての研修を実施しました。
- ・消費者教育に関する取組マップにおいて、取組の少ない領域を確認し、偏りなく学べるように、講座や啓発を企画(デザイン)しました。計画策定時においては、幼児期の取組や、情

報とメディアに関する教育が少ない状況でした。幼児期向けの取組として、製品事故の防止に関する講座や、幼児向けの消費者教育に関するアニメーション動画の作成・配布を実施しました。情報とメディアに関する教育としては、インターネットトラブルに関する講座等を充実しました。

【検証】

・市民が利用できる「場」の充実に関しては、「さっぽろ暮らしまなBOOK」 Webページの公開により、札幌市の取組に加え、企業等が実施している取組を市民に情報提供することにより、市民がより多くの消費者教育の場にアクセスしやすい環境を整備することができました。

一方、指標2のとおり消費者センターで実施する年間の講座等の回数が目標値に満たない見込みとなっています。これは主に、前述した消費者被害防止ネットワーク事業における講師派遣講座の開催回数が伸びなかったことによります。

「場」の充実のために、今後は消費者センターの講座の充実やPRに加え、消費者団体や企業等が実施している消費者教育に関する取組を市民に情報提供することなどを通じ、これらの団体と連携して取り組んでいく必要があります。

・「担い手」となる人材の発掘と、成長への支援については、指標3のとおり消費者教育の担い手向けの講座を充実することができたほか、「さっぽろ暮らしまなBOOK」を作成し、講座等のPRをすることにより担い手の活動支援を行うことができました。

・市民がしっかり学べる、消費者教育の「デザイン」については、指標4のとおり、消費者教育に関する取組マップの各領域のバランスに配慮して、講座や啓発を実施することができました。しかし、特に幼児期から高校生期にかけて取組の少ない領域が見られることから、教育委員会との連携を強化するほか、隈なく消費者教育が行われるように講座等を企画していく必要があります。

(イ) 成果指標

成果指標	計画策定時	目標値	達成状況
1 若年者のうち、消費者教育を受けたことがあると答える人の割合	35.9% (23年度)	70% (28年度)	◎ 88.4% (28年度)
2 消費者センターで実施した講座等への参加者数	7,696人 (25年度)	9,000人 (29年度)	◎ 9,523人 (28年度)

【検証】

・指標1は基本計画の成果指標3と同一です。
 ・指標2の消費者センターで実施した講座等への参加者数は平成28年度で目標値は達成しています。講座の開催数は前述のとおり目標値には達しませんでした。大きな規模の講座を実施するなどして、より多くの市民が消費生活について学ぶことができ、消費者教育の推進を図ることができました

7 第3次基本計画の策定に必要な視点

第2次基本計画及び消費者教育推進プランの実施状況や、消費者を取り巻く環境の変化などを踏まえ、第3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展開していく必要があります。

(1) 市民が安全で安心できる消費生活を送れるような消費者施策の展開

表示に関する検査や各種媒体を通じた情報提供などは着実に進められている一方で、商品等の安全性を脅かす事件・事故の発生や新たな手口の悪質商法等により不安を抱えている市民も多いことから、安全で安心できる消費生活の実現のため、適正表示などの監視・指導や不当な取引行為を行っている事業者への対応、消費者トラブルに遭った際に相談できる相談窓口等の周知に引き続き力を入れる必要があります。

(2) 高齢者等の消費者被害の未然防止のための取組の推進

消費者被害防止ネットワーク事業等により、見守りやネットワーク化は推進していますが、高齢化の進展や単身世帯の増加、人口減少社会の到来が見込まれる中で、相談につながらない潜在化した消費者被害の掘り起こしや、被害の未然防止のため、高齢者・障がい者の見守りは引き続き取り組んでいく必要があります。

(3) 未成年者を含む若年者向けの消費者教育・啓発の充実

学校等における消費者教育の取組は充実してきていますが、スマートフォンの普及などにより、未成年者を含む若年者が消費者トラブルに遭う機会が増加していくことが考えられることから、より一層力を入れて取り組むことが求められます。特に若年者の消費者センターの認知度が依然として低いことから、引き続き消費者センターの認知度の向上を図るための取組が必要になります。

(4) 若年者から高齢者まで、世代や特性に応じた消費者教育・啓発の推進

消費者センターで開催する講座の充実だけでなく、市内の各種団体や事業者等における消費者教育の取組のPRなどにより、市民が消費者教育に触れる機会が多くなるような環境づくりを行う必要があります。

また、消費者教育推進プランの理念を踏襲し、「自ら考え、判断することのできる消費者を育てるための消費者教育」を実現するため、若年者から高齢者まで、年代や特性に応じた消費者教育・啓発を推進していきます。

さらに、新学習指導要領において消費者教育の充実を図ることとされたことから、教育委員会との連携を強化して、学校における消費者教育を充実させるための取組を行うことが必要になります。

(5) 関連する機関や団体との連携強化

多様化・複雑化する消費者問題へ迅速に対応するためには、関係行政機関や事業者団体との連携に加え、高齢者や障がい者の見守り活動の推進における地域、事業者、関係福祉団体等との連携、さらには、消費者教育についても、学校、事業者、消費者団体等との連携を一層強化していく必要があります。

第3章

第3次基本計画
の全体像

第3章

第3次基本計画の全体像

1 基本となる考え方

第2章で掲げた消費者問題の現状と課題を受け、私たち市民ひとりひとは、まず「自分は消費者である」と自覚し、消費者トラブルや消費者被害とは決して無縁ではないことを認識する必要があります。そして、市民は「消費者市民社会」の形成に積極的に参画することが求められており、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自立した消費者として考え、判断し、行動していくことが大切です。

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、消費生活の安全や安心を脅かす事件が発生していることから、安全で安心できる暮らしを確保するための取組は引き続き重要です。

「札幌市まちづくり戦略ビジョン・アクションプラン2015」において、札幌市の諸課題の解決にあたっては、市民、企業、行政の総力「市民力」を結集し、オール札幌で課題解決に取り組んでいかなければならないと掲げているように、消費生活に関する取組の推進にあたっては、「市民力」を結集し、互いに連携・協力していくことが不可欠です。

第3次基本計画においては、第2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」という消費生活条例の基本理念のもと、様々な主体と連携・協力しながら、相談体制の整備や商品やサービスの安全の確保、取引行為の適正化といった取組を進めつつ、子どもから高齢者までの各年代に応じた消費者教育を推進していきます。

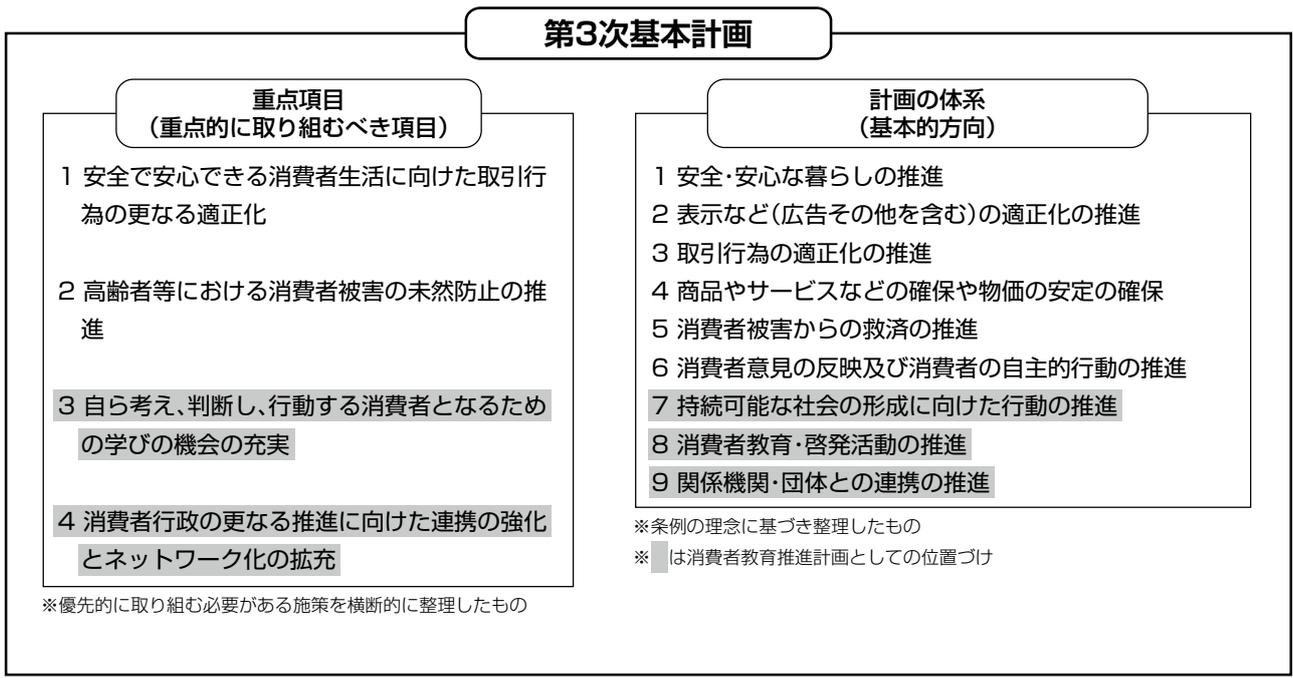
なお、消費者教育推進プランは第2次基本計画の一部として策定されたものであることから、消費者施策全体を総合的に推進していくために、第3次基本計画と一体の計画として統合します。

