

第4期堺市消費者基本計画

(案)

令和8（2026）年度 ▶ 令和12（2030）年度

令和8（2026）年〇月



◆ 目次 ◆

I 計画策定に当たって

1 計画の目的	1
2 計画の位置づけ	1
3 計画期間	1

II 計画策定の背景

1 消費者を取り巻く環境	2
2 国における消費者行政の動向	4
3 大阪府における消費者行政の動向	5
4 本市における消費者問題	5
5 第3期堺市消費者基本計画に基づく主な取組の推進状況と課題	16

III 計画の基本的な考え方

1 計画の基本目標	19
2 計画の体系	21
3 重点施策の指標	22

IV 計画推進のための施策

《基本目標1 消費生活の安全・安心の確保》

(1) 危害等の防止	23
(2) 表示等の適正化	24
(3) 取引の適正化	24

《基本目標2 消費者の自立支援》

(1) 各世代に応じた消費者教育の充実【重点施策】	25
(2) 消費者団体への支援	26
(3) 消費者意見の反映	26

《基本目標3 消費者被害の救済》

(1) 消費者被害の拡大防止（苦情の処理）【重点施策】	26
(2) あっせん、調停	27
(3) 訴訟の援助	27

《基本目標4 経済社会の発展等に伴う環境変化への対応》

(1) 高齢者・障害者関係機関や団体との連携強化【重点施策】	27
(2) デジタル社会の急速な進展に伴う新たな課題への対応【重点施策】	28
(3) 持続可能な社会の形成に向けた消費行動の促進	28

V 計画の実効性の確保

1 推進体制の整備	29
2 点検・評価、実施状況の公表	29

<資料編>

・第4期堺市消費者基本計画策定経過	31
・堺市消費生活審議会委員名簿	32
・堺市消費生活条例	33

I 計画策定に当たって

1 計画の目的

第4期堺市消費者基本計画（以下、「本計画」という。）は「堺市消費生活条例第9条」に基づく消費者施策を総合的かつ計画的に推進するための基本計画として、令和7（2025）年度に終了する現行計画の基本的な考え方を踏襲しつつ、時代に即した見直しを行い、後継計画として策定します。

また、消費者教育を総合的・一体的に推進することを目的に平成24（2012）年12月に制定された「消費者教育の推進に関する法律」の趣旨を踏まえ、同法第10条に基づく「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、堺市、事業者、事業者団体、消費者（市民）、消費者団体がそれぞれの責務と役割を認識して主体的に責任ある行動を取り、互いに協力しながら、安全・安心な消費生活の実現をめざします。

（基本理念）

8つの消費者の権利【堺市消費生活条例第2条】

- 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及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

2 計画の位置づけ

本計画は、市が将来にわたって持続可能な都市経営を推進するために取り組むべき方向性を示す「次期堺市基本計画」を上位計画として位置づけ、関連分野における他の行政計画や指針との調和を図り、国（消費者庁）の「第5期消費者基本計画」や大阪府の「大阪府消費者基本計画（第3期）」との整合性を有するものとします。

3 計画期間

本計画の期間は、令和8（2026）年度から令和12（2030）年度までの5年間とします。

なお、期間途中においても、社会情勢の変化や計画の進捗状況等に応じ、必要な見直しを行います。

Ⅱ 計画策定の背景

1 消費者を取り巻く環境

(1) 高齢化の進展

令和2（2020）年10月の「国勢調査」では本市の65歳以上の高齢者人口の割合（高齢化率）は28.2%であり、市独自の将来推計によれば、令和12（2030）年には30.4%に、令和27（2045）年には37.1%に達し、今後も高くなることが予想されています。

このように、高齢化の進展による社会状況が大きく変化するなど、わが国の消費者を取り巻く環境は急速に変化しています。

一般的に加齢に伴い、判断力や記憶力等が低下する傾向にあるとされているため、取引の内容を十分に理解できないまま契約してしまうことで、消費者トラブルに巻き込まれるリスクも年々増加しています。

また、高齢単独世帯は消費者トラブルに巻き込まれた際、誰にも相談できずに一人で抱え込み、問題が深刻化しやすい状況にあります。

(2) デジタル社会の更なる進展

総務省が令和6（2024）年12月に実施した「令和6年通信利用動向調査」によると、個人のインターネット利用者の割合は85.6%です。また、世帯別の主な情報通信機器の保有状況では、スマートフォンを保有している世帯の割合は90.5%で、個人でのスマートフォン保有状況は80.5%に達しています。

こうしたデジタル社会において、情報通信は老若男女を問わず、単なる連絡や情報収集の手段としてだけでなく、買物や娯楽、SNS（Social Networking Service）を介したコミュニケーション等、様々な用途で生活に欠かせないものであり、インターネットを利用した商取引は消費者側の都合に合わせて利用することができるなどのメリットがあります。

また、近年ではインターネットオークションやスマートフォンのアプリを中心に展開されるオンラインフリーマーケット等のように、事業者が取引の場（プラットフォーム）を提供する形でサービスに関与し、その中で消費者同士が自由に取引を行う形態が日常的に見られます。

こうした取引はサービスを提供する事業者が一定のルールを定めてはいるものの、消費者にとっては、トラブルが生じた際に責任の所在や範囲が特定しにくく、トラブルの解決が困難である場合が多いなど、消費者がリスクにさらされることが一層顕在化しています。

(3) キャッシュレス化の進展

キャッシュレス化は、支払手続が簡単・迅速である、割引やポイント等の特典がある、現金を用意して持ち歩かなくてよいなど消費者の利便性の向上が図られるとされています。

一方で、決済手段の多様化等取引環境の複雑化により、トラブルに発展することが懸念されます。

また、第三者による不正利用、自然災害等によるシステム障害や、金銭感覚の鈍化による使い過ぎ等、消費者保護の観点からも課題があります。

そのため、消費者にはキャッシュレス決済に対する十分な知識と適切な金銭管理能力を身に

付けることが求められています。

(4) 消費生活のグローバル化

情報化の急速な進展とも相まって、消費者がインターネットを通じて気軽に海外の事業者と取引を行うことが可能となり、消費生活においてもグローバル化が進展しています。また、グローバル化の進展に伴い、食料品や衣料品、電気製品等、日常生活において数多くの外国産の商品に囲まれています。

その一方で、海外のインターネット通販サイトの中には、詐欺が疑われるものや模倣品を販売するものがあり、消費者が被害やトラブルに巻き込まれても、トラブル解決が困難な相談事例も少なくありません。

また、訪日外国人旅行者や在留外国人は今後も増加が予想されます。訪日外国人旅行者は表示の分かりにくさや商習慣の違い、在留外国人は文化や言語の違い等により消費者トラブルに巻き込まれやすい状況にあります。

(5) 悪質商法や特殊詐欺の増加

判断力、健康面の不安がある高齢者を狙った悪質商法が後を絶たず、被害が増加している状況です。

また、成年年齢の引下げに伴い、契約や取引の知識・経験に乏しい若者が悪質商法に巻き込まれる可能性があり、注意が必要です。

さらに電話等の通信手段を用いて、預貯金口座等への振込みにより、現金等をだまし取った特殊詐欺の被害が増加傾向にあります。特殊詐欺の手口は変化するため、手口に応じた対策を行うことが重要です。

(6) 「持続可能な開発目標（SDGs）」の推進

平成27（2015）年9月、国連サミットにおいて、持続可能な開発目標（SDGs）を中核とする、「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。

これを受け、消費者庁では、SDGsのゴール12「つくる責任 つかう責任（持続可能な生産消費形態を確保する）」に関連する取組として「エシカル消費」を提唱しました。

消費者の行動は経済社会に大きな影響を与えるものであり、消費者は、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が今後の経済社会や地球環境に影響を及ぼし得ることを自覚し、事業者とも連携・協働して持続可能な社会の形成に積極的に参画することが望まれます。

SDGsの達成に向けても、地域の活性化や雇用等も含む人や社会、環境に配慮した消費行動であるエシカル消費といった、消費者の具体的な行動を促すことが重要です。

2 国における消費者行政の動向

消費者庁は消費者基本法の規定に基づき、消費者政策を計画的に進め、消費者の利益の擁護・増進を図るため、政府の施策の方針を定める消費者基本計画を策定しています。

また、関係省庁等が講ずべき具体的施策について、各施策の取組予定及びKPIを明示した消費者基本計画工程表が示されています。

(1) 消費生活に関する法律の整備

消費者庁は消費者が安心して安全な消費生活を営むことができるよう、法律の制定及び改正を行っています。

第3期堺市消費者基本計画を策定した令和3（2021）年5月以降の国における主な動き

時 期	国における主な動き
令和 4（2022）年 6 月	「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律」の施行
令和 5（2023）年 1 月	「消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律」の施行
令和 5（2023）年 10 月	景品表示法第5条第3号に基づく不当表示として「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」が新たに指定されて施行

(2) 消費者基本計画の改定

現行の第5期消費者基本計画は令和7（2025）年度から令和11（2029）年度までの5年間を対象期間として令和7（2025）年3月に閣議決定されました。

この計画は消費者を取り巻く環境が大きな転換期を迎える中で、「消費者が信頼できる取引環境」、「『消費者力（気づく力・断る力・相談する力など）』の実践」及び「誰一人取り残されることのない社会の構築」により、安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現並びにウェルビーイングの向上をめざし、この計画に基づく消費者政策を強力に実施するために策定されました。

(3) 消費者行政への支援

第4期消費者基本計画（令和2年3月閣議決定）を踏まえ、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心な消費生活が確保される地域体制を全国的に整備することを目的とした「地方消費者行政強化作戦（平成27年3月）」を改定し、「地方消費者行政強化作戦2020」が定められるなど、財政支援も含む地方消費者行政への支援が行われています。

現在、地方消費者行政強化交付金について、地方消費者行政推進事業の活用期限が到来する中、地域の実情に応じて適切に対応できるよう、支援の在り方を見直す方向が示されています。

3 大阪府における消費者行政の動向

大阪府は大阪府消費者保護条例に基づき、令和2（2020）年3月に「大阪府消費者基本計画（第2期）」を策定し、令和2（2020）年度から令和6（2024）年度までの5年間の計画期間として、安全・安心な消費生活を実現するための消費者施策の充実が図られました。

また、令和7（2025）年3月には、第2期計画の取組状況を踏まえ、新たな計画に基づく消費者施策を展開する必要があることから、国の「消費者基本計画」との整合性を図りつつ、新たに令和7（2025）年度から令和11（2029）年度までの5年間を対象期間とした「大阪府消費者基本計画（第3期）」が策定されました。

