

計画策定に係るこれまでの経過及び現行計画概要

1. 堺市消費生活条例の制定

本市では、市民の消費生活の安定と向上を図るため、堺市消費生活条例を制定し、平成22年4月1日に施行。本条例では、市が実施する消費者施策の推進は、「消費者の権利の尊重」とともに、「消費者の自立支援」を基本として行わなければならないことを明記し、以下の8つの事項を消費者の権利として規定した（第2条）。

《8つの消費者の権利》

- 1 消費生活において生命、身体及び財産の安全が確保されること
- 2 商品及び役務について自主的かつ合理的な選択の機会が確保されること
- 3 商品及び役務について不当な取引条件および取引方法を強制されないこと
- 4 消費生活において個人情報侵害されないこと
- 5 消費生活に関して必要な情報が提供されること
- 6 消費生活に関する教育を受ける機会が提供されること
- 7 消費者施策に意見が反映されること
- 8 消費生活において被害が生じた場合には、適切かつ迅速に救済されること

また、これらの消費者の権利の実現や消費者の自立支援を図るための施策について規定するとともに、それらの施策を総合的かつ計画的に推進するため、消費者施策の推進に関する基本的な計画を定めることとした（第9条）。

2. 堺市消費者基本計画の策定

平成23年度から平成27年度までの5年間の計画期間とし、以下のとおり施策を体系化。

I 消費者の権利の尊重 ～消費生活の安全・安心の確保～

◇ 多種多様な商品・サービスの安全性を確保して危害等の防止を図るとともに、適正な取引環境を確保。

施策1 「危害等の防止」



商品やサービスの安全性を確保し、消費者の生命・身体に係る危害等の防止を図る。

施策2 「表示等の適正化」



商品・サービスの表示等の適正化を図り、消費者が適切に商品・サービスを選択できる取引環境の確保を図る。

施策3 「取引の適正化」
(重点施策)



適正な事業活動を確保し、消費者被害の未然防止・拡大防止を図る。

施策4 「物価の安定」



生活関連物資の適正価格での安定的な供給を図る。

II 消費者の自立の支援等

◇ 消費者自らが必要な知識や情報を修得・収集し、自主的・合理的に行動することを支援。

施策1 「消費者啓発の推進」 (重点施策)



様々な手法で情報提供・啓発活動を行い、消費者被害の未然防止を図る。

施策2 「消費者教育の推進」 (重点施策)



消費者が自ら知識や判断力を修得し、自主的・合理的に行動するための施策を推進する。

施策3 「消費者団体への支援」



消費者の組織的な活動の支援や連携の推進を図る。

施策4 「消費者意見の反映」



消費者が消費者施策に参画し意見を述べる機会を設け、その意見を消費者行政に適切に反映。

III 消費者被害の救済

◇ 複雑・多様化した消費生活相談に迅速・的確に対応。

施策1 「苦情の処理」 (重点施策)



相談体制や国・府・警察等関係機関との連携を強化し、迅速・的確に消費者被害の救済を図る。

施策2 「あっせん、調停」 (重点施策)



解決困難な相談事案について、有識者で構成された審議会のあっせん・調停により解決を図る。

施策3 「訴訟の援助」



訴訟に至った事案につき、一定の要件のもとにその訴訟活動に必要な援助を行う。

3. 第2期堺市消費者基本計画の策定

第1期堺市消費者基本計画の対象期間（平成23年度～27年度）が終了することに伴い、新たに平成28年度～令和2年度の5年間を対象期間として策定。

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」の趣旨を踏まえ、同法により各自治体に策定することが努力義務として規定された「消費者教育推進計画」に相当する内容を記載することで、当該計画を含むものとして策定したもの。

(1) 基本計画における消費者教育推進計画の位置付け

先述の施策体系II「消費者の自立の支援等」における重点施策1「消費者啓発の推進」及び施策2「消費者教育の推進」を「消費者教育推進計画」として設定し、施策を具体化。

(2) 消費者教育推進計画の意義

- 被害に遭わない消費者、合理的意思決定ができる自立した消費者、意図せず加害者にならない消費者の育成。
- 主体的に「消費者市民社会（※）」の形成に関与する消費者の育成。
(※「消費者市民社会」…消費者が自らの消費生活に関する行動が社会経済情勢・地球環境に影響を及ぼすことを自覚し、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)

(3) 消費者教育推進の内容

- ◆ 様々な場における消費者教育の推進（学校、地域社会等）
- ◆ 消費者教育の担い手の支援、連携（学校等及び地域における担い手）

4. 計画指標項目及び目標値

計画の進捗状況等を点検する指標を次のとおり設定。

| 指標項目 | | 該当重点施策 | 目標値 |
|------|--------------------------------------|------------------------------------|---------|
| 指標 1 | 訪問販売を望まない消費者のうち、訪問販売お断りシールを貼っている人の割合 | I-3 「取引の適正化」 | 50.0% |
| 指標 2 | 消費生活センターの役割を知っている人の割合 | II-1 「消費者啓発の推進」 II-2 「消費者教育の推進」 | 50.0% |
| 指標 3 | 出前講座の参加者数 | II-1 「消費者啓発の推進」 II-2 「消費者教育の推進」 | 2,500 人 |
| 指標 4 | あっせんの解決率 | III-1 「苦情の処理」 III-2 「あっせん、調停」 | 90.0% |