2 計画の構成 ■■■■

第3次基本計画では、消費者問題の現状と課題や第2次基本計画及び消費者教育推進プランの振り返りから、重点的に取り組むべき項目を「重点項目」として掲げます。

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1～9として整理しました。

また、推進法の規定する「消費者教育推進計画」として、本計画では、第1章～第3章及び第6章と、第4章～第5章のうち下図の網掛の部分位置づけます。

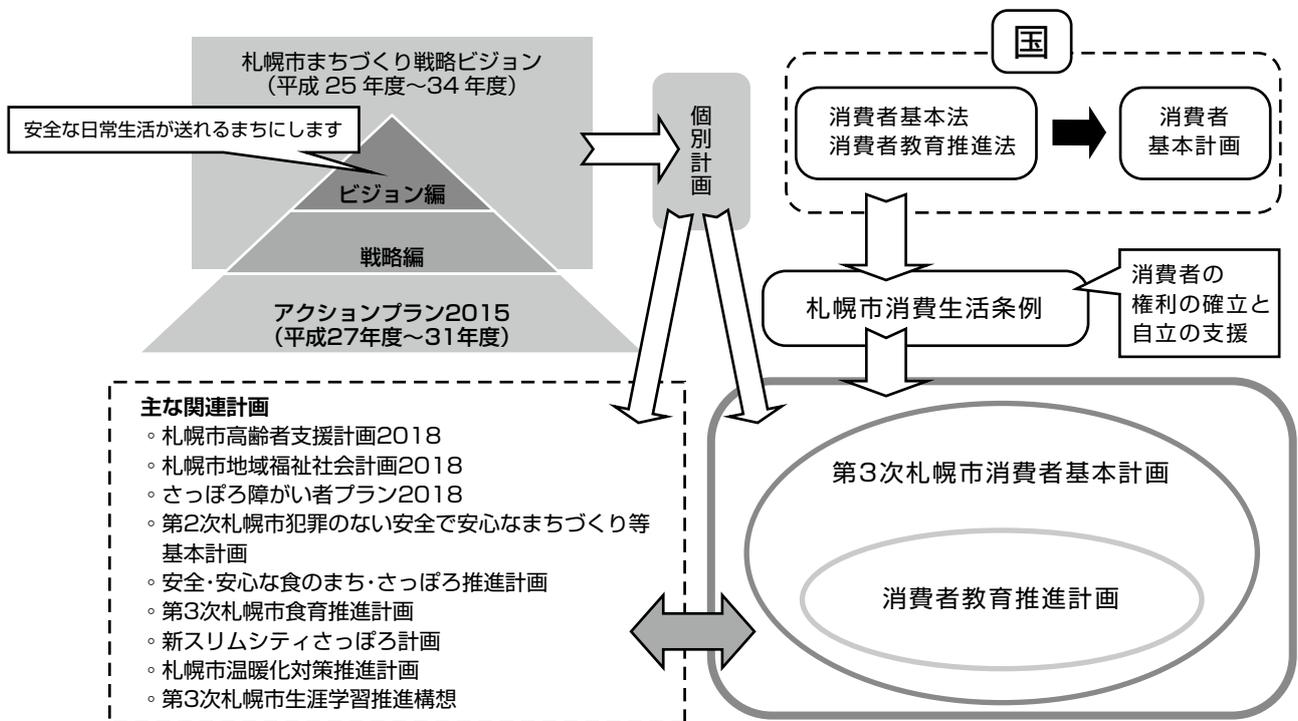


3 計画の位置付け

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あるとともに、推進法第10条の2に定める「消費者教育推進計画」として位置づけられます。

さらに、第3次基本計画は、札幌市の目指すべき都市像、まちづくりの基本的な方向性、まちづくりの重点戦略などを盛り込んだ、札幌市のまちづくりの基本的指針である「札幌市まちづくり戦略ビジョン(平成25年度～34年度)」及びその中期実施計画である「札幌市まちづくり戦略ビジョン・アクションプラン2015(平成27年度～31年度)」の個別計画と位置づけられます。

戦略ビジョンにおいては、ビジョン編の第4章「まちづくりの基本目標」の基本目標14『安全な日常生活が送れるまちにします』で行政が取り組むこととして“消費者問題への対策の充実”を挙げています。また、アクションプランにおいても、各種消費者施策を推進することとしています。したがって、第3次基本計画は、これらの実現に向けた施策を推進するために策定します。



4 計画の期間

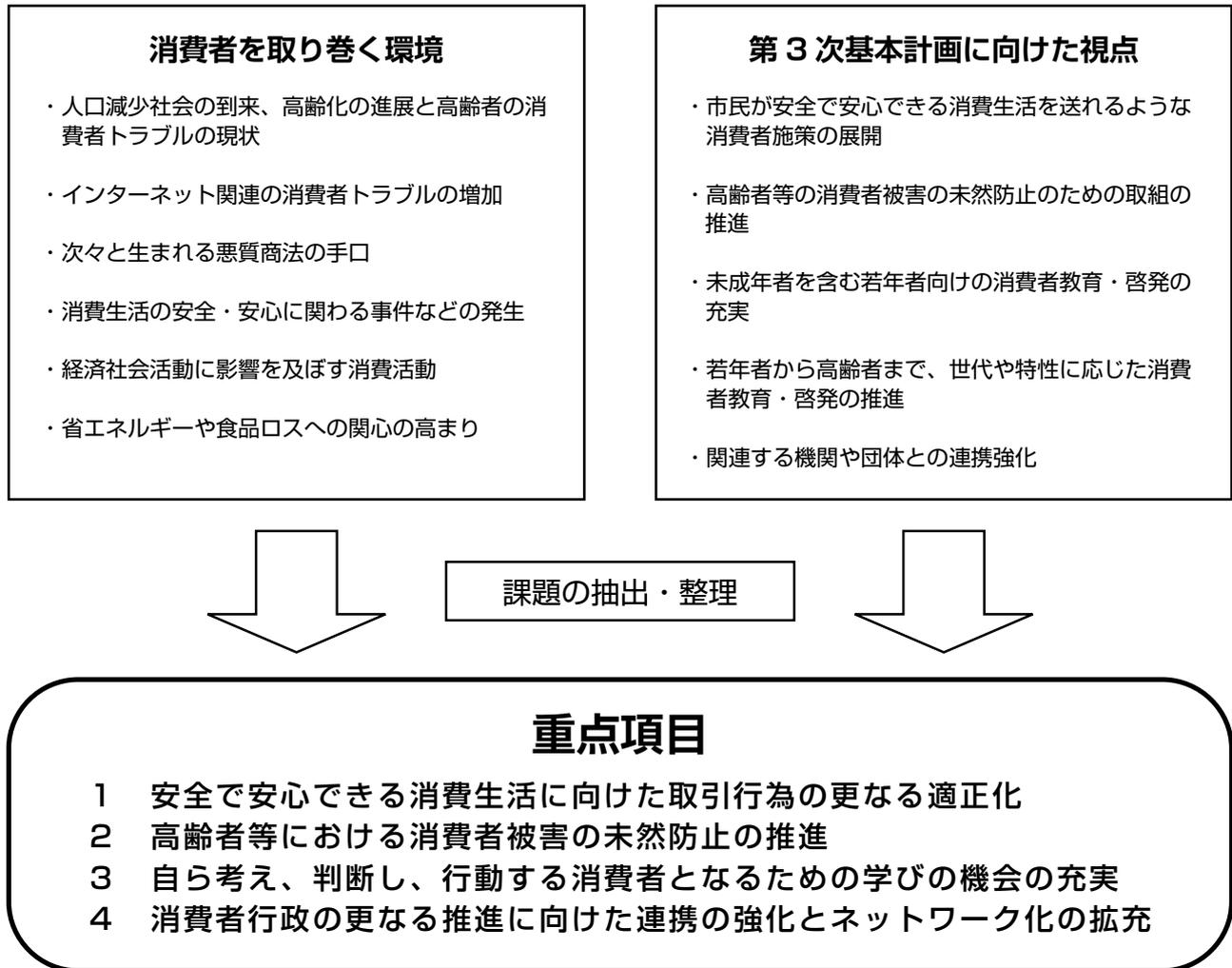
第3次基本計画の計画期間は、今後の社会経済情勢に応じて柔軟な見直しを行うといった観点及び「札幌市まちづくり戦略ビジョン」の計画期間との整合性から、5年間(平成30年度～34年度)とします。