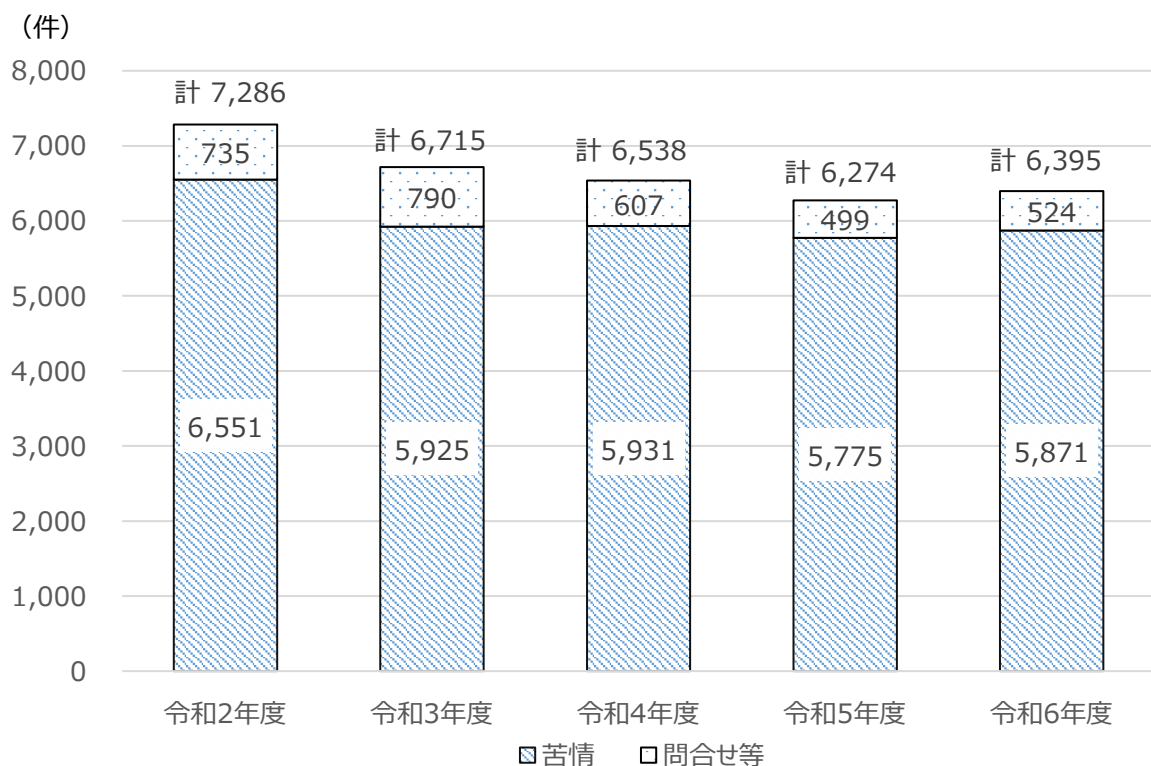
4 本市における消費者問題

（1）消費生活相談の現状

① 消費生活相談件数の推移

令和6（2024）年度に消費生活センターに寄せられた消費生活相談は6,395件で、前年度に比べて121件増加しました。

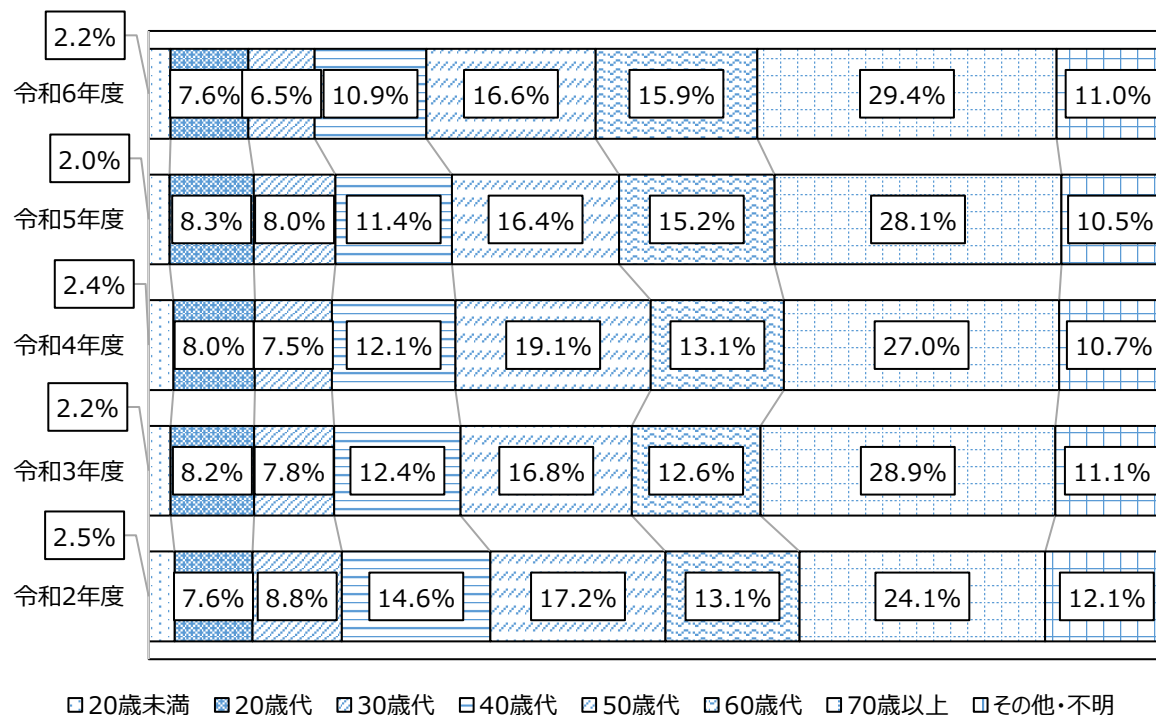
令和2（2020）年度以降、減少傾向にありましたが、令和6（2024）年度に増加に転じています。



資料：堺市調べ

② 契約当事者の年代別割合の推移

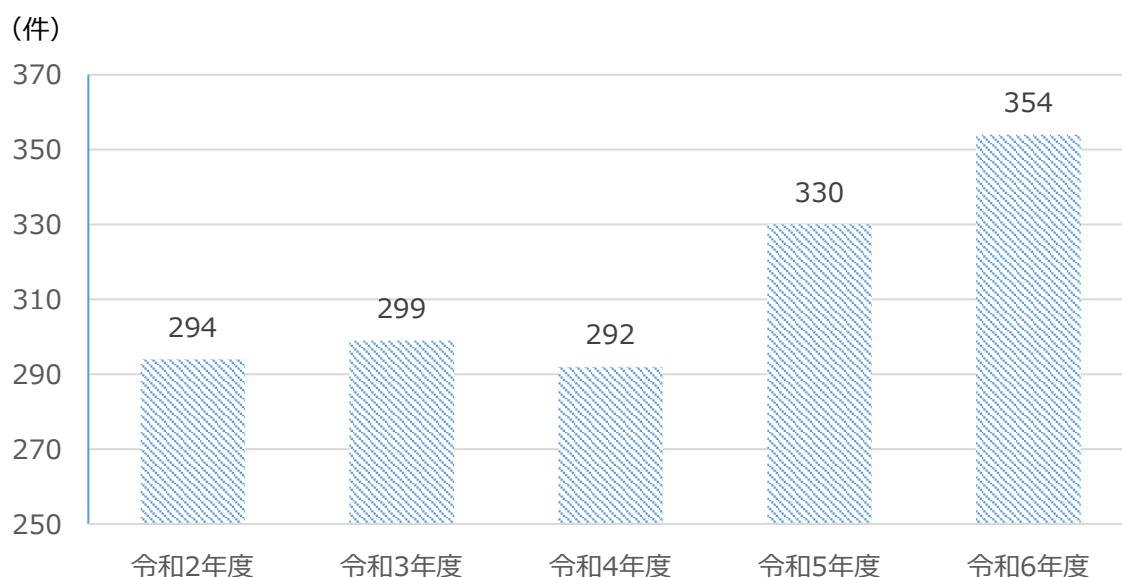
各年度の相談件数に対する契約当事者の年代別割合を見ると、令和2（2020）年度から令和6（2024）年度までの過去5年間に、いずれの年度も60歳以上の相談割合が全体の40%前後を占めており、特に令和5（2023）年度、令和6（2024）年度は60歳以上の相談割合が増加しており、高齢者からの相談が多い状況です。



資料：堺市調べ

③ 見守り者（70歳以上の契約者の家族等）からの相談件数

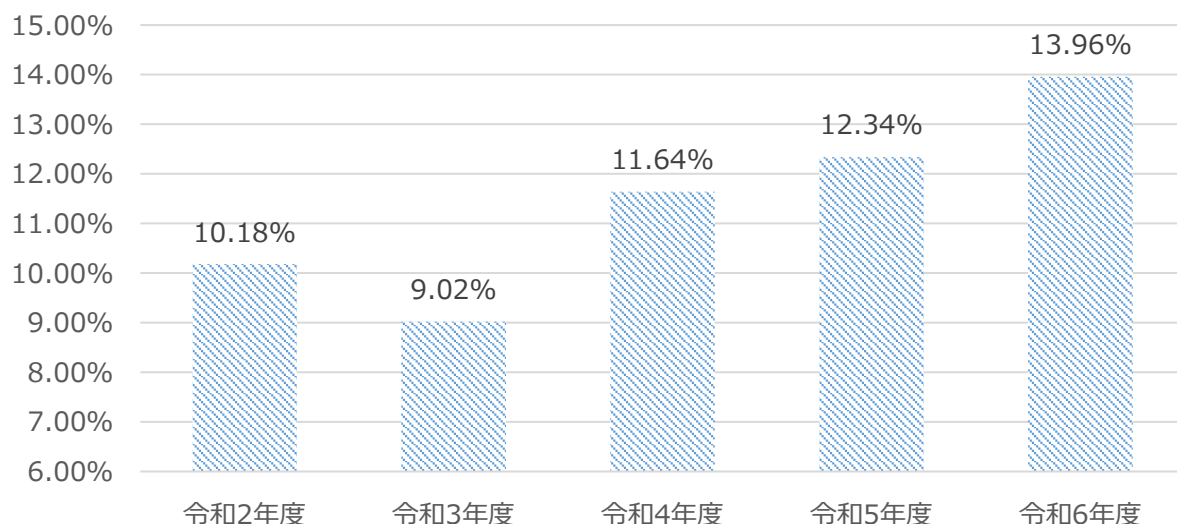
見守り者からの相談件数は、令和2（2020）年度から令和4（2022）年度まで、約300件で推移しています。令和5（2023）年度から更に増加傾向にあり、今後も見守り者からの相談が増え続けると予想されます。



資料：堺市調べ

④ インターネット等にて配信される広告を介したトラブルに関する相談割合

令和2（2020）年度から令和3（2021）年度にかけて減少しましたが、令和4（2022）年度からは増加傾向であり、デジタル取引に関するトラブルにより消費者がリスクにさらされていることが顕在化していると考えられます。



資料：堺市調べ

⑤ 販売購入形態別相談件数の推移

相談件数を販売購入形態別で見ると、令和2（2020）年度から令和6（2024）年度までの5年間は、いずれの年度も「店舗購入」より「通信販売」に関する相談が最も多く、インターネット通販を利用する消費者の増加が背景にあると考えられます。

主な相談内容としては「商品を注文・決済したが、一向に届かない」や「広告の商品と異なるものが届いた」といった悪質な事業者によるトラブルだけでなく、オークションサイトやフリマサイトの普及により個人間取引による同様のトラブルも多くみられ、簡単で便利に利用できるようになった一方で、売買トラブルのリスク管理が重要となっています。

単位：（件）

販売購入形態		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
無店舗販売	訪問販売	711	602	535	636	615
	通信販売	2,887	2,456	2,627	2,346	2,261
	マルチ・マルチまがい取引	95	63	31	34	36
	電話勧誘販売	261	235	242	247	365
	ネガティブ・オプション	42	17	8	9	10
	訪問購入	45	49	59	51	62
	その他無店舗販売	56	84	68	67	100
小 計		4,097	3,506	3,570	3,390	3,449
店舗購入		1,624	1,416	1,644	1,535	1,421
その他・不明		1,565	1,793	1,324	1,349	1,525
総 件 数		7,286	6,715	6,538	6,274	6,395

資料：堺市調べ

＊無店舗販売の種類と内容

無店舗販売の種類	内容
訪問販売	事業者が消費者の自宅や職場等を訪問して、商品や権利の販売又は役務の提供について契約する取引
通信販売	事業者が新聞、雑誌、インターネット等で広告し、消費者から郵便、電話等の通信手段により申込みを受ける取引
マルチ・マルチまがい取引	個人を販売員として勧誘し、更にその個人に次の販売員の勧誘をさせる代わりに報酬を支払うことで、販売組織を連鎖的に拡大して行う商品・役務の取引
電話勧誘販売	事業者が電話で勧誘を行い、申込みを受ける取引
ネガティブ・オプション	消費者から購入の申し込みが無いにもかかわらず、商品を一方的に送りつけて代金を請求するもの
訪問購入	事業者が消費者の自宅等を訪問して、物品の買取りを行う取引
その他無店舗販売	2日以上にわたって開催される展示販売や露店・屋台店等

資料：堺市調べ

⑥ 無店舗販売に係る年代別相談件数

令和6（2024）年度に寄せられた相談総件数のうち、無店舗販売に係る相談件数について年代別で見ると、いずれの年代においても「通信販売」に関する相談が最も多い状況です。

また、70歳以上は「通信販売」だけでなく、すべての販売形態に関する相談も多く見られます。

単位：（件）

販売購入形態	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他・不明	計
訪問販売	11	42	37	55	76	81	256	57	615
通信販売	92	140	146	262	449	440	570	162	2,261
マルチ・マルチまがい取引	0	3	3	3	3	6	13	5	36
電話勧誘販売	2	36	23	53	59	42	104	46	365
ネガティブ・オプション	0	0	0	2	0	2	4	2	10
訪問購入	0	2	0	3	4	15	32	6	62
その他無店舗販売	2	9	8	15	11	12	25	18	100
総件数（無店舗販売）	107	232	217	393	602	598	1,004	296	3,449

資料：堺市調べ

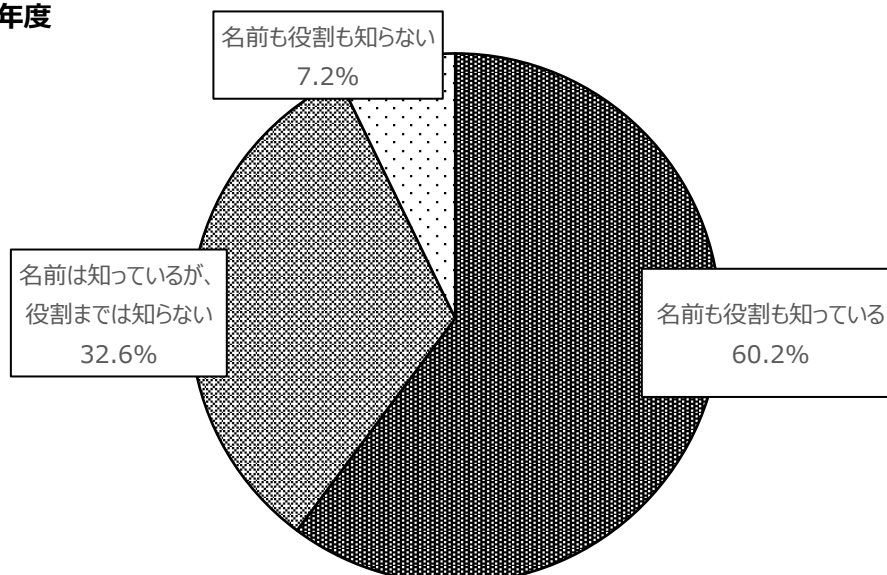
(2) 市政モニターアンケート（消費生活部分）

本市は毎年、市政の重要な課題や市民生活に関係の深い市政上の問題等について、市民の意識や意見等の迅速な把握に努め、もって市政の効率的かつ合理的な運営に役立て開かれた市政の推進を図るため、市政モニターアンケートを実施しています。本計画に関連する令和6（2024）年度アンケート結果は次のとおりです。

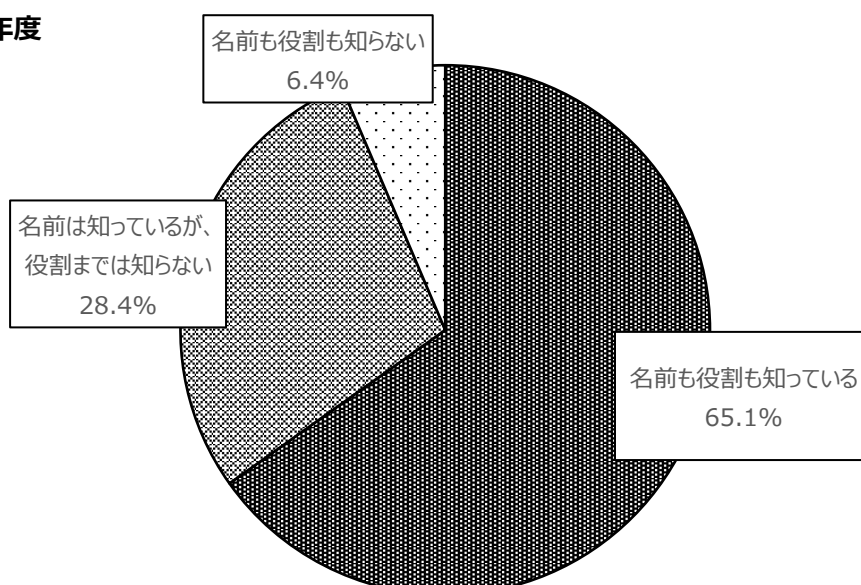
① 消費生活センターの認知度

消費生活センターの認知度の質問のうち、「名前も役割も知っている」と回答した方は令和5（2023）年度では65.1%、令和6（2024）年度は60.2%と約5%減少しており、「名前は知っているが、役割までは知らない」と回答した方は令和5年度の28.4%に対し令和6年度は32.6%と約4%増加していることから、消費生活センターの役割を知っている方が減少しています。今後は啓発等により消費生活センターの役割をより多くの方に知ってもらう必要があります。

令和6年度

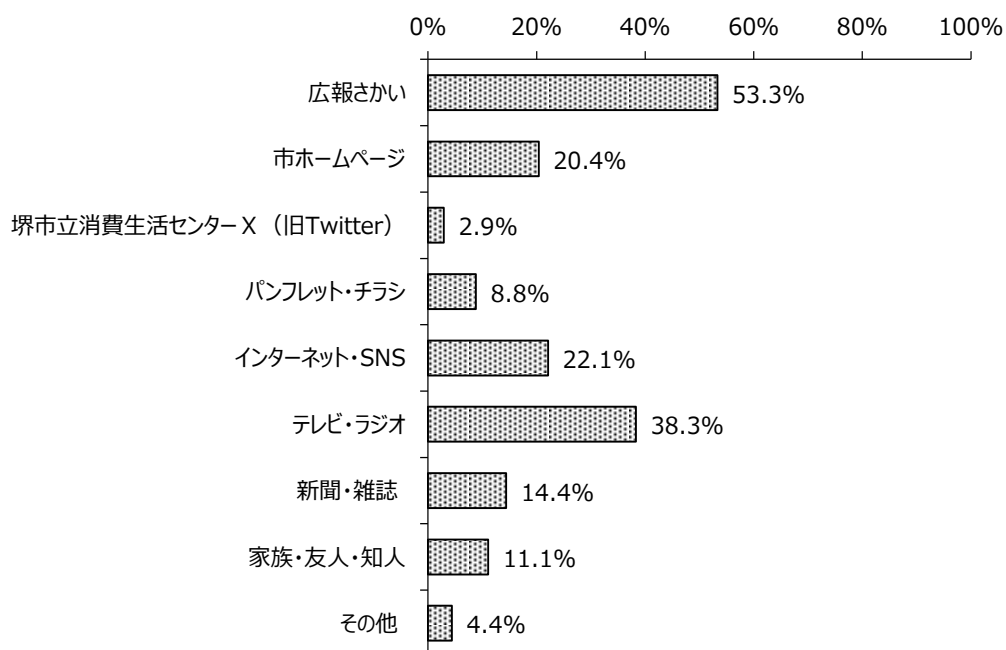


令和5年度



② 消費生活センターを知った手段

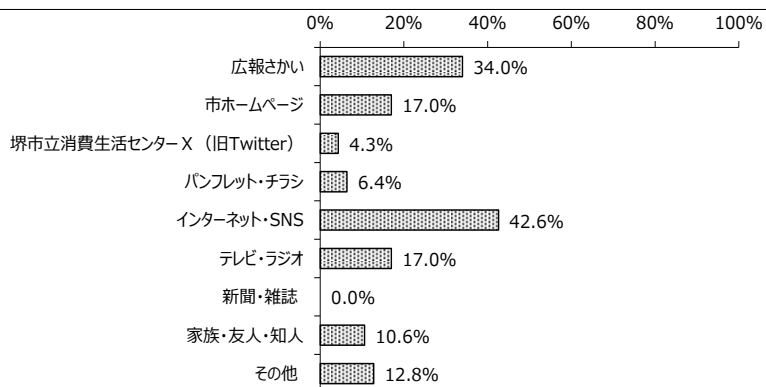
広報さかい、テレビ・ラジオの割合が高い状況で、年齢別に見ると高齢者ほどその傾向が強
く、40 歳代以下ではインターネット・SNS の割合が高い状況です。このことから、年代に応じた
効率的な周知手法の検討が必要です。



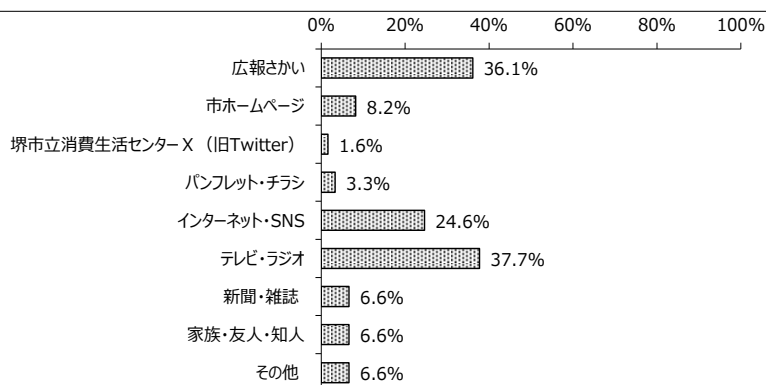
資料：堺市市政モニターアンケート

「年齢別 消費生活センターを知った手段」

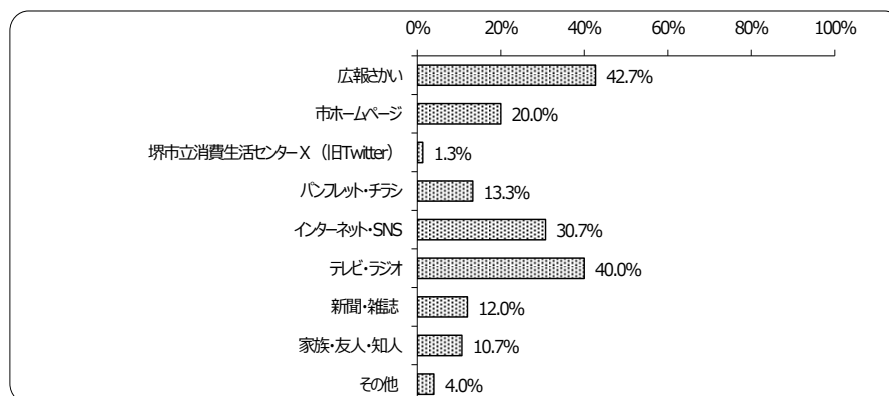
18 歳以上 30 歳未満



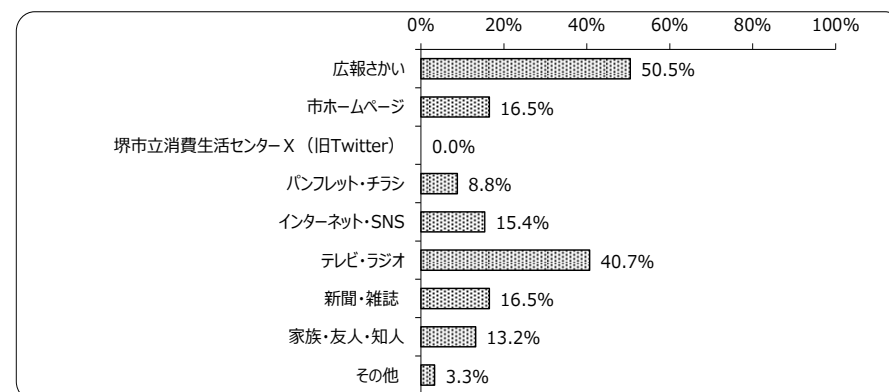
30 歳代



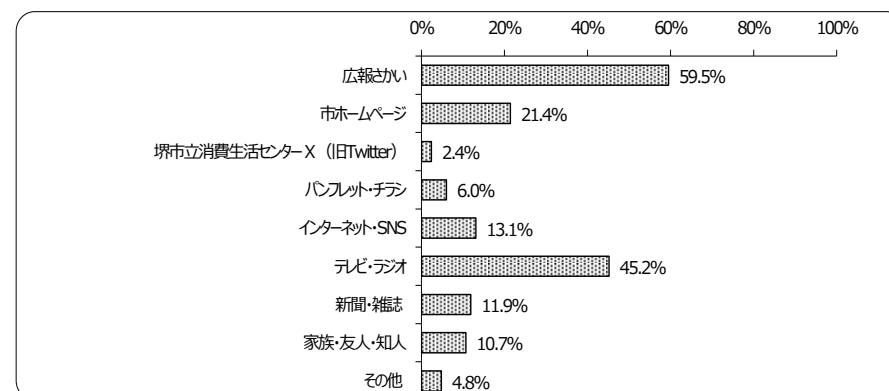
40 歳代



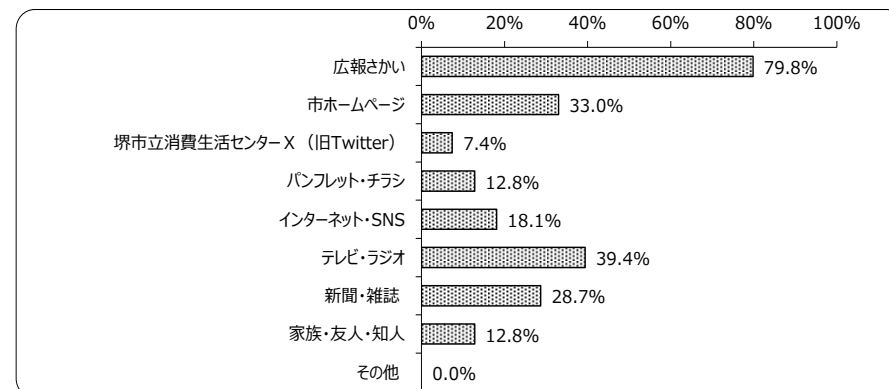
50 歳代



60 歳代



70 歳以上



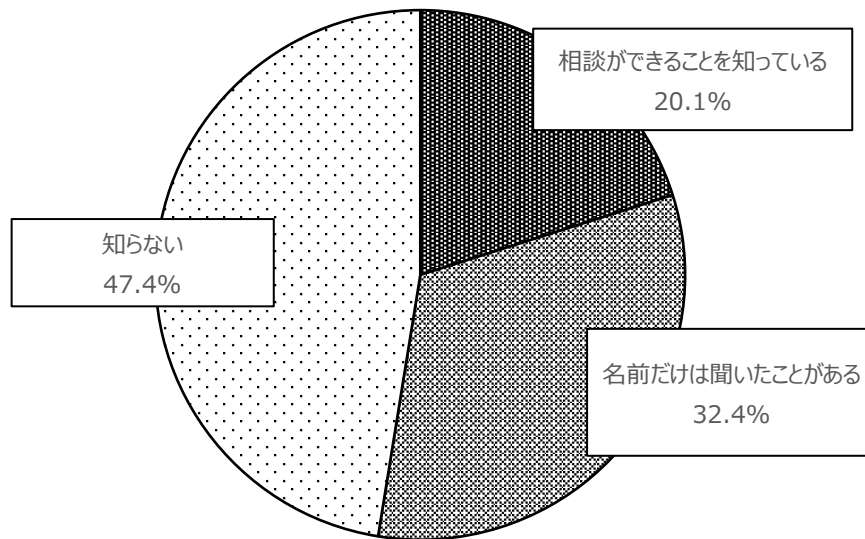
③ 「消費者ホットライン（188（イヤヤ）※）」の認知度

「消費者ホットライン（188（イヤヤ）※）」について「相談ができることを知っている」と回答した方が令和 5（2023）年度は 17.8%、令和 6（2024）年度では 20.1%と増加していますが、約 8 割の方が「名前だけは聞いたことがある」「知らない」と回答しています。