第4章
重点項目

第4章

重点項目

基本計画を進めるうえでは、第2章で取り上げた、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。その中でも、第3次基本計画において優先的に取り組むべき課題を「重点項目」として4つ掲げます。課題の解決にあたっては、第5章の計画の体系に掲げる各施策において横断的に取り組みます。



重点項目1 安全で安心できる消費生活に向けた取引行為の更なる適正化

市民が安心して暮らせる消費生活を実現するため、取引行為の適正化に向けた取組や、状況に応じて消費生活に関する必要な情報の提供を適時に行うことで、消費生活の安全の確保に向けた環境づくりを行います。

【重点施策】

- ・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も周知徹底し、違反事業者への対応を強化します **新規★**
- ・ホームページやSNSなどを活用し、消費者に対して悪質事業者やその手口に関する情報を提供します **レベルアップ**

【主な施策】

- ・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
- ・消費者ホットライン「188」の認知度向上のための取組を推進します **新規★**
- ・子どもが被害に遭いやすい製品事故について、消費者に情報提供を行います **新規★**
- ・消費者が食品に関する正確な情報を入手できるよう、表示や広告の適正化について、事業者に対して指導などを行います

重点項目2 高齢者等における消費者被害の未然防止の推進

高齢者や障がい者の消費者被害が依然として後を絶たない状況から、被害の早期発見や救済のための相談体制やネットワーク化の充実を図ります。さらに、未成年者を含む若年者も被害に遭っていることから、年代や特性に応じて、消費者が被害に遭わないための未然防止策をより一層推進していきます。

【重点施策】

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

【主な施策】

- ・福祉関係機関など的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
- ・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

重点項目3 自ら考え、判断し、行動する消費者となるための学びの機会の充実

消費者市民社会の実現に向けて、市民の年代や特性に応じた学びの「場」を充実させます。また、消費者教育の意義や重要性について市民の理解を進め、消費者教育の「担い手(人材)」を育成します。そして、市民が必要なことをわかりやすく学べるように「デザイン^{*}」します。

※「デザイン」

幼児期から高齢期までの段階や、学ぶ対象の領域ごとのバランスを考え、偏りなく学べるよう、講座等の量を適切に計画すること。また、わかりやすく伝えるために、講座等の対象、企画、構成に様々な工夫を行うこと。

【重点施策】

- ・消費者センターを消費者教育の拠点として、「消費者教育の体系イメージマップ」に基づき、消費者教育をバランスよく学べるよう、講座等の企画を行います **レベルアップ**
- ・学校の意見を取り入れた講師派遣講座の実施や、学校で活用しやすい教材の提供を行います

レベルアップ

【主な施策】

- ・学習指導要領に基づき、小・中学校及び高等学校の授業において、身近な消費生活問題及び社会課題の解決や公正な社会の形成等について取り上げ、消費者教育に関する学習を推進します
- ・高齢者や障がい者等、悪質商法の標的になりやすい方に対する講座や啓発の充実を図ります
- ・地産地消やフェアトレードなど、持続可能な消費の実践に向けた講座や啓発を実施します

レベルアップ

- ・様々な行政機関や企業、団体が独自で実施している消費者教育の取組に関する情報を集約し、市民にPRするなどして取組の支援をするとともに、消費者教育の重要性について啓発し、新たな取組の発掘を行います

重点項目4 消費者行政の更なる推進に向けた連携の強化とネットワーク化の拡充

様々な消費者問題に対して迅速に対応し、自立した消費者の育成・支援を推進するためには、関係行政機関や消費者団体、事業者団体等が密接に連携する必要があります。そのために、必要なネットワーク化を進め、情報の共有や意見交換等を実施していきます。

【重点施策】

- ・消費者団体との情報交換会の開催のほか、各種団体や他の行政機関との情報共有を図ります

レベルアップ

- ・消費生活サポーター団体等の自主的に消費者教育や啓発に取り組む事業者等と連携して、啓発活動等を推進します **新規+**

【主な施策】

- ・消費生活に関わりのある事業者団体などが開催する会議に出席し、意見交換や情報共有を行い、消費者施策の充実、改善を図ります
- ・北海道立消費生活センターとの情報交換会や、共催による啓発事業等を実施します

第5章

計画の体系

第5章 計画の体系

消費者問題は、非常に多岐にわたっており、消費生活に関わる商品・サービスなどは多種多様です。消費者に関わる施策は横断的に各部局にまたがっており、重点項目を踏まえた上で、各部局と連携しながら進めていきます。

消費者施策の展開にあたっては、消費者の権利の確立と自立の支援のために、次のような「基本的方向」に基づき、「基本的施策」と主な施策について示します。



1 安全・安心な暮らしの推進 ■■■■

消費者の安全で安心な暮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取組を推進します。

また、平常時の暮らしに加え、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。

【主な施策】

- (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

(2) 危害の拡大や再発防止

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。

【主な施策】

- (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) 子どもが被害に遭いやすい製品事故について、消費者に情報提供を行います **新規★**
- (ウ) 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行います

(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。

【主な施策】

- (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、価格動向の調査・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、災害時の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。

【主な施策】

- (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に、表示や広告の適正化について、事業者に対して指導などを行います

(2) 包装の適正化

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

【主な施策】

- (ア) 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
- (イ) 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、必要な情報を分かりやすく提供します

(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。

【主な施策】

- (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 ■■■■

安全で安心な消費生活を守るため、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ることがないよう、消費生活条例や規則等に基づき、必要な指導などを行うとともに、関係機関と情報共有するなど連携を図ります。

【主な施策】

(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 **レベルアップ**

(イ) 国、北海道、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 **新規**

(2) 不当な取引行為に関する情報提供

悪質商法などの不当な取引行為に対し、被害の発生や拡大を防ぐため、消費者被害情報や対処方法等について情報提供を行うほか、相談窓口の周知を行います。

【主な施策】

(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の提供を行います

(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 **レベルアップ**

(ウ) ホームページやSNSなどを活用し、消費者に対して悪質事業者やその手口に関する情報を提供します **レベルアップ**

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。

【主な施策】

(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)商店街の活性化に資する取組を支援し、地域で買い物しやすい環境を整備します

(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を行い、結果について消費者へ情報提供します。

【主な施策】

(ア)市民の消費生活にとって重要な石油製品価格について調査を行い、価格動向について情報提供します。また、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)主要な食料品や日用品等の生活に関わりの深い生活関連商品の価格や需給状況を調査し、調査結果について情報提供します

(ウ)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遭った場合、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、高齢者等の消費者被害の未然防止のために、関係機関・団体と連携した見守り活動に取り組みます。

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、あっせん及び調査を行います。そのために、消費者センターに適正な人員の消費生活相談員を配置するとともに、消費者が相談しやすい環境を整備します。また、より高度で複雑化した消費生活相談の解決ができるように、相談員の資質向上を図ります。

また、消費者が適切な相談窓口で相談できるように、相談窓口の周知や、相互の連携を図ります。

【主な施策】

- (ア) 広域的な消費者問題に対し、全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)を活用し、苦情相談の情報収集を進め、早期解決や被害の未然防止を推進します
- (イ) 消費者ホットライン「188」の認知度向上のための取組を推進します **新規★**
- (ウ) 消費生活相談の利便性の向上のため、インターネット消費生活相談を実施します
- (エ) 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
- (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、審議会が組織する消費者苦情処理部会に加えて裁判外紛争解決手続(ADR)を行う関係機関の活動を消費者へ周知するほか、事業者団体等が設けている相談窓口との連携を図ります **レベルアップ**

(2) 高齢者・障がい者の見守り活動の推進

高齢者や障がい者を標的にした悪質商法等による消費者被害の未然防止・早期発見・救済のために、関係機関と連携した見守りや、相談しやすい体制を整えます。

【主な施策】

- (ア) 福祉関係機関など的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
- (イ) 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)
- (ウ) 地域での見守りの必要性について周知するとともに、消費生活サポーターとして登録した市民や企業と連携して、見守り活動の充実を図ります **新規★**

(3) 消費者訴訟の援助

消費者と事業者間での訴訟において、消費者に必要な援助を行います。

【主な施策】

- (ア) 事業者の活動によって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などに、一定の条件の下に訴訟経費を貸し付けます
- (イ) 消費者団体訴訟制度について理解を進めるため周知を行い、また、集団的消費者被害回復訴訟¹⁴が提起された場合には、速やかに情報提供します **新規★**

6 消費者意見の反映及び消費者の自主的行動の推進 ■■■■

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。

(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や、意見表明の機会を設けます。

【主な施策】

(ア) 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

(イ) 講師派遣講座におけるアンケート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推進

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、それら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。

【主な施策】

(ア) 消費者団体との情報交換会の開催のほか、各種団体や他の行政機関との情報共有を図ります **レベルアップ**

(イ) 企業や各種団体が行っている、自主的な啓発活動を促し、消費生活に関する情報の提供などにより、活動支援をします **新規★**

7 持続可能な社会の形成に向けた行動の推進 ■■■■

消費生活と密接に関係する多様な環境問題に対処するため、環境に配慮した消費者や事業者の取組とともに、環境教育と連携した消費者教育を推進し、持続可能な社会の形成を目指します。

(1) 社会経済や環境・エネルギーに配慮した消費者・事業者行動の推進

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、食品ロス、地産地消などに配慮した行動を呼びかけます。

【主な施策】

(ア) 家庭における省エネ・節電の必要性や重要性について周知するとともに、実践を促し、定着を促す取組を推進します

(イ) 地産地消やフェアトレードなど、持続可能な消費の実践に向けた講座や啓発事業を実施します **レベルアップ**

(ウ) 環境保全活動の拠点施設としての環境プラザを活用し、省エネルギー・省資源などの情報発信を行います

(エ) 二酸化炭素排出量削減のため、次世代自動車の普及を推進します

(オ) 家庭における暖房エネルギーを削減するため、省エネルギーフォームに対する継続した取組のほか、更なる高断熱・高气密住宅の普及を推進します

- (力) 食品ロス等のごみ減量に向けた市民や事業者の具体的な実践活動を支援し、また、リユースの促進やレジ袋削減に向けた取組を推進します
- (キ) 家庭内で実施するごみ減量・リサイクルの推進のため、集団資源回収の促進や回収拠点の利便性の向上等に取り組みます
- (ク) 学校給食において、調理くずや残食の生ごみを堆肥化し、その堆肥で育てた野菜の学校給食への提供を行うフードリサイクルに取り組むほか、堆肥を活用した教材園等での栽培活動等、環境教育の充実を図ります
- (ケ) 学校給食に積極的に地産地消を取り入れるとともに、地産地消について食指導を推進します

8 消費者教育・啓発活動の推進 ■■■■

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に鑑み、消費者教育の機会が提供されることは消費者の権利です。

市民ひとりひとりの身近なところで消費者教育が行われるよう「場」を充実させること、消費者教育を実施する「担い手」の発掘と取組の支援を行うこと、より理解が深まるよう講座内容の工夫に加え、幼児期から高齢期までの各年代に応じて、消費者教育の各テーマをバランスよく学べるよう「デザイン」することで、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) 消費者教育の推進

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、消費者庁作成の「消費者教育の体系イメージマップ」に基づき、幼児期から高齢期までの各段階に応じた各種講座の充実を図るとともに、教育委員会や自主的に消費者教育に取り組む団体等と連携して消費者教育を推進します。

【主な施策】

- (ア) 消費者センターを消費者教育の拠点として、「消費者教育の体系イメージマップ」に基づき、消費者教育をバランスよく学べるよう、講座等の企画を行います

レベルアップ

- (イ) 学習指導要領に基づき、小・中学校及び高等学校の授業において、身近な消費生活問題及び社会課題の解決や公正な社会の形成等について取り上げ、消費者教育に関する学習を推進します
- (ウ) 学校の意見を取り入れた講師派遣講座の実施や、学校で活用しやすい教材の提供を行います **レベルアップ**
- (エ) 大学や専門学校、企業等において、若年者に多い消費者被害の未然防止のための、講座や啓発の充実を図ります **レベルアップ**
- (オ) 高齢者や障がい者等、悪質商法の標的になりやすい方に対する、講座や啓発の充実を図ります
- (カ) 様々な行政機関や企業、団体が独自で実施している消費者教育の取組に関する情報を集約し、市民にPRするなどして取組の支援をするとともに、消費者教育の重要性について啓発し、新たな取組を発掘します

(2) 消費者啓発・情報提供の推進

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。

【主な施策】

- (ア) 悪質商法等の消費者トラブルや製品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SNS、市の広報紙等により発信するほか、啓発資料を通して情報提供します **レベルアップ**
- (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や解決方法等について情報提供の充実を図ります
- (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
- (エ) 地産地消に関する啓発や食育などの消費者教育としての側面を持った取組を推進します **レベルアップ**
- (オ) 地球環境問題の現状と消費生活との関わりや影響について情報発信するなど、環境に配慮した消費行動の促進に向けた啓発事業を実施します。
- (カ) 防火安全や危険物の取扱いなどに関する情報提供や啓発事業を実施します。

9 関係機関・団体との連携の推進 ■■■■

消費者が直面する様々な課題の解決や消費者教育の推進のために、市民・企業・行政の総力「市民力」を結集し、互いに連携・協力していきます。

(1) 消費者団体・事業者団体などとの連携の推進

複雑化・多様化する消費者問題に対応するために、消費者センターと専門的な知識を有した関係機関が連携し、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っていきます。

【主な施策】

- (ア) 消費者団体との情報交換会の開催のほか、各種団体や他の行政機関との情報共有を図ります(再掲) **レベルアップ**
- (イ) 消費生活に関わりのある事業者団体などが開催する会議に出席し、意見交換や情報共有を行い、消費者施策の充実、改善を図ります
- (ウ) 差止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
- (オ) 消費生活サポーター団体等の自主的に消費者教育や啓発に取り組む事業者等と連携して、啓発活動等を推進します **新規★**

(2) 関係行政機関との連携

新たな消費者問題への対応や、消費者教育や啓発の効果的な推進のために、国や北海道などの機関との情報共有や、啓発事業の協力など、連携の推進を図ります。

【主な施策】

- (ア) 北海道立消費生活センターとの情報交換会や、共催による啓発事業等を実施します
- (イ) 消費者庁や独立行政法人国民生活センターが発表する注意喚起情報等を消費者センターホームページなどで周知します

第6章

計画の 推進のために

第6章

計

画の推進のために

1 計画の推進体制

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・調整や情報交換を行いながら、効率的に計画の推進を図っていきます。

また、国、北海道、その他関係行政機関や、学校関係者、消費者団体、事業者団体、地域の関係団体などと緊密な連携を図り、計画の円滑な推進に努めます。

なお、北海道は、道内市町村全体の広域的・専門的見地から、各消費者施策を掲げており、北海道と札幌市それぞれの取組の効果がより上がるよう、双方の目的や特性を十分に踏まえて相互に連携・協力していきます。

2 計画の進行管理・評価

(1) 計画の進行管理

計画の進行管理にあたっては、年1回、計画に掲げる各施策の進捗状況について、全庁的な検証を行います。また、その結果を審議会へ報告するとともに、審議会において、実績の検証・評価を行い、内容については、ホームページなどを通じて市民に分かりやすく情報を提供します。

(2) 評価

計画の成果を確認するため、第4章の重点項目ごとに成果指標を設定するとともに、目標達成に向けた行動目標を設定し、計画の進捗状況を検証します。

(3) 指標

重点項目1 安全で安心できる消費生活に向けた取引行為の適正化

成果指標	現状値（平成28年度）	目標値（平成33年度）
消費生活トラブルに遭った際に、自分で交渉して解決したか、または誰かに相談したことで解決した人の割合	82.8%	90%
行動目標	現状値	目標値
消費生活条例等に定める不当な取引行為の基準等について、逐条解説を整備し、公開する。	—	平成30年度までに公開する。
消費生活に関する注意喚起情報の提供回数	重大な事案については、随時実施	随時実施に加え、毎月定期的に実施する

重点項目2 高齢者等における消費者被害の未然防止の推進

成果指標	現状値（平成28年度）	目標値（平成33年度）
消費者センターで消費生活相談ができることを知っている人の割合	55.2%	80%
行動目標	現状値	目標値
消費生活サポーターの個人登録者数	—	300人（平成34年度末時点）
大学生または新社会人向けの啓発事業の回数	10回	60回（平成30年度～34年度の累計）