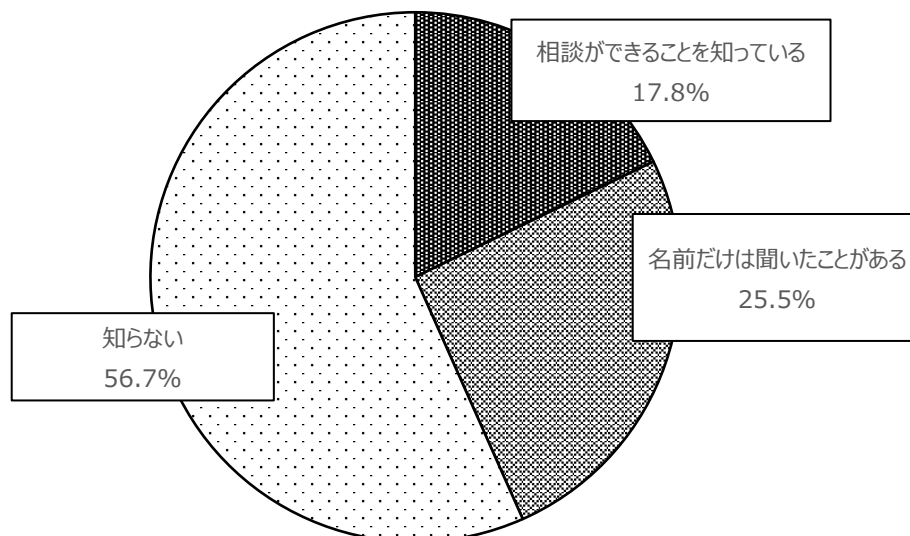
今後は啓発等により「消費者ホットライン（188（イヤヤ））」の役割について周知する必要があります。

※「消費者ホットライン（188（イヤヤ））」とは、消費生活におけるトラブルや困ったことについて相談したいときに、最寄りの消費生活センター等を案内する全国共通の電話番号です。

令和6年度



令和5年度



資料：堺市市政モニターアンケート

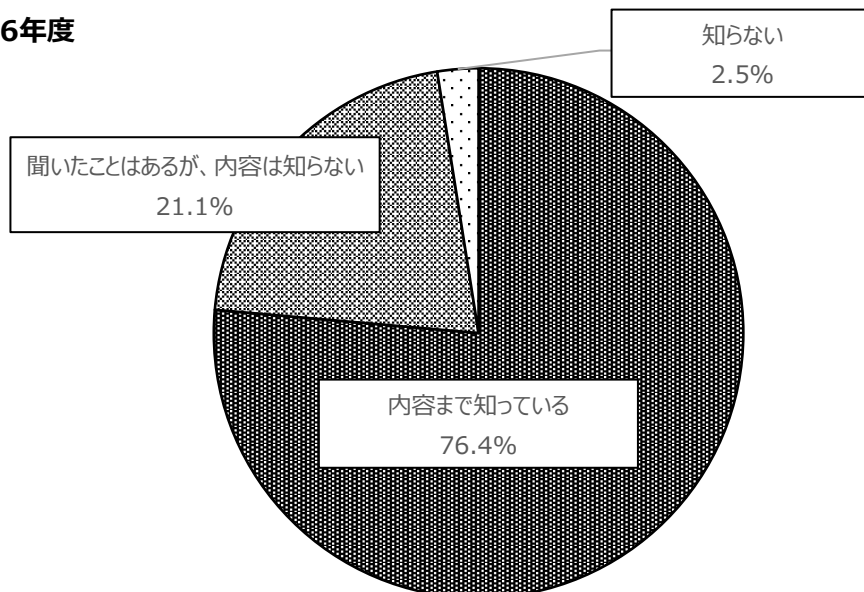
④ 「クーリング・オフ」制度※の認知度

「クーリング・オフ」制度について「内容まで知っている」と回答した方が令和 5（2023）年度は 80.9%、令和 6（2024）年度では 76.4%と減少しています。

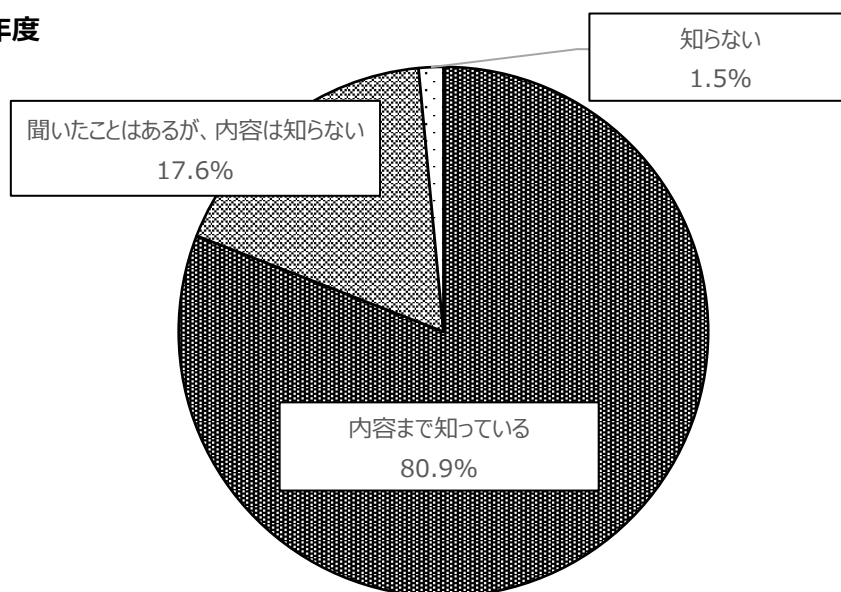
また、約 4 分の 1 の方が「聞いたことはあるが、内容は知らない」「知らない」と回答しており、制度の周知を進める必要があります。

※「クーリング・オフ」制度とは、一旦契約の申込や締結をした場合でも、一定期間であれば理由を問わず、無条件で契約の申込を撤回したり、契約を解除したりできる制度です。
ただし、インターネット通販やテレビショッピング等の通信販売には適用されません。

令和6年度



令和5年度

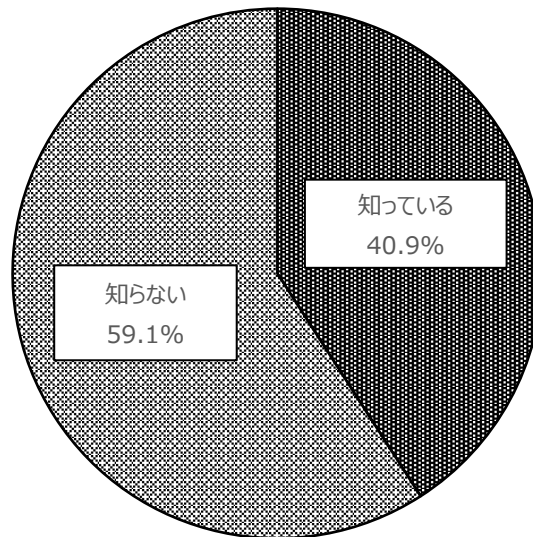


資料：堺市市政モニターアンケート

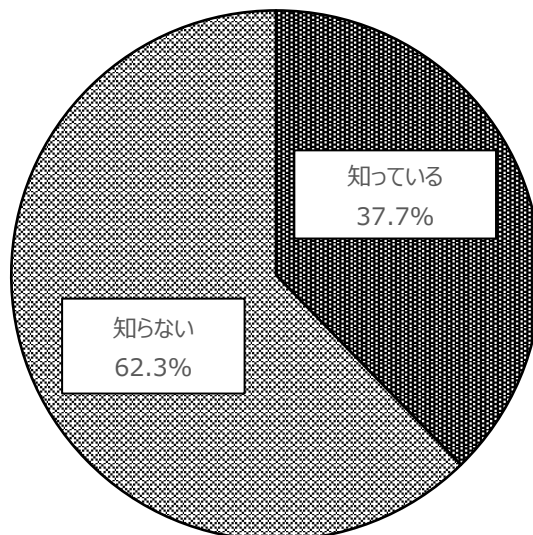
⑤ インターネットショッピング等の通信販売は、「クーリング・オフ」制度の対象とならないことの認知度

「知っている」と回答した方が令和 5（2023）年度は 37.7%、令和 6（2024）年度では 40.9%と増加しているものの、約 6 割の方が「知らない」と回答し、制度の内容まで含めた周知が必要です。

令和6年度



令和5年度



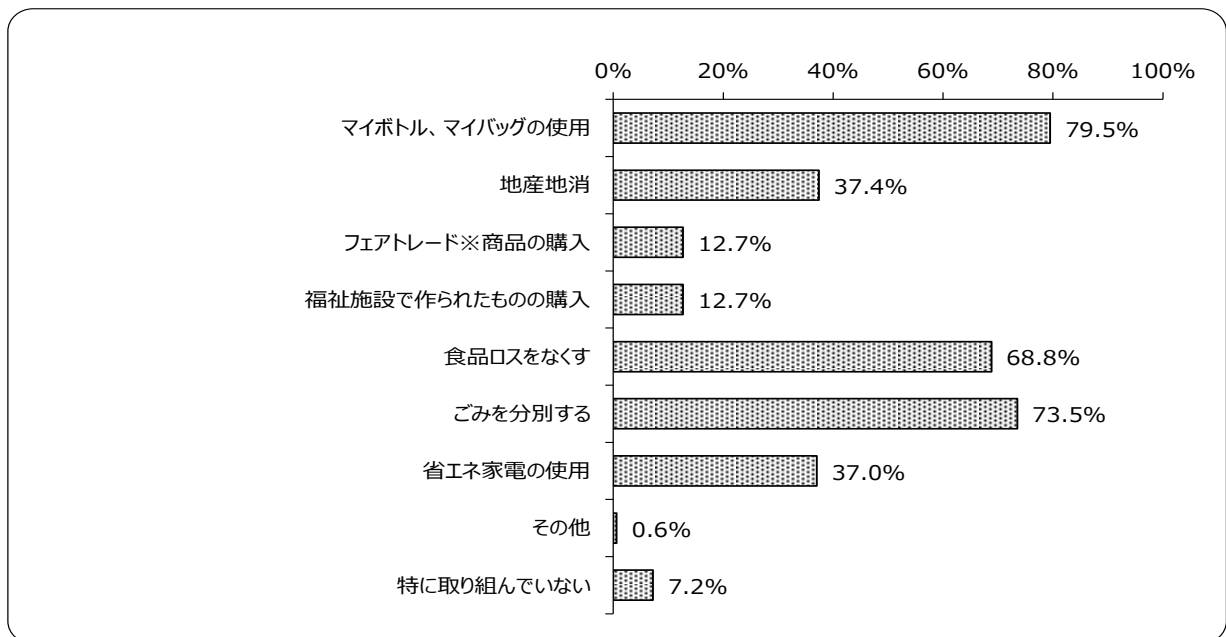
資料：堺市市政モニターアンケート

⑥ 「エシカル消費」※について、日常で取り組んでいる内容

「マイボトル、マイバッグの使用」と回答した方が 79.5%と最も高くなっており、次いで「ごみの分別」や「食品ロスをなくす」と回答した方の割合も高くなっています。

今後は「エシカル消費」の更なる周知、普及のため、消費者教育を推進することが必要です。

※「エシカル消費」とは、環境に良いものやサービスを選択したり、適正な価格のものやサービスを選択したりといった、地域の活性化や雇用等も含む、環境や人、社会に配慮した消費行動のことを表します。



資料：堺市市政モニターアンケート

※フェアトレード商品とは、開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に取引し、貧困地域の労働者の生活向上をめざす取組のことを表します。

5 第3期堺市消費者基本計画に基づく主な取組の推進状況と課題

前計画は「消費生活の安全・安心の確保」、「消費者の自立支援」、「消費者被害の救済」、「経済社会の発展等に伴う環境変化への対応」の4つを計画の基本目標として設定し、取組を進めました。

《基本目標1 消費生活の安全・安心の確保》

【重点施策：取引の適正化】

指標	不当な取引行為を行う事業者への対応
目標	指導等の実施及び実施概要の公表による情報提供
成果	指導、公表に至る事例がなかった

《推進状況》

重点施策として位置づけた「取引の適正化」は、食や住まい、消費生活用品に関する安全性の確保のための取組や、家庭用品の品質表示・食品表示等に関する調査・指導等による表示・広告の適正化のほか、計量の適正化を図るための取組を行いました。また、国や他自治体、国民生活センター等の関係機関との連携強化や訪問販売・悪質訪問販売お断りシールの頒布により消費者が望まない勧誘（不招請勧誘）への対策等の取組を進めました。

《課題》

先述の消費生活相談の現状からも読み取れるように、高齢者の相談件数が増加傾向であり、消費者を取り巻く環境が目まぐるしく変化する中、高齢者が新たな被害に遭いやすい状況です。

今後も高齢者からの相談件数の増加が見込まれる中、高齢者の消費者トラブルへの対応が必要です。

《基本目標2 消費者の自立支援》

【重点施策：消費者教育・啓発の推進】

指標	消費生活センターを知っている人の割合
目標	80%
成果	令和3年度：77.6% 令和4年度：88.8% 令和5年度：93.5% 令和6年度：92.8%

指標	消費者トラブル等に関する情報提供等を通じて消費者教育を支援した学校数
目標	138校（令和6年度）
成果	令和3年度：46校 令和4年度：46校 令和5年度：46校 令和6年度：47校
評価	市立小学校向けにデジタル教材の提供を関係機関と調整中であるが、目標には至っていない。

《推進状況》

「消費者の自立支援」に係る施策としては、様々な手段による消費生活に関する情報提供や環境に配慮した活動の推進等の消費者啓発に関する取組、消費者教育受講機会・内容の拡充のための取組、消費者団体との連携や活動支援等の取組を推進しました。

このうち、重点施策として位置づけた「消費者教育・啓発の推進」に関しては、消費者教育コーディネーターを設置し、高齢者やその見守りを行う関係機関等を対象とした出前講座や様々なテーマによる講座の実施のほか、広報紙・ホームページ、X（旧ツイッター）、堺市立消費生活センター定期便（消費生活センターが定期的に発信しているニュースレター）等を活用した情報提供の充実、市民と連携した街頭啓発等の実施、学校教育における消費者教育充実に向けた取組、環境に配慮した活動の推進のための取組を進めました。

増加傾向にある特殊詐欺については市（区）・警察・自治連合協議会・防犯協議会等が一堂に会した撲滅への決意表明を契機として、「さかい運動」※の推進など市全体で対策を強化しました。

また、特殊詐欺被害防止のため、過去に相談のあった方に電話で注意喚起を行う「堺市特殊詐欺被害防止電話パトロール」を実施しました。

※「さかい運動」とは、『さ』は、詐欺と疑ってみる。『か』は、確認や相談をする。『い』は、一旦、電話を切る。』を合言葉として、特殊詐欺被害を防ぐ取組です。

《課題》

高齢者等配慮を要する消費者の生活トラブルや社会のデジタル化に伴いインターネットに関するトラブルも増加しており、今後も高齢化やデジタル化の更なる進展が見込まれます。

消費者被害の防止をはじめとした消費者の自立の支援のためには、効果的な情報提供や教育機会の充実のほか、消費者教育コーディネーターを中心に各学校や地域にて教育の担い手を支援し育成することが必要となります。特に、市立小学校への消費者教育の支援を関係機関と調整のうえ、着実に実施する必要があります。

《基本目標3 消費者被害の救済》

【重点施策：苦情の処理、あっせん、調停】

指標	あっせんによる解決率
目標	毎年度90.0%以上
成果	令和3年度：89.3% 令和4年度：91.2% 令和5年度：91.0% 令和6年度：92.3%

《推進状況》

消費者トラブル・被害が複雑化する傾向にあることから、「消費者被害の救済」に係る施策としては、消費生活相談員による消費生活相談の実施を中心に、その体制の整備・拡充や警察との連携等の取組を推進しました。

このうち、重点施策として位置づけた「苦情の処理」、「あっせん、調停」に関しては、専門的研修への参加や弁護士等を講師とした職場研修会の開催による相談員の専門的知識・相談処理技法の向上を推進しました。また、市内警察署との連絡会議開催による問題の提起と対策の検討、消費者被害救済体制の充実を図るための取組及び緊急に注意喚起が必要な事

案に関する関係機関・団体への情報提供等の取組を進めました。

「課題」

商品・サービスや取引形態の多様化に伴い、消費者と事業者の間にある情報量・交渉力の格差は拡大し、消費者トラブルに陥るリスクが高まっており、トラブルの内容も一層複雑化・多様化しています。

今後も複雑化・多様化する消費生活相談に的確に対応し解決を図るためには、継続的に消費生活相談員の知識や交渉技術の向上のほか、警察等の関係機関との連携を強化することが必要です。

「基本目標4 経済社会の発展等に伴う環境変化への対応」

【重点施策：高齢者等への支援】

指標	消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置
目標	設置済（令和7（2025）年度）
成果	令和7（2025）年度設置

【重点施策：高度情報通信社会の進展への対応】

指標	消費生活センターのSNSアカウントの登録者数
目標	400人（令和6年度）
成果	令和3年度：119人 令和4年度：120人 令和5年度：170人 令和6年度：230人
評価	出前講座等にて登録を呼びかけ、令和4年度以降、毎年50～60人程度増加しているが、SNSに不慣れな高齢者が多く、目標には至っていない。

「推進状況」

超高齢社会・高度情報通信社会の進展を踏まえ、幅広い年代に向けて、消費生活トラブルの事例紹介や被害に遭わないための対策等の情報提供、消費者教育・啓発講座の充実強化、警察との連携による消費者被害の防止に取り組みました。

また、消費者被害から高齢者、障害者等を守るため、関係機関と調整を行い、令和7（2025）年度に消費者安全確保地域協議会（堺みまもり連絡会）を設置しました。

「課題」

高齢化やデジタル化が更に進展すると考えられる中、「誰にも相談できない」「知識や情報が不足している」といった消費者被害やトラブルが増えることが懸念されます。そのため、引き続き、被害を防止する取組を推進することや消費者安全確保地域協議会（堺みまもり連絡会）の効果的かつ効率的な運用が必要となります。

また、インターネットやSNSの普及により、消費者トラブルは年齢層を問わず広がっている状態です。インターネット、SNSは便利である一方、様々な消費者トラブルのリスクがあるため、情報発信を強化し、各ライフステージに応じた消費者教育を充実させ、消費者のデジタルリテラシー向上が必要です。

Ⅲ 計画の基本的な考え方

1 計画の基本目標

「Ⅱ 計画策定の背景」に基づき、次の4つの基本目標を設定のうえ、特に重点的に取り組む施策を重点施策として位置づけ、計画全体の推進を図ります。

《基本目標1 消費生活の安全・安心の確保》

消費者が安全で安心して消費生活を営むためには、商品・サービスの安全性を確保するなどによって危害等の防止を図ることや生活関連物資の安定供給を確保すること等が必要不可欠です。

また、次々と新たな商品やサービスが提供され、その取引方法も多様化し、悪質商法や不当な取引行為が依然として見られる現状においては、表示・広告や取引、計量の適正化等を図るための施策を推進する必要があります。

当基本目標の達成を図るため、次の3つの項目により施策を具体化します。

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">(1) 危害等の防止(2) 表示等の適正化(3) 取引の適正化 |
|---|

《基本目標2 消費者の自立支援》

消費者と事業者の取引形態の多様化に伴い、消費者の利便性は飛躍的に向上し、その選択肢も多岐にわたっていますが、消費者と事業者の間には、情報の質・量や交渉力・経済力に多くの差があるため、様々な消費者被害が生じています。

こうした消費者被害を未然に防ぐためには、消費者が自ら必要な知識や情報を修得・収集し、自主的かつ合理的に行動すること、すなわち「消費者力」の育成・強化が必要であり、そのためには消費者教育コーディネーターを中心に、各消費者の消費生活の態様や年齢・経験・知識の有無等、状況や特性に応じて自立支援に向けた消費者教育の取組を進める必要があります。

また近年、消費者による従業員等への行き過ぎた言動（カスタマーハラスメント）が問題となっており、消費者と事業者双方の信頼関係を構築するためにも、消費者教育の観点で啓発を行う必要があります。

さらに、特殊詐欺被害も多発しており、未然の防止に向け、警察や関係部局と連携した継続的な啓発に取り組む必要があります。

当基本目標の達成を図るため、次の3つの項目により施策を具体化し、このうち「(1) 各世代に応じた消費者教育の充実」を重点施策として位置づけます。また、同項目は消費者教育の推進に関する法律第10条に基づく「消費者教育推進計画」として設定します。

(1) 各世代に応じた消費者教育の充実（重点施策）

- (2) 消費者団体への支援
- (3) 消費者意見の反映

＜基本目標3 消費者被害の救済＞

消費者が安全で安心な消費生活を営むことができるよう、消費者教育の推進や効果的な情報の提供に努め、消費生活条例において不当な取引行為の禁止を定めることにより、取引環境の適正化を図ります。

なお、消費者被害の回復に向けて迅速かつ的確な対応が求められることから、消費生活相談をはじめとする消費者被害の救済体制を一層充実・強化させる必要があります。

当基本目標の達成を図るため、次の3つの項目により施策を具体化し、このうち「(1) 消費者被害の拡大防止（苦情の処理）」を重点施策として位置づけます。

(1) 消費者被害の拡大防止（苦情の処理）（重点施策）

- (2) あっせん、調停
- (3) 訴訟の援助

＜基本目標4 経済社会の発展等に伴う環境変化への対応＞

現在特殊詐欺等による消費者被害が多発し社会問題となっています。

特に、被害者のうち高齢者の占める割合が高い状況であり、判断能力に不安のある高齢者や障害者が消費者被害に遭う事案が後を絶ちません。

こうした高齢者や障害者等の配慮を要する方に関する消費者被害を未然防止あるいは拡大防止するためには、被害者とならないために消費者として自立できるよう支援を進めるだけでなく、家族をはじめとする地域の人々が日常的な見守りに取り組むことが重要です。

また、高度情報通信社会の発展に伴い、消費者トラブルが多様化・複雑化していることから、トラブルの未然防止を図るための取組を進める必要があります。

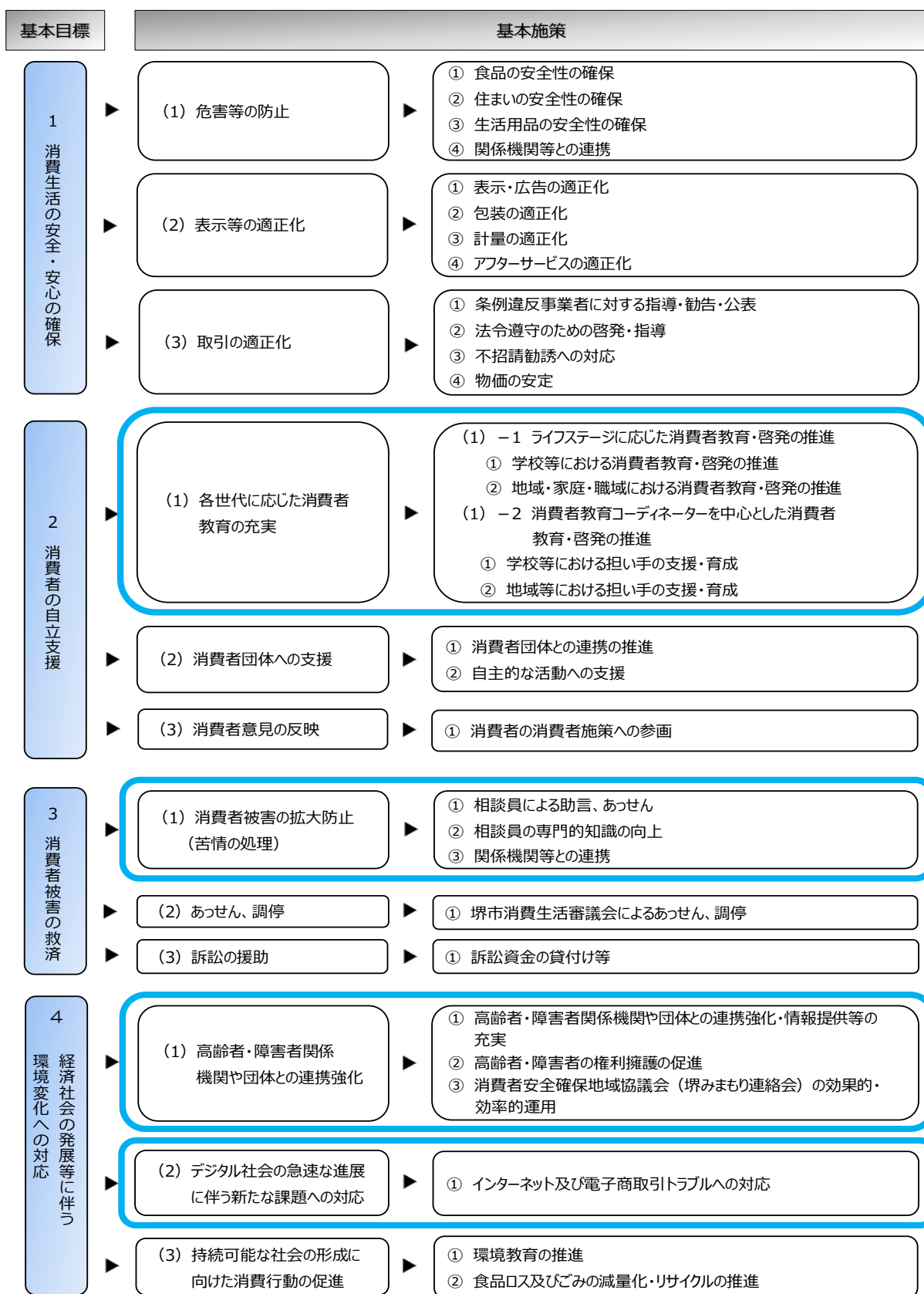
そして平成27（2015）年9月に国連サミットで採択された「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に向けても、地域の活性化や雇用等も含む人や社会、環境に配慮した消費行動であるエシカル消費といった、消費者の具体的な行動を促すことが重要です。