重点項目3 自ら考え、判断し、行動する消費者となるための学びの機会の充実

成果指標	現状値（平成28年度）	目標値（平成33年度）
消費者教育を受けたり、自ら学んだことがある人の割合	80.6%	90%
行動目標	現状値	目標値
学校教育等で使用できる消費者教育教材の提供	高等学校向け教材のみ提供	小・中学校、高等学校及び大学それぞれで活用できる教材を配布
消費者教育の体系イメージマップにおける講座等を実施している割合(消費者センター実施分)	87%	100%（平成30年度～34年度の5年間累計）

重点項目4 消費者行政の更なる推進に向けた連携の強化とネットワーク化の拡充

成果指標	現状値（平成28年度）	目標値（平成33年度）
消費者トラブルに遭ったとき、誰にも相談できなかった人の割合	4.7%	3%
行動目標	現状値	目標値
消費者センターと連携して啓発活動を行う消費生活サポーターの団体登録数	3	20（平成34年度末時点）
相談窓口を設けている事業者団体との情報交換会（消費者相談窓口懇談会）の開催	隔年開催	毎年開催

3 計画関連施策の改善及び見直し

施策の推進にあたっては、審議会や各種講座、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するほか、国において進められる消費者政策の動向や、消費生活相談の状況などの消費者を取り巻く環境の変化を踏まえ、必要に応じて計画関連施策の改善や見直し、新たな施策の検討などを行っていきます。

付属資料

■ 主な事業

1 安全・安心な暮らしの推進 ■■■■

(1) 商品などの安全性の確保

事業名	事業内容	担当部
危害・危険情報への対応	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等を行う。 ※消費生活用製品安全法に基づく製品事故に関する情報を独立行政法人製品評価技術基盤機構に情報提供する。	市民文化局 市民生活部
消費者安全法に基づく立入調査等	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。	市民文化局 市民生活部
食品関係施設の監視指導	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、食品衛生監視員が施設の立入検査を行い、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・保存等について監視指導を行う。	保健福祉局 保健所
食品の試験検査	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。	保健福祉局 保健所
食中毒防止対策	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等について、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、食中毒予防についての正しい知識の普及啓発を行う。	保健福祉局 保健所
環境衛生等関係施設対策	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。	保健福祉局 保健所
家庭用品安全対策	「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）を行ない、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）	保健福祉局 保健所

事業名	事業内容	担当部
医薬品医療機器等法に基づく許可等施設に対する立入検査	ア 医薬品等一斉立入指導 医薬品等の安全確保を目的に、薬局、店舗販売業、医療機器販売業などの医薬品医療機器法に基づく許可を受けた事業者等に対し、立入指導を実施する。 イ 医薬品等業務上取扱者に対する立入指導 病院、診療所等の医薬品取扱い施設に対して、医薬品等の適正な取り扱いについて立入指導を行う。	保健福祉局 保健所
医務関係施設対策に対する立入検査及び支援事業	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。また、医療機関の従事者を対象とした医療安全対策等に関する研修会を開催する。	保健福祉局 保健所
安全・安心な食のまち・さっぽろ推進事業	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。	保健福祉局 保健所
自主的な食品衛生管理の推進	食品業界全体の衛生レベル向上のため、国際標準の衛生管理システムであるHACCPの考え方を取り入れた施設を認証する「札幌市食品衛生管理認定制度（さっぽろHACCP）」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。	保健福祉局 保健所

(2) 危害の拡大や再発防止

事業名	事業内容	担当部
子どもの製品事故防止の取組	子どもが被害に遭いやすい製品事故の未然防止のために、講座やイベント等において保護者に注意を呼びかけるほか、ホームページ等で情報提供を行う。また、毎年5月第4週の「子どもの事故防止週間」では、ホームページ等で情報発信を行う。	市民文化局 市民生活部
札幌市消費者危害情報連絡会の開催	製品事故について、行政団体・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。	市民文化局 市民生活部
消費者への情報提供	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すみやかに情報提供する。	市民文化局 市民生活部

(3) 災害などに向けた取組

事業名	事業内容	担当部
災害時における価格動向の調査や監視	災害時における生活関連商品の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について、防災訓練等の場において災害業務マニュアルにより確認する。	市民文化局 市民生活部
災害に便乗した悪質商法等についての情報発信	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。	市民文化局 市民生活部
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	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。	経済観光局 中央卸売市場

2 表示など(広告その他を含む)の適正化の推進 ■■■■

(1) 表示・広告の適正化

事業名	事業内容	担当部
各種製品の表示に関する立入検査	<p>ア 家庭用品の品質表示に関する立入検査 家庭用品品質表示法（第19条第1項）に基づき、販売業者が消費者へ販売するために店舗等に陳列している家庭用品について、法に規定する適正な表示が付されているかどうかを検査する。</p> <p>イ 消費生活用製品（特定製品）の表示に関する立入検査 消費生活用製品安全法（第84条第1項）に基づき、販売業者が消費者へ販売するために店舗等に陳列している特定製品について、法に規定する適正な表示が付されているかどうかを検査する。</p> <p>ウ 電気用品の表示に関する立入調査 電気用品安全法（第46条第1項）に基づき、販売事業者が消費者へ販売するために店舗等に陳列している電気用品について、法に規定する適正な表示が付されているかどうかを検査する。</p>	市民文化局 市民生活部

事業名	事業内容	担当部
食品表示法に基づく食品の表示及び広告に関する指導	ア 健康増進法及び食品表示法に基づき、食品製造業者等に対して、適正な栄養成分表示等の相談及び指導や、健康保持増進効果等に関する虚偽誇大広告等の禁止及び広告の適正化のための指導を行う。 イ 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。 ウ 原材料名や原料原産地名などの表示が適正に表示されているかについて、必要に応じて食品事業者に対して指導を行う。	市民文化局 市民生活部 保健福祉局 保健所
医薬品等の記載事項等に対する指導	医薬品等の販売業者等に対して、医薬品及び医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保に関する法律第50条等に規定する直接の容器等の記載事項や同法第66条から第68条に規定する医薬品等の広告について必要な指導を行う。	保健福祉局 保健所

(2) 包装の適正化

事業名	事業内容	担当部
包装の安全に関する啓発	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。	市民文化局 市民生活部
容器包装簡素化に向けた取組の推進	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。	環境局 環境事業部

(3) 計量の適正化

事業名	事業内容	担当部
計量法に基づく検査の実施	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。	市民文化局 市民生活部
商品量目立入検査等の実施	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。	市民文化局 市民生活部
特定計量器の立入検査等の実施	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。	市民文化局 市民生活部
計量啓発事業	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。	市民文化局 市民生活部
計量器の精度確認	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。	市民文化局 市民生活部

3 取引行為の適正化の推進 ■■■■

(1) 不当な取引行為の禁止

事業名	事業内容	担当部
消費生活条例等の周知徹底と取引行為の適正化	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。	市民文化局 市民生活部
国・北海道・北海道警察との連携	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、消費者被害に関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。	市民文化局 市民生活部
消費生活条例等の周知徹底と違反事業者への対応強化	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。	市民文化局 市民生活部
取引行為の是正に向けた事業者団体等との連携	事業者に対する消費者との取引行為の是正を求めため、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。	市民文化局 市民生活部
適格消費者団体との連携	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。	市民文化局 市民生活部

(2) 不当な取引行為に関する情報提供

事業名	事業内容	担当部
高齢者、障がい者、関係機関等に対する情報提供	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。	市民文化局 市民生活部
各教育機関との連携	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。	市民文化局 市民生活部
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	ホームページやSNS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について、消費者へ速やかに情報提供する。	市民文化局 市民生活部

4 商品やサービスなどの確保や物価の安定の確保 ■■■■

(1) 円滑な流通の確保

事業名	事業内容	担当部
中央卸売市場施設の維持管理	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。	経済観光局 中央卸売市場
卸売業務の監督指導	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。	経済観光局 中央卸売市場
商店街に対する融資	商店街の活性化に資する事業に取り組む中小企業者等を対象に融資することで、事業活動の促進を図り、地域経済を活性化する。	経済観光局 産業振興部
小売商業近代化の促進	札幌市商業近代化推進協議会が行う、地域社会との密接な関わりの中で商店街を中心とする街づくりの取組や、街づくりに向けて政策展開を指導させるための事業活動、各種の調査・開発・研究等の事業の推進を図る。	経済観光局 産業振興部
組織化・商店街環境整備施設の推進	商店街振興組合法に基づく市内唯一の指導機関として、市内の会員商店街を指導・助言する等の社会的役割を担っている札幌市商店街振興組合連合会の事業の経費の一部を補助する。	経済観光局 産業振興部
地域商店街支援事業	魅力ある商業地の創出のために、商店街等が取り組む事業を支援する。 【にぎわいづくり型】商店街等がにぎわいを創出するために取組むイベント事業を支援する。 【地域課題解決型】商店街等が自ら考える地域課題の解決を通じた商店街活性化に取り組む事業を支援する。 【ファシリテーター派遣】ファシリテーターを派遣し、各商店街の特性を生かした企画づくりを支援する。	経済観光局 産業振興部

(2) 商品又はサービスなどの確保及び価格の安定

事業名	事業内容	担当部
石油製品小売価格に関する調査及び情報提供	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、毎月2回、市内の小売店を対象に聞き取り調査を行い、その調査結果について情報提供を行う。	市民文化局 市民生活部

事業名	事業内容	担当部
年末年始主要食料品・石油製品等に係る懇談会の開催	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。	市民文化局 市民生活部
生活関連商品小売価格に関する調査及び情報提供	市民生活に関わりの深い生活関連商品の価格や需給状況について、毎月市内の小売店に調査を行い、その調査結果について情報提供を行う。	市民文化局 市民生活部

5 消費者被害からの救済の推進 ■■■■

(1) 相談・苦情処理体制の充実

事業名	事業内容	担当部
消費生活相談事業	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 (PIONET)に参加し、広域的、全国的な消費生活相談に対応する。	市民文化局 市民生活部
相談環境の充実	インターネット相談の周知を図るとともに、土・日曜日などに相談可能な窓口を確保する。	市民文化局 市民生活部
消費者ホットライン「188」の認知度向上のための取組の推進	消費生活相談窓口の電話の混雑時や、土・日曜日に相談可能な窓口への円滑な誘導のため、各種講座やイベント等において消費者ホットライン「188」の周知を進める。	市民文化局 市民生活部
相談員の資質向上	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。	市民文化局 市民生活部
消費者苦情処理部会の運営	消費者から受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。	市民文化局 市民生活部
事業者や事業者団体における相談窓口との連携等	消費者に対する相談窓口のある事業者や事業者団体と、情報共有や意見交換を行う機会を設け、相談窓口相互間の連携を強化する。	市民文化局 市民生活部
裁判外紛争手続 (ADR) 機関との連携	消費者被害救済の選択肢を増やすため、裁判外紛争手続 (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。	市民文化局 市民生活部

事業名	事業内容	担当部
市政外相談事業	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。	総務局 広報部
地域包括支援センター・介護予防センターにおける高齢者の総合相談支援	地域包括支援センター及び介護予防センターは、地域における初期相談の場として、高齢者が住み慣れた地域で安心してその人らしい生活を継続するため、どのような支援が必要かを幅広く把握し、適切なサービス、関係機関又は制度の利用につなげていく等の支援を行う。	保健福祉局 高齢保健福祉部
地域包括支援センターにおける権利擁護業務（高齢者の成年後見制度に関する相談・利用支援、消費者被害防止に関する普及・啓発、関係機関との連携・協力）	地域包括支援センターは、地域の高齢者の総合相談支援を行う中で把握した、権利擁護に関し支援が必要な高齢者について、その状況に応じ、札幌市社会福祉協議会が行う権利擁護事業や成年後見制度の利用に向けた情報の収集、家族・関係者等との調整などの利用支援を行う。また、高齢者の消費者被害防止のために、これらに関する情報の把握と防止に向けて必要な知識の普及・啓発、消費者センターなどの関係機関との連携・協力を行う。	保健福祉局 高齢保健福祉部
食品衛生関係市民相談への対応	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。	保健福祉局 保健所
環境衛生関係市民相談への対応	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。	保健福祉局 保健所

(2) 高齢者・障がい者の見守り活動の推進

事業名	事業内容	担当部
消費者被害防止ネットワーク事業	<p>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。</p> <p>ア 高齢者、障害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。</p> <p>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。</p> <p>ウ 地域包括支援センター等の関係機関が開催する会議への出席や、情報交換会の開催により、関係機関との連携を強化する。</p>	市民文化局 市民生活部

事業名	事業内容	担当部
消費生活サポーター制度	地域の高齢者や障がい者等の消費者トラブルの未然防止等のための見守りとして、企業、各種団体、個人を「札幌市消費生活サポーター」として登録し、自主的な見守り活動や啓発活動を推進する。	市民文化局 市民生活部
日常生活自立支援事業	札幌市社会福祉協議会を実施主体として、認知症や障がいのため日常生活上の判断能力に不安のある方を対象に、福祉サービスの利用手続きや日常的な金銭管理などを支援する。	保健福祉局 総務部
福祉のまち推進事業	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。	保健福祉局 総務部
民生委員・児童委員活動	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り、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。	保健福祉局 総務部
障がい者あんしん相談運営事業	常設相談窓口を設置し、面談や電話により、障がい者の権利擁護などに係る相談に応じる。また、内容に応じて弁護士による法律相談を行うほか、必要に応じて関係行政機関等へ引継対応を行う。	保健福祉局 障がい保健福祉部
相談支援事業における障がい者の総合相談支援・権利擁護	障がい者（児）や家族にとっての身近な相談窓口として、障がいに関するあらゆる相談に応じ、相談内容に応じて様々な関係機関と連携しながら、地域生活に必要な情報提供、各種機関の紹介、在宅福祉サービスの利用の援助等の支援を総合的に行う。	保健福祉局 障がい保健福祉部

(3) 消費者訴訟の援助

事業名	事業内容	担当部
消費者訴訟費用の貸付	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。	市民文化局 市民生活部
消費者団体訴訟の周知	消費者団体訴訟制度について理解を進めるため周知を行い、また、集団的消費者被害回復訴訟が提起された場合には、速やかに情報提供を行う。	市民文化局 市民生活部

6 消費者意見の反映及び消費者の自主的行動の推進 ■■■■

(1) 消費者意見の反映

事業名	事業内容	担当部
消費生活審議会の充実	札幌市消費生活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。	市民文化局 市民生活部
消費者の意見を踏まえた消費者行政の推進	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。	市民文化局 市民生活部
市長申し出制度の活用	市長申し出制度を活用することにより、消費者の権利等の侵害に対して迅速に対応する。	市民文化局 市民生活部
市政相談事業	市民から寄せられた消費者行政に対する要望・意見・苦情等の声については、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あたるよう依頼・調整する。	総務局 広報部

(2) 消費者の自主的な組織活動の推進

事業名	事業内容	担当部
消費者団体との意見交換会の開催	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。	市民文化局 市民生活部
消費者の活動との連携	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、各団体との啓発活動などの自主的な取組を促す。	市民文化局 市民生活部
消費者団体への活動の場の提供	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。	市民文化局 市民生活部

7 持続可能な社会の形成に向けた行動の推進 ■■■■

(1) 社会経済や環境・エネルギーに配慮した消費者・事業者行動の推進

事業名	事業内容	担当部
地産地消など持続可能な消費の実践に向けた啓発の推進	地産地消やフェアトレードなど、持続可能な消費の実践に向けた講座や啓発を実施します。	市民文化局 市民生活部
公共交通の利用促進	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」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。	まちづくり政策局 総合交通計画部
スリムシティさっぽろ計画の推進	「スリムシティさっぽろ計画」に基づき、ごみ減量・リサイクルの推進を図るため、講座や情報発信、リサイクル施設の見学会等を実施するほか、学校における環境教育の取組等を行い、啓発と環境教育を充実させる。	環境局 環境事業部
ごみ発生・排出抑制のための行動の実践	食品ロス等の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、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、リユースの促進やレジ袋削減に向けた取組を推進するほか、環境に配慮した店舗や事業者などの認定・表彰を行う。	環境局 環境事業部
市民による自主的な資源化の促進	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みとともに、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、回収拠点の利便性の向上に取り組む。また、生ごみ堆肥化器材等の購入支援により、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。	環境局 環境事業部
イベントにおけるごみ減量・リサイクルの推進	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。	環境局 環境事業部
合併処理浄化槽設置費・維持管理費補助事業	下水道計画区域外の専用住宅に合併処理浄化槽を設置する者又は設置している者に対し、河川等の良好な水環境保全のために、設置費及び維持管理費の一部を補助する。	環境局 環境事業部