当基本目標の達成を図るため、次の3つの項目により施策を具体化し、このうち「(1) 高齢者・障害者関係機関や団体との連携強化」及び「(2) デジタル社会の急速な進展に伴う新たな課題への対応」を重点施策として位置づけます。

(1) 高齢者・障害者関係機関や団体との連携強化（重点施策）

- (2) デジタル社会の急速な進展に伴う新たな課題への対応（重点施策）
- (3) 持続可能な社会の形成に向けた消費行動の促進

2 計画の体系



※ は重点施策を表します。

3 重点施策の指標

本計画において特に重点的に取り組む4つの施策について進捗を確認するため、次のとおり指標を設定します。

○重点施策：各世代に応じた消費者教育の充実

指標項目	現状（令和6年度）	目標（令和12年度）
消費生活センターの役割を知っている人の割合	60.2%	90%

消費生活相談ができる身近な相談窓口として消費生活センターの役割を知ってもらうことは消費者被害の防止につながるため、出前講座等の啓発の場において消費者教育を行うことで「消費者力」の向上による消費者の自立支援を図り、消費生活センターの役割を知っている人の割合の増加をめざします。

○重点施策：消費者被害の拡大防止（苦情の処理）

指標項目	令和6年度	目標（毎年度）
あっせんによる解決率	92.3%	94%

社会経済情勢等の変化に伴い、多様化・複雑化する消費者被害から消費者を救済します。また今後も一層複雑化する消費者トラブルに対し、的確なあっせんによる問題解決を図り、あっせん解決率94%をめざします。

○重点施策：高齢者・障害者関係機関や団体との連携強化

指標項目	現状（令和6年度）	目標（令和12年度）
消費者安全確保地域協議会（堺みまもり連絡会）によってつながった相談件数	— ※令和7年度に消費者安全確保地域協議会（堺みまもり連絡会）設置のため	350件

従来の見守り者からの相談件数（令和6年度は354件）に加え、消費者安全確保地域協議会（堺みまもり連絡会）の活用によって消費生活センターにつながった相談件数350件をめざすことでトータル700件程度の相談が消費生活センターにつながることをめざします。

○重点施策：デジタル社会の急速な進展に伴う新たな課題への対応

指標項目	現状（令和6年度）	目標（令和12年度）
インターネット等にて配信される広告を介したトラブルに関する相談件数	893件	1,400件以下 （令和12年度推移）

情報発信の機会を活用し、消費者のデジタルリテラシー向上に取り組むことで、令和4年度から増加している相談件数の抑制をめざします。

Ⅳ 計画推進のための施策

《基本目標1 消費生活の安全・安心の確保》

(1) 危害等の防止
1 食品の安全性の確保
<p>【食品衛生課】</p> <p>食品関係施設の監視指導や市内で製造される又は流通する食品等の検査を実施します。また、食中毒等の健康被害が発生した場合は、直ちに必要な措置を講じ被害の拡大防止と再発防止を図ります。</p> <p>【消費生活センター】</p> <p>危害の恐れがある食品について、消費生活相談情報に基づき関係部局と連携し堺市消費生活条例に基づく報告の徴収や立入調査を実施します。</p> <p>また、必要に応じて供給中止・回収を指導・勧告し、危害拡大と再発を防止します。さらに必要に応じて報道機関や消費者へ迅速に情報提供を行います。</p>
2 住まいの安全性の確保
<p>【生活衛生課】</p> <p>住宅の新築等で、市民から体調不良の訴えがあった場合、室内のホルムアルデヒドの簡易測定を行い、換気の指導啓発を行います。</p> <p>また、ダニ・カビ等住居衛生の相談には、住環境整備についての助言を行います。</p> <p>【建築防災推進課】</p> <p>住宅・建築物耐震・防火等改修の促進のため、広報さかいやホームページ等により、耐震診断や改修に関する情報提供を行い、区民まつりや自主防災組織による催し等への出展や出前講座を利用して耐震化の必要性について啓発します。</p> <p>また、建築物に吹付けられた建材のアスベストの含有の有無の調査及び除去等工事を促進し、安心して居住・使用できる建築物を増加させるために、調査及び除去等工事の補助を実施します。</p>
3 生活用品の安全性の確保
<p>【生活衛生課】</p> <p>家庭用品に含まれる有害物質について、法律に基づき試買検査を実施し、基準違反があれば回収命令等の監視指導を行います。これにより、家庭用品の安全性を確保し、消費者の健康被害を未然に防ぎます。</p> <p>【消費生活センター】</p> <p>電気用品販売事業者やガス用品・液化石油ガス器具等販売事業者等の消費生活用製品を取り扱う市内事業者への立入検査等を実施し、基準を満たさない製品の販売を防ぐことで、事故の未然防止を図ります。</p> <p>また、必要に応じて供給中止・回収を指導・勧告し、危害拡大と再発を防止します。さらに必要に応じて報道機関や消費者へ迅速に情報提供を行います。</p>

4 関係機関等との連携
<p>【消費生活センター】</p> <p>商品やサービスの安全に関する情報について、国、他の自治体、国民生活センター等の関係機関との間で情報の共有を図り、必要な場合には、当該機関に対し、必要な措置を講ずるよう要請します。</p>

(2) 表示等の適正化
1 表示・広告の適正化
<p>【食品衛生課】</p> <p>「食品表示法」に基づき、アレルギー物質、食品添加物、期限の設定等の食品表示が適正に行われるよう監視指導を行います。</p> <p>【消費生活センター】</p> <p>家庭用品の品質表示に係る調査を実施し、違反があれば、適切な措置を取るよう指示を行います。さらに事業者が当該指示に従わない時には、その旨を公表します。</p> <p>また、堺市消費生活条例に基づき調査を実施の上、必要に応じて指導・勧告を行います。さらに必要な情報を消費者に提供することで、被害の拡大防止及び再発防止を図ります。</p>
2 包装の適正化
<p>【消費生活センター】</p> <p>過剰な包装等の防止について、事業者にも周知し、必要に応じて条例に基づいた調査・指導を行います。</p>
3 計量の適正化
<p>【消費生活センター】</p> <p>計量法に基づき、事業所のはかりの定期検査や商品内容量の確認を実施し、違反があれば指導を行います。</p> <p>また、計量記念日や計量強調月間に啓発活動を行い、出前講座等を通じて計量制度の普及と意識向上を図ります。</p>
4 アフターサービスの適正化
<p>【消費生活センター】</p> <p>購入後の商品の保証や修理等、アフターサービスの適正化について周知を図り、消費者から苦情の申出があった場合には、当該事業者に対し適正化に向けた指導を行います。</p>

(3) 取引の適正化
1 条例違反事業者に対する指導・勧告・公表
<p>【消費生活センター】</p> <p>不当な取引行為が疑われる場合、「堺市消費生活条例」に基づき事業者への調査・指導を行い、必要に応じて違反の是正と消費者への情報提供を通じて被害の拡大防止、再発防止を図ります。</p>
2 法令遵守のための啓発・指導
<p>【消費生活センター】</p>

事業者団体に対して相談事例や関連法令の周知を行い、苦情処理体制の整備や事業者自らが事業活動に関して遵守すべき基準の作成支援等を行うことで、消費者の利益の擁護と増進を図ります。

3 不招請勧誘への対応

【消費生活センター】

訪問販売・悪質訪問販売お断りシールや啓発チラシの配布等によって、消費者及び事業者に対して不招請勧誘に関する啓発を行い、消費者の意思表示を明確化することで、トラブルの未然防止を図ります。

4 物価の安定

【消費生活センター】

堺市くらしのサポーターと連携し、生活関連物資の価格等の調査を行い、その結果を消費者に情報提供します。

また、必要に応じて事業者及び事業者団体に対し生活関連物資を安定的かつ適正価格で供給してもらえるよう要請します。

《基本目標2 消費者の自立支援》

(1) 各世代に応じた消費者教育の充実【重点施策】

(1) -1 ライフステージに応じた消費者教育・啓発の推進

- ① 学校等における消費者教育・啓発の推進
- ② 地域・家庭・職域における消費者教育・啓発の推進

【消費生活センター、教育課程課、地域教育振興課、生涯学習課、資源循環推進課、長寿支援課、障害施策推進課、食品衛生課】

学校、地域、家庭、職域等のライフステージに応じた様々な場を活用して効果的に教育を実施し、生涯を通じた切れ目のない学びの機会の提供を推進します。

【消費生活センター】

消費者による従業員等への行き過ぎた言動（カスタマーハラスメント）に対する啓発を、出前講座等により、消費者と事業者の相互の信頼関係が壊れないよう推進します。

【市民協働課】

手口が変化する特殊詐欺の被害防止に向けて、関係機関と連携した「さかい運動」の推進など「事前対策」「入口対策」「水際対策」の3つのフェーズに応じて総合的な対策を実施します。

【消費生活センター】

特殊詐欺の手口説明や被害の防止方法について電話で注意喚起を行い、被害防止を図ります。

(1) -2 消費者教育コーディネーターを中心とした消費者教育・啓発の推進

- ① 学校等における担い手の支援・育成
- ② 地域等における担い手の支援・育成

【消費生活センター】

消費者教育コーディネーターを中心に研修会や出前講座等を実施し、消費者教育・啓発活動や見守り活動等を担う人材の支援・育成を推進します。

また、出前講座やSNS等を活用した情報発信を行い、各施策における今後の担い手となる人材の育成を図ります。

(2) 消費者団体への支援

1 消費者団体との連携の推進

【消費生活センター】

消費生活センターが得た消費生活に関する情報を適宜消費者団体へ提供し、情報を共有することで、消費者への適切な情報提供につなげるなど、消費者団体と連携し、より効果的な実施を図ります。

2 自主的な活動への支援

【消費生活センター】

消費者問題の普及啓発や事業者・事業者団体との意見交換を促進し、市民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の自主的な取組に対する支援を行います。

(3) 消費者意見の反映

1 消費者の消費者施策への参画

【消費生活センター】

消費者行政における重要事項を調査・審議する堺市消費生活審議会の委員に、消費者及び消費者団体が参画するなど、消費者の意見を施策に反映します。

《基本目標3 消費者被害の救済》

(1) 消費者被害の拡大防止（苦情の処理） 【重点施策】

1 相談員による助言、あっせん

【消費生活センター】

消費生活センターに寄せられた消費生活相談に対し、消費生活に関する専門的な知識を有する相談員による助言やあっせんを行い、必要に応じて関係部局や関係機関等とも連携し、迅速かつ的確な解決を図ります。

2 相談員の専門的知識の向上

【消費生活センター】

相談員が消費生活相談に要する専門的知識の向上に関する研修へ参加するなど、相次ぐ新たな課題や関係法令の改正等に適切に対応できるようにします。

3 関係機関等との連携

【消費生活センター】

消費生活センターで受けた相談や国・府からの情報を市内警察署・各区役所等の関係機関と共有し、被害の未然防止・拡大防止を図ります。

また、外国人の消費者トラブルへ対応するため、国民生活センターが開設している「訪日観光客消費者ホットライン」（03-5449-0906）の周知に努めます。

さらに在留外国人においては関係機関と連携した対応に努めます。

(2) あっせん、調停
1 堺市消費生活審議会によるあっせん、調停
<p>【消費生活センター】</p> <p>高度な専門知識を要するなど、消費生活センターにおける消費生活相談員による苦情処理では解決が困難な事案について、有識者で組織された堺市消費生活審議会のあっせん、調停により解決を図ります。</p>

(3) 訴訟の援助
1 訴訟資金の貸付け等
<p>【消費生活センター】</p> <p>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、当該事業者との訴訟を提起または応訴し、条例で定める要件を満たしている場合は、訴訟に必要な資金の貸付けや、あっせん、調停の過程で収集した資料の提供等の援助を行います。</p>

<<基本目標4 経済社会の発展等に伴う環境変化への対応>>

(1) 高齢者・障害者関係機関や団体との連携強化【重点施策】
1 高齢者・障害者関係機関や団体との連携強化・情報提供等の充実
<p>【消費生活センター、長寿支援課】</p> <p>高齢者支援に携わる関係部局や関係機関等で構成する堺市高齢者支援ネットワーク等の取組を通じ、関係者間の連携を図り、消費生活に関する情報提供等を行うことにより、消費者被害の未然防止や救済につなげます。</p> <p>【消費生活センター、障害施策推進課】</p> <p>障害者の状況に配慮しながら、障害者が入手・理解しやすい形で情報提供手段の多様化を推進します。</p> <p>また、障害者本人に対してだけでなく、支援者等を通じた予防や早期の気付き等の観点から、消費者行政部局と障害福祉部局とが連携しながら研修等の機会を確保し、消費者教育の充実を図ります。</p> <p>【消費生活センター】</p> <p>消費者被害を未然防止するため、地域の集まり等において出前講座を実施します。</p> <p>また、高齢者等の見守りに携わっている方々に対して、被害事例の紹介や見守りの際の気付き・対応のポイント等を内容とする出前講座を実施し、見守り強化を呼びかけます。</p>
2 高齢者・障害者の権利擁護の促進
<p>【消費生活センター、長寿支援課、障害施策推進課】</p> <p>判断能力が十分でない方の消費者被害の未然防止及び救済を図るため、成年後見制度について消費者に広く周知し、関係機関と連携し、制度の利用を支援します。</p>
3 消費者安全確保地域協議会（堺みまもり連絡会）の効果的・効率的運用
<p>【消費生活センター】</p> <p>高齢者や障害者の方を見守る福祉関係者や支援機関・団体、行政機関等で構成される消費者安全確保地域協議会（堺みまもり連絡会）の構成員間で見守り対象者の情報共有</p>

を行うことで、被害の早期発見、トラブルの解決を図ります。

(2) デジタル社会の急速な進展に伴う新たな課題への対応【重点施策】

1 インターネット及び電子商取引トラブルへの対応

【消費生活センター】

学校や家庭に対して授業用教材や啓発資料等を提供し消費者教育を支援します。またSNS、ホームページ、出前講座等の啓発活動による情報発信の機会を活用し、消費者のデジタルリテラシー向上を図ります。

(3) 持続可能な社会の形成に向けた消費行動の促進

1 環境教育の推進

【教育課程課】

「持続可能な開発のための教育（ESD）」や「持続可能な開発目標（SDGs）」の視点を取り入れた環境教育を推進するため、サポーターを配置します。

また、防災教育研修を通じて、各学校で防災教育を推進する中心的役割を担う教員を育成し、防災教育の充実を図ります。

さらに、防災に関する専門知識を持つ講師による出前授業やプログラム開発を行うサポーターを配置します。

【環境政策課】

市民や事業者等の意識を変え環境に配慮した価値観や行動への変容を促進するため、特に子どもや学生に対象を重点化し環境学習等の取組を推進します。

また、個々に応じた無理のない行動変容を促進するため、ナッジ等の行動科学の知見を活用した環境啓発等を推進します。

【資源循環推進課】

ごみの減量化・リサイクルについて、出前講座等を積極的に実施します。

また、広報さかいのほか、ホームページやSNS等を活用した情報発信を相乗的に行うことで、4R運動に関する市民の意識の高揚を図ります。

【消費生活センター】

地域の活性化や雇用等も含む人や社会、環境に配慮した消費行動であるエシカル消費について、出前講座やホームページ、SNS等において周知、普及に取り組みます。

2 食品ロス及びごみの減量化・リサイクルの推進

【資源循環推進課】

食品ロス削減やごみの4R運動（リフューズ、リデュース、リユース、リサイクル）に関して出前講座や広報さかいのほか、ホームページやSNS等を活用した情報発信に取り組みます。

V 計画の実効性の確保

1 推進体制の整備

消費生活センター及び消費者教育コーディネーターを中心に、以下の関係部局や関係機関と連携し、施策の効果的な推進を図ります。

- 各施策において関係する所管課
- 国（消費者庁）
- 大阪府
- 警察
- 他自治体
- 消費者団体
- 事業者団体
- 消費者安全確保地域協議会（堺みまもり連絡会）
- 地域における消費者教育・啓発や見守り活動の担い手

2 点検・評価、実施状況の公表

- 毎年度、計画の実施状況の結果を取りまとめて、堺市消費生活審議会へ報告し、評価と改善意見を聴取します。
- 堺市消費生活審議会での評価と改善意見を各施策において関係する所管課へ共有します。また、進捗状況によっては所管課と調整、改善を行います。さらに今後の施策の進捗状況によっては所管課の見直しを行う等、施策の進捗管理を図ります。
- 改善や充実の必要な事業については適宜修正し、計画の効果的な推進を図ります。
- 各施策の実施状況は、ホームページ等を通じて市民に情報提供します。
- 計画策定後の新たな変化に対応できるよう、毎年度「計画（Plan）」→「施策実施（Do）」→「実績評価（Check）」→「施策改善（Action）」のマネジメントサイクルを実施し、進行管理を行います。

資 料 編

第4期堺市消費者基本計画策定経過

本計画は、以下のとおり堺市消費生活審議会において、審議を行い策定しました。

開催日程	審議内容等
令和7（2025）年 8月6日	第23回堺市消費生活審議会 <ul style="list-style-type: none">○ 第4期 堺市消費者基本計画の諮問○ 第4期 堺市消費者基本計画 骨子案の審議
審議会を開催次第、随時追記予定	

堺市消費生活審議会 委員名簿

令和 7（2025）年 7 月 16 日現在
（敬称略・50 音順）

氏 名	役 職 ・ 肩 書
うえむら ち さ こ 植村 知佐子	公益社団法人消費者関連専門家会議 理事・西日本支部 副支部長
かやの た か や 萱野 孝弥	堺市議会議員
さ さ さ な え 佐々 早苗	公益社団法人全国消費生活相談員協会 関西支部 会員
ささかわ あきみち 笹川 明道	神戸学院大学 法学部 教授
しげみつ ま さ み 重光 正美	堺市消費者啓発員
にし の り な 西野 里奈	弁護士
は し の ひろし 橋 野 博	堺商工会議所 中小企業振興部長
は な だ な お み 花田 尚実	大阪いずみ市民生活協同組合 副理事長
ひらの じろう 平野 次郎	司法書士
ひらの ゆうこ 平野 祐子	堺市消費生活協議会 役員
ひろ た しんいち 広田 新一	堺市議会議員
むらかみ むつ み 村上 睦美	奈良教育大学 家庭科教育講座 准教授
よしおか やすひろ 吉岡 康博	弁護士

堺市消費生活条例

目次

- 第1章 総則（第1条—第9条）
- 第2章 消費生活センター（第10条—第11条の6）
- 第3章 堺市消費生活審議会（第12条—第15条）
- 第4章 消費者の権利の尊重
 - 第1節 危害等の防止（第16条—第19条）
 - 第2節 表示等の適正化（第20条—第25条）
 - 第3節 取引の適正化（第26条—第28条）
 - 第4節 物価の安定（第29条—第33条）
- 第5章 消費者の自立支援等（第34条—第39条）
- 第6章 消費者被害の救済（第40条—第44条）
- 第7章 調査、勧告及び公表（第45条—第47条）
- 第8章 雑則（第48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に情報の質及び量並びに交渉力等の格差が存在することを踏まえ、市民の消費生活における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の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、市民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的とする。

（基本理念）

第2条 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。）の推進は、市民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、次に掲げる事項が消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため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（以下「商品等」という。）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）商品等について不当な取引条件及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。

（市の責務）

第3条 市は、前条に規定する基本理念にのっとり、消費者施策の推進に関し、次に掲げる責務を有する。

- （1）本市における社会的、経済的状況に応じた消費者施策を推進すること。
 - （2）高度情報通信社会の進展に伴う的確な対応に配慮すること。
 - （3）消費生活における国際化の進展を踏まえ、国際的な連携を確保すること。
 - （4）環境の保全に配慮すること。
- 2 前項に定めるもののほか、市は、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を図るとともに、消費者の年齢、知識、経験、財産の状況等に配慮するものとする。
- 3 市は、消費者施策を実施するに当たっては、国、他の地方公共団体、関係団体等と相互に連携を図るものとする。
- 4 市は、消費者施策の総合的な推進に必要な体制の強化及び充実を図るものとする。

（事業者の責務）

第4条 事業者は、第2条に規定する基本理念にのっとり、その供給する商品等について、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、財産の状況等に配慮すること。
 - （4）消費者に係る個人情報適正に取り扱うこと。
 - （5）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。
 - （6）市が実施する消費者施策に協力すること。
- 2 事業者は、その事業活動に関し環境の保全に配慮するよう努めなければならない。
- 3 事業者は、その供給する商品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。

（事業者団体の責務）

第5条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重するとともに、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なければならない。

（消費者の役割）

第6条 消費者は、消費者の権利を確立するために、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

るとともに、消費者相互の連携及び組織化を図る等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

- 2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

（消費者団体の役割）

第7条 消費者団体は、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、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るために必要な健全かつ自主的な活動に努めなければならない。

（相互協力）

第8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、相互にその果たす責務又は役割に応じて協力し、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、相互の協力が促進されるよう必要な措置を講ずるものとする。

（消費者基本計画）

第9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、消費者施策の推進に関する基本的な計画（以下「消費者基本計画」という。）を定めなければならない。

- 2 消費者基本計画においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

（1）消費者施策の大綱

（2）前号に掲げるもののほか、消費者施策の計画的な推進を図るために必要な事項

- 3 市長は、消費者基本計画の策定に当たっては、あらかじめ、第12条に規定する堺市消費生活審議会の意見を聴かなければならない。

- 4 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。

- 5 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 消費生活センター

（設置）

第10条 消費者の利益の擁護及び増進を図り、もって市民の消費生活の安定及び向上に資するため、消費者安全法（平成21年法律第50号。以下「法」という。）第10条第2項に規定する施設として堺市堺区北瓦町2丁に堺市立消費生活センター（以下「センター」という。）を置く。

（業務）

第11条 センターは、次に掲げる業務を行う。

（1）法第8条第2項各号に掲げる業務

（2）前号に掲げるもののほか、消費生活に関し市長が必要があると認める業務

（開所時間及び休所日）

第11条の2 センターの開所時間及び休所日は、規則で定める。

（職員）

第11条の3 センターに所長その他必要な職員を置く。

（消費生活相談員）

第11条の4 センターに、法第10条の3第1項の消費生活相談員資格試験に合格した者（不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律（平成26年法律第71号）附則第3条の規定により当該試験に合格した者とみなされた者を含む。）を消費生活相談員として置くものとする。

- 2 市長は、消費生活相談員が実務の経験を通じて専門的な知識及び技術を体得していることに十分配慮し、任期ごとに客観的な能力実証を行った結果として同一の者を再度任用することは排除されないことその他の消費生活相談員の専門性に鑑み適切な人材及び処遇の確保に必要な措置を講ずるものとする。

（消費生活相談等の業務に従事する者に対する研修）

第11条の5 市長は、センターにおいて第11条各号に掲げる業務に従事する者に対し、その資質の向上のための研修の機会を確保するものとする。

（消費生活相談等の業務の実施により得られた情報の安全管理）

第11条の6 市長は、第11条各号に掲げる業務の実施により得られた情報の漏えい、滅失又は毀損の防止その他の当該情報の適切な管理のために必要な措置を講ずるものとする。