事業名	事業内容	担当部
ポイ捨て等防止啓発・指導	「札幌市たばこの吸い殻及び空き缶等の散乱の防止等に関する条例」の啓発・指導業務のため、散乱等防止指導員を配置し、喫煙制限区域内での指導・過料徴収及び制限区域外の地下鉄駅周辺や大規模公園等での指導を行う。また条例を周知するため、ポスター掲示、リーフレットの配布などを行い、さらに喫煙制限区域内に路面ステッカーを貼付して周知を図る。	環境局 環境事業部
飲食店等における食品ロス削減の推進	資源の有効活用や環境負荷への配慮から、「食品ロス」（まだ食べられるのに、捨てられる食べ物）を減らすために、飲食店等における食べ残し削減に関する普及啓発活動を行う。	環境局 環境事業部
札幌市環境白書の発行	環境に関する情報を広く市民に提供し、環境問題に対する理解を深めてもらうことを目的に、札幌市の環境の状況や環境施策の実施状況等を分かりやすく紹介する。	環境局 環境都市推進部
環境保全アドバイザー制度	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。	環境局 環境都市推進部
環境プラザの運営	札幌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・ホームページ等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。	環境局 環境都市推進部
さっぽろキャンドルナイト	企業、市民団体等により構成される実行委員会が主体となり、毎年、夏至の日に、電気に依存しているライフスタイルについて考える機会を提供する「さっぽろキャンドルナイト」を実施する。 レストランの協力や関連イベントの開催、大通周辺の企業看板の消灯、名所等の消灯などを行う。	環境局 環境都市推進部
札幌市次世代自動車購入等補助制度	次世代自動車の普及を図るため、天然ガス自動車、電気自動車、プラグインハイブリッド自動車、ハイブリッド自動車を購入・リースする事業者への補助を行う。	環境局 環境都市推進部
札幌市うちエコ診断	省エネや節電に詳しい専門の診断士が、家庭ごとのエネルギー使用状況を「見える化」しながら診断を行い、ライフスタイルの改善などのソフト対策から高効率省エネ機器への買い替え等のハード対策まで、短・中期的な視点からアドバイスや提案を行う。	環境局 環境都市推進部
さっぽろスマートシティプロジェクト	ムダなく、賢く省エネ・節電を楽しむ暮らし方「さっぽろスマートライフ」が定着した街を目指し市民に呼びかける。	環境局 環境都市推進部

事業名	事業内容	担当部
第2次札幌市環境基本計画の推進	「第2次札幌市環境基本計画」に基づき、持続可能な都市の実現へ向け、市民や、事業者、行政等の各主体による取組の実践を促進するため、積極的な情報発信、連携体制の構築、協働取組の実施等により、市全体での持続可能な資源活用（消費）の促進を図る。	環境局 環境都市推進部
札幌・エネルギーecoプロジェクト	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。	環境局 環境都市推進部
生物多様性に配慮したライフスタイルの促進	市民参加型イベントやパネル展の開催、日常での行動例を紹介する「生物多様性さっぽろ実践ハンドブック」の活用により、生物多様性の理解の向上と生物多様性に配慮したライフスタイルの促進を図る。	環境局 環境都市推進部
エコリフォーム促進事業	住宅エコリフォーム条例に基づき、市民の省エネやバリアフリー改修工事にかかる経費の一部を補助する。	都市局 市街地整備部
高断熱・高气密住宅普及促進事業	温暖化対策推進のため、国の基準を上回る高断熱・高气密住宅の基準を定め、この住宅の普及を進めることで、住宅の省エネルギー化を促進し、良質な住宅ストックの形成を図る。	都市局 市街地整備部
さっぽろ学校給食フードリサイクル	学校給食の調理くずや食べ残しの生ごみを堆肥化し、その堆肥で育てた野菜の学校給食への提供や、堆肥を活用した教材園等での栽培活動等、「さっぽろ学校給食フードリサイクル」を活用し、食育と環境教育の充実を図る。	教育委員会 学校施設担当部
学校における「地産地消」に関する啓発	学校では、給食で積極的に地場産物を取り入れ、栄養教諭が中核となり教職員と連携を図り、給食時間や各教科等と関連付けながら学校教育活動全体を通して、地産地消について食指導を進める。	教育委員会 学校施設担当部

8 消費者教育・啓発活動の推進 ■■■■

(1) 消費者教育の推進

事業名	事業内容	担当部
各種講座の充実	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、消費者庁作成の「消費者教育の体系イメージマップ」を参考に、各種消費生活講座の充実を図る。	市民文化局 市民生活部
小・中学校向け派遣講座の充実	小・中学校向けに学校で活用しやすいよう、学校のニーズを反映した講座内容の講師派遣講座を実施する。	市民文化局 市民生活部

事業名	事業内容	担当部
大学や専門学校、新社会人向け啓発の充実	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、企業などと連携し、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。	市民文化局 市民生活部
消費者団体との連携講座の実施	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。	市民文化局 市民生活部
さっぽろ暮らしまなBOOKホームページの運営	市内企業や行政機関等が実施している消費者教育に関する取組をまとめた「さっぽろ暮らしまなBOOK」ホームページを運営し、様々な取組を市民に紹介するとともに、新たな消費者教育の取組の発掘を行う。	市民文化局 市民生活部
若年者向け消費者教育教材の作成・配布	小、中、高等学校や大学等の教育機関が消費者教育に取り組みやすくするため、授業等で活用できる消費者教育の教材の作成又は提供を行う。	市民文化局 市民生活部
体験テスト講座	学校や市民グループなどからの依頼に応じ、食に関するものなど消費生活に関するテーマについて実験・実習を取り入れた講座を開催する。	市民文化局 市民生活部
講師派遣講座の充実	小・中・高等学校、大学、専門学校等の各種教育機関に対し、講師を派遣し、若年者の消費者被害の防止のための講座を開催する。	市民文化局 市民生活部
こどものまちミニさっぽろ事業	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及び札幌広域圏の小学3・4年生を対象とする職業体験イベントを開催する。	子ども未来局 子ども育成部
さっぽろ市民カレッジ	市民の多様で専門的な学習ニーズに対応し、自発的な学習を支援することを通じて、自己充実及び生きがいづくりを促進するとともに、まちづくりの担い手育成及びまちづくりの促進を目的として、札幌市生涯学習センターなどで学習機会の提供を行う。本事業の学習コースの1つである「生活・消費コース」において、消費者問題など様々なテーマを取り上げ、実生活に役立つ内容の講座を実施する。	教育委員会 生涯学習部
学校教育における消費者教育の推進	学習指導要領に基づき、小学校社会科及び家庭科、中学校技術・家庭科（家庭分野）及び社会科（公民的分野）等において、「身近な消費生活と環境」や「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」等について取り上げ、身近なものの選び方や買い方、消費者としての権利や責任、環境に配慮した生活の工夫等に関する学習を推進する。	教育委員会 学校教育部

(2) 消費者啓発・情報提供の推進

事業名	事業内容	担当部
消費生活に関する情報提供内容の充実	悪質商法等の消費者トラブルや製品事故など、消費生活に関する情報について、ホームページやSNS、市の広報誌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。	市民文化局 市民生活部
「消費者月間」事業の実施	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座などを実施する。	市民文化局 市民生活部
消費者センター展示コーナーからの情報発信	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。	市民文化局 市民生活部
消費者トラブルの啓発冊子等の作成	悪質商法等による消費者トラブルの未然防止のため、悪質商法等の事例と対処方法を紹介したパンフレット等を作成、配布する。	市民文化局 市民生活部
地域における消費者啓発の推進	区で実施しているイベントや高齢者へ向けた講座などにおいて、悪質商法や訪問販売等のトラブル予防対策などの講義や啓発活動を実施する。	市民文化局 市民自治推進室
外食料理及び加工食品の栄養表示推進事業	ア 食育に関する会議の開催 外食料理栄養成分表示の推進事業を市民団体、企業等に理解してもらうことと、事業の効果的な進め方に助言を得る。 イ 「栄養成分表示の店」の普及 飲食店等が市民の健康に配慮した食事の提供が図れるように、「栄養成分表示」や「健康に配慮したメニュー」を行っているお店を募集し、登録証明書（ステッカー）を交付する。	保健福祉局 保健所
食品衛生に関する情報の提供	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等の配布、食品衛生パネル展や講習会等の開催、ホームページへの情報掲載等により、食品衛生に関する最新の情報の提供や、正しい知識の普及啓発を図る。	保健福祉局 保健所
食中毒警報の発令	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。	保健福祉局 保健所
環境衛生等に関する啓発事業	環境衛生に関する啓発事業を継続的に実施し、衛生害虫等の発生や駆除方法、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。	保健福祉局 保健所

事業名	事業内容	担当部
農産物ブランド力・流通力強化支援事業	安全・安心に生産された札幌産農産物のブランド力向上を図るとともに、札幌市民による消費・活用が拡大するよう、札幌産農産物のPRを実施する。	経済観光局 農政部
各種料理教室の開催	料理を通じて水産物や青果物に対する知識を深めてもらうこと等を目的に、卸売業者、仲卸組合、小売組合等が共同で運営する団体が、一般、親子、夫婦、男性を対象にした各種料理教室を、中央卸売市場や区民センター等で開催する。また、市内の保育園や小学校に出向いて授業や調理実習を行う。	経済観光局 中央卸売市場
住宅防火対策	ア 高齢者防火対策連携事業 福祉行政や在宅福祉サービス事業者等との連携協力により、高齢者への注意喚起等を通じた火災被害の軽減を図る。 イ 住宅用火災警報器設置促進・維持管理広報 住宅用火災警報器の設置促進と適切な維持管理について広報の強化を図る。	消防局 予防部
危険物の安全確保の推進	「危険物安全週間」（毎年6月 全国的展開）において、快適で安全な環境づくりを目的として、ポスターの掲出及びリーフレットの配布などの各種イベントを実施し、市民生活に浸透している危険物（ガソリン、灯油等）の安全に関する情報提供及び適正な取扱い方法などの啓発を図る。	消防局 予防部
違反公表制度による情報提供	ホテル、物品販売店や病院など不特定多数の人が利用する建物で、屋内消火栓設備、スプリンクラー設備及び自動火災報知設備のいずれかが消防法令において設置義務があるにもかかわらず未設置の対象物について、札幌市公式ホームページに公表し、利用者へ防火安全に対する情報を提供を行う。	消防局 予防部
札幌市消防局法令適合情報提供サービスによる情報提供	社会福祉施設等及び宿泊施設において、消防職員の査察の結果、消防法令に適合している消防法令上優良な施設をホームページに公表し、利用者へ防火安全に対する情報を提供を行う。	消防局 予防部

事業名	事業内容	担当部
防火対象物定期点検報告制度	一定の規模、用途の防火対象物に対して、防火管理の状況及び消防用設備等の設置・維持管理等に係る消防法の規制事項について、1年に1回点検を行わせるもので、全ての点検基準に適合している防火対象物については「防火基準点検済証」を表示することができる。また、一定要件を満たす防火対象物に対しては防火対象物定期点検報告を3年間に限り免除する特例認定の制度があり、認定を受けた防火対象物については「防火優良認定証」を表示することができる。この表示により利用者へ防火安全に対する情報の提供を行う。	消防局 予防部
札幌市防火優良対象物表示公表制度	申請のあったホテルや旅館等の宿泊施設について、消防機関が消防法令、建築基準法令等の適合状況を審査し、一定の基準に適合した宿泊施設に対して表示マークを交付するとともに、表示マークを交付した宿泊施設の情報を札幌市公式ホームページにおいて公表し、利用者へ防火安全に対する情報の提供を行う。	消防局 予防部

9 関係機関・団体との連携の推進 ■■■■

(1) 消費者団体・事業者団体などとの連携の推進

事業名	事業内容	担当部
専門的関連団体との連携	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。	市民文化局 市民生活部
事業者団体との情報共有	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。	市民文化局 市民生活部
消費生活サポーター団体等と連携した啓発の推進	消費生活サポーター団体等の自主的に消費者教育や啓発に取り組む事業者等と連携して、啓発活動等を推進する。	市民文化局 市民生活部

(2) 関係行政機関との連携の推進

事業名	事業内容	担当部
北海道との連携の推進	北海道立消費生活センターとの情報交換会や、共催による啓発事業等を実施します。	市民文化局 市民生活部
消費者庁及び国民生活センターとの連携の推進	消費者庁や独立行政法人国民生活センターが発表する注意喚起情報等を消費者センターホームページなどで周知します。	市民文化局 市民生活部
消費者問題等に係る関係行政機関との連携	国や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。	市民文化局 市民生活部

データ集

図1 相談件数の推移(苦情・問合せ別) 単位/件

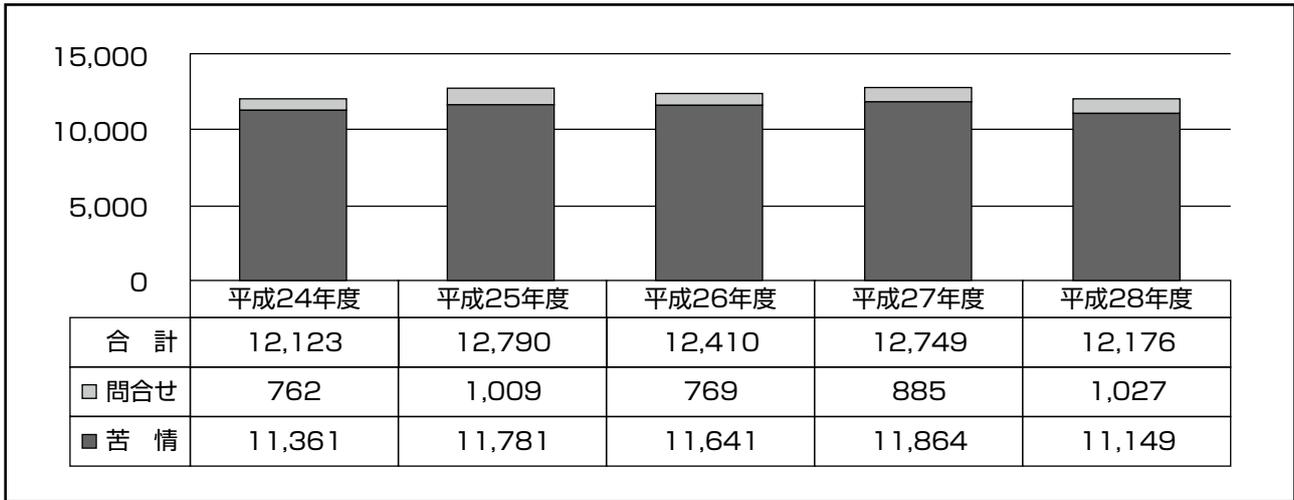


表1 商品別相談状況 上位5品目の推移 単位/件

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	
重点領域	各期の特徴	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	
	消費者市民社会の構築	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身に付けて行動しよう	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、公正な社会をつくろう	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、公正な社会をつくろう
商品等の安全	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ろう	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ろう	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	
生活の管理と契約	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 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 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 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 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 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	
情報とメディア	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ろう	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ろう	
	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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 地域福祉部長	
林 朋 子	生活協同組合 コープさっぽろ 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 (2)経験したことがある消費者トラブル (3)不安に感じている消費者トラブル (4)消費者トラブルに対して取った行動 (5)消費者個人としての対応で重要なこと (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 (7)習ったり、見たりしたことがある消費者教育 (8)消費者教育の認知経路 (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 (2)調査対象 満18歳以上の男女個人 (3)標本数 5,000人 (4)調査方法 調査票を郵送し、返信用封筒で回収 (5)調査期間 平成28年8月19日～9月2日 (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	http://www.city.sapporo.jp/somu/shiminnokoe/sakusei/h2802anke.html

消費者教育実施主体アンケート調査(札幌市実施)

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

■ 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>

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
 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
 改正 平成 26 年 10 月 6 日 条例第 59 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こと。
 - (6) 消費生活に関し、環境の保全のため

の活動をすること。

- (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こと。

（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っては、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。）以外の場所において、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関係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号エ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ったときは、適切かつ迅速に当該苦情を解決するために必要な助言、あっ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に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、同一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が訴訟を提起された場合において、次に掲げる要件（事業者が訴訟を提起された場合にあつては、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一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つ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つたときは、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、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律(昭和35年法律第145号)第2条第1項に規定する医薬品及び同条第9項に規定する再生医療等製品については、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（平成25年条例第5号）

この条例は、公布の日から施行する。

附則（平成26年条例第59号）

この条例は、平成26年11月25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
 改正 平成28年3月31日 規則第21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つ

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、当該事業者に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、あっせん又は調停を行うため必要があると認めるときは、当該あっ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。

(あっせん又は調停の終結)

第11条 審議会のあっせん又は調停は、次の各号の一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、あっ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っ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一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一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、貸付金の全部又は一部を一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るとき。

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、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、市民文化局において行う。

(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、市民文化局長が定める。

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（平成 20 年規則第 1 号）

この規則は、平成 20 年 2 月 1 日から施行する。

〔様式省略〕

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、又は表示をせずに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、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適當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しめ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、又は一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、執ように同一の消費者に対し商品等を次々と続けて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一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一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一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、契約が成立したと一方的に告げ、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、担当者の不在、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（平成 25 年規則第 3 号）

この規則は、札幌市消費生活条例の一部を改正する条例（平成 25 年条例第 5 号）の施行の日から施行する。