第3章 堺市消費生活審議会

（堺市消費生活審議会）

第12条 市民の消費生活の安定及び向上に関する重要事項を調査し、及び審議するため、堺市消費生活審議会（以下「審議会」という。）を置く。

（所掌事務）

第13条 審議会は、市長の諮問を受けて、次に掲げる事項について調査し、及び審議する。

（1）消費者基本計画の策定又は変更に関すること。

（2）第44条第1項の規定による訴訟に対する援助の適否に関すること。

（3）第28条第2項の規定による情報の提供及び第47条第1項の規定による公表の適否に関すること。

- 2 審議会は、第41条第1項の規定によるあっせん及び調停を行うものとする。

- 3 審議会は、消費生活に関し重要と認められる事項について調査し、及び審議し、市長に意見を具申することができる。

（組織）

第14条 審議会は、委員14人以内で組織する。

- 2 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱する。

（1）学識経験を有する者

（2）市議会議員

（3）消費者

（4）消費者団体から選出された者

（5）事業者

(6) 事業者団体から選出された者

(7) 前各号に掲げるもののほか、市長が適当であると認める者

3 委員の任期は、2年とする。ただし、再任を妨げない。

4 委員が欠けた場合の補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

5 審議会に会長及び副会長1人を置く。

(苦情処理委員会)

第15条 次に掲げる事項を所掌するため、審議会に苦情処理委員会を置く。

(1) 第41条第1項に規定するあっせん又は調停に関すること。

(2) 第44条第1項の規定による訴訟に対する援助の適否に関すること。

2 苦情処理委員会の委員は、審議会の委員のうちから審議会の会長が指名する。

3 審議会は、第1項の規定により苦情処理委員会の所掌とした事項については、苦情処理委員会の決議をもって審議会の決議とすることができる。

第4章 消費者の権利の尊重

第1節 危害等の防止

(安全を害する商品等の供給の禁止)

第16条 事業者は、供給する商品等の通常予見される使用形態等を考慮して、当該商品等が通常有すべき安全性を欠いていることにより消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼし、若しくは及ぼすおそれのある商品等（以下「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、供給した商品又は役務が安全を害する商品等であることが明らかになったときは、直ちに供給の中止、回収、公表その他危害の発生及び拡大を防止するために必要な措置を講じなければならない。

(安全を害する商品等に関する調査及び勧告等)

第17条 市長は、商品又は役務が安全を害する商品等であると認めるときは、当該商品又は役務について、必要な調査を行うものとする。

2 前項の場合において、市長は、必要があると認めるときは、当該商品又は役務を供給する事業者に対し、当該商品又は役務が安全を害する商品等でないことを立証する合理的な根拠を示す資料の提出等を求めることができる。

3 市長は、前条第1項の規定に違反し、安全を害する商品等を供給している事業者に対して、同条第2項の措置をとるべきことを指導し、又は勧告することができる。

(情報提供)

第18条 市長は、必要があると認めるときは、前条第1項の調査の経過及び結果に関する情報を消費者に提供するものとする。

(緊急危害防止措置)

第19条 市長は、商品又は役務が安全を害する商品等である場合において、消費者の生命、身体又は財産に対する危害を防止するため緊急の必要があると認めるときは、当該安全を害する商品等、事業者の

氏名又は名称その他必要な事項を直ちに公表しなければならない。

第2節 表示等の適正化

(広告の適正化)

第20条 事業者は、商品等の広告について、虚偽又は誇大な表現、消費者が商品等の選択を誤るおそれがある表現等不適正な表現を避け、消費者が商品等を適正に選択するために必要な情報を提供しなければならない。

(商品等の表示の適正化)

第21条 事業者は、商品等が誤って選択され、使用され、又は保存されることにより、消費者の利益が損なわれないようにするため、商品等の成分、性能、用途、保存方法、供給する事業者の住所及び氏名又は名称その他表示すべき事項を適正に表示しなければならない。

(価格等の表示の適正化)

第22条 事業者は、消費者が商品等の選択を誤ることがないようにするため、商品等の価格その他必要な事項を適正に表示しなければならない。

(包装の適正化)

第23条 事業者は、商品の内容を誇張し、廃棄物の量を増大させる等必要以上に過大な包装をすることによって、消費者に商品等の選択を誤らせることがないようにしなければならない。

(計量の適正化)

第24条 事業者は、消費者との間で行う取引に関し、消費者が不利益を被るような計量を行ってはならない。

(アフターサービスの適正化)

第25条 事業者は、その供給する商品等について、消費者への供給後の保証、修理、回収等が必要である場合は、その内容を明示するとともに、誠実な履行に努めなければならない。

第3節 取引の適正化

(不当な取引行為の禁止)

第26条 事業者は、消費者との間で行う取引に関し、次の各号のいずれかに該当する行為であって規則で定める行為をしてはならない。

(1) 消費者に対し、不実を告げ、商品等に関する重要な情報を提供せず、若しくは誤信を招く情報を提供し、威迫し、心理的に不安な状態に陥れる等の不当な方法で、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

(2) 消費者の年齢、知識、経験、財産の状況等に照らして不当な内容の契約を締結させる行為

(3) 消費者に不当に不利益をもたらす内容の契約を締結させる行為

(4) 消費者に対し、契約（契約の成立について、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し、消費者の正当な根拠に基づく契約の解除等を妨げ、又は契約若しくは契約の解除等に基づく債務の履行を拒否し、若しくは正当な理由なく遅延させる行為

(5) 商品等の販売等をする事業者又はその取次店等実質的に販売等をする者からの商品等の購入等を条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約（以下「与信契約等」という。）について、販売等をする者の行為が消費者の利益を不当に害することを知り、又は知り得たにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で、与信契約等に基づく債務の履行を強要し、若しくは債務の履行をさせる行為

（不当な取引行為に関する調査等）

第27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、当該取引行為について必要な調査を行うことができる。

2 市長は、前項の調査を行うに当たり、必要があると認めるときは、当該取引行為を行う事業者に対し、当該取引行為が適正なものであることの合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。

（情報提供）

第28条 市長は、前条第1項の調査の結果、不当な取引行為による消費者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、速やかに当該行為の内容その他必要な事項に係る情報を消費者に提供するものとする。

2 市長は、前項の場合において、事業者の氏名又は名称を含む情報の提供をしようとするときは、当該事業者に、あらかじめ意見の陳述の機会を与えなければならない。ただし、緊急のとき又は当該事業者の所在が不明であるため通知することができないときは、この限りでない。

3 市長は、前項に規定する情報の提供をしようとするときは、あらかじめ審議会の意見を聴かなければならない。ただし、緊急に情報を提供する必要があると認めるときは、この限りでない。

第4節 物価の安定

（生活関連物資の調査及び情報提供）

第29条 市長は、市民の消費生活と関連の深い商品等（以下「生活関連物資」という。）のうち必要があると認めるものについて、その価格の動向、需給の状況、流通の実態等必要な事項を調査するものとする。

2 市長は、必要があると認めるときは、前項に規定する調査の結果を消費者に提供するものとする。

（生活関連物資の確保）

第30条 市長は、生活関連物資が不足し、若しくは価格が著しく高騰し、又はこれらの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、当該生活関連物資の安定供給を確保するために必要な措置を講ずるよう要請することができる。

（特定物資の指定）

第31条 市長は、生活関連物資のうち特に市民の消費生活と関連の深い物資と市長が認めるものについて、その流通の円滑化及び価格の安定化に必要があると認めるときは、当該物資を特別の調査を要する物資（以下「特定物資」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。

（特定物資の調査及び情報提供）

第32条 市長は、前条第1項の規定により特定物資の指定をしたときは、その流通の状況、価格の変動その他の市民の消費生活の安定を図るために必要な事項を調査するものとする。

2 市長は、必要があると認めるときは、前項の規定による調査の結果を消費者に提供するものとする。

（不適正な行為の是正勧告）

第33条 市長は、特定物資を供給する事業者が、その円滑な流通を不当に妨げ、又は著しく不適正な価格で当該特定物資を供給していると認めるときは、当該事業者に対し、当該行為を是正するよう指導し、勧告することができる。

第5章 消費者の自立支援等

（啓発活動の推進）

第34条 市長は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等の消費者に対する啓発活動を推進するものとする。

（消費者教育の推進）

第35条 市長は、消費者が自ら消費生活に関する必要な知識等を習得することができるよう必要な施策を講ずるものとする。

（消費者情報の提供等）

第36条 市長は、消費生活に関して必要な情報の収集に努め、これを消費者に提供するものとする。

（消費者団体の自主的な活動の促進）

第37条 市長は、消費者団体の健全かつ自主的な活動を促進するために必要な施策を講ずるものとする。

（消費者の意見の反映）

第38条 市長は、広く消費者及び消費者団体の意見、要望等を把握し、消費者施策に反映するよう努めるものとする。

（市長への申出）

第39条 市民は、事業者がこの条例に違反して事業活動を行っているとき、又はこの条例に定める措置が講ぜられていないことにより、広く市民の消費生活に支障が生じ、若しくは生ずるおそれがあるときは、市長に対してその旨を申し出て、必要な措置を講ずるよう求めることができる。

2 市長は、前項の規定による申出に係る消費生活上の支障が広く市民に生じ、又は生ずるおそれがあると認めるときは、必要な措置を講ずるものとする。

第6章 消費者被害の救済

（苦情の処理）

第40条 市長は、市民から事業者との間の取引に関して生じた苦情の申出があったときは、適正かつ迅速に解決するために必要な助言、あっせんその他必要な措置を講ずるものとする。

2 市長は、前項の規定による苦情を処理するために必要があると認める

ときは、事業者その他の関係者に対し、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41条 市長は、前条第1項に係る苦情であつて、その解決が困難であるときその他必要があると認めるときは、当該苦情を審議会のあっせん又は調停に付することができる。

2 市長は、前項の規定により審議会のあっせん又は調停に付するときは、その旨を当該苦情の申出者及びその相手方となる事業者に通ずるものとする。

3 審議会は、あっせん又は調停のために必要があると認めるときは、当事者の出席を求め、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。

4 あっせん又は調停の手続は、公開しない。

5 審議会は、調停を行う場合には、調停案を作成するものとする。

6 審議会は、前項の規定により調停案を作成したときは、当事者にこれを示してその受諾を勧告することができる。

7 あっせん又は調停は、次の各号のいずれかに該当するときに終結する。

- （1）当事者間に合意が成立し、これを調書に記載したとき。
- （2）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。

8 審議会は、前項の規定によりあっせん又は調停を終結したときは、その旨を市長に報告するものとする。

（義務の履行の勧告）

第42条 市長は、あっせん又は調停で定められた義務について、権利者である消費者の申出がある場合において、相当と認めるときは、義務者である事業者に対し、当該義務の履行に関する勧告をすることができる。

2 前項の場合において、市長は、当該義務の履行状況について、当事者に報告を求め、又は調査することができる。

（事件の周知）

第43条 市長は、第41条第1項の規定により審議会に付託した苦情が解決したとき又は解決の見込みがないと認めるときは、審議の経過及び結果を明らかにして、同一又は同種の原因による被害の防止及び救済を図るものとする。

（訴訟の援助）

第44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（以下この条において「被害者」という。）が、当該事業者を相手として訴訟を提起する場合又は当該事業者から訴訟を提起された場合において、次に掲げる要件の全てに該当するときは、当該被害者に対し当該訴訟に必要な資金（以下この条において「訴訟資金」という。）の貸付けその他訴訟活動に必要な援助を行うことができる。

- （1）当該被害者が訴訟資金の貸付けの申込みの日前3月以上引き続き本市の区域内に住所を有していること。
- （2）第41条第1項のあっせん又は調停に付されている苦情に係る

ものであること。

（3）同一の被害が多数発生し、又は発生するおそれがあること。

（4）審議会において、当該訴訟を援助することが適当であると認められたものであること。

2 市長は、前項の規定による訴訟資金の貸付けを受けた者が、当該訴訟の結果、当該訴訟の相手方から金銭を得られないこととなったとき、当該訴訟の相手方から得られることとなった金銭の額が当該訴訟資金の貸付金の額に満たないときその他特に必要があると認めるときは、当該訴訟資金の貸付金の返還の債務の全部又は一部を免除することができる。

3 前2項に定めるもののほか、第1項の規定による訴訟資金の貸付けに関し必要な事項は、規則で定める。

第7章 調査、勧告及び公表

（立入調査等）

第45条 市長は、第17条、第27条又は第32条に規定する権限を行使するために必要があると認めるとき及び事業者が第20条から第24条までの規定に違反している疑いがあると認めるときは、当該事業者に対し、報告若しくは資料の提出を要求し、又は職員に、事業者の事務所、工場、事業場、店舗若しくは倉庫に立ち入らせ、帳簿、書類、設備その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

2 前項の規定により立入調査又は質問をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者の請求があったときは、これを提示しなければならない。

3 第1項の規定による立入調査及び質問の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

（指導及び勧告）

第46条 市長は、事業者が第17条第2項、第27条第2項、第40条第2項又は第41条第3項の規定による要求に応じないときは、これに応ずるよう指導し、勧告することができる。

2 市長は、事業者が前条第1項の規定による報告若しくは資料の提出の要求に応じず、調査を拒み、若しくは妨げ、若しくは質問に応じないときは、これに応ずるよう指導し、勧告することができる。

3 市長は、第20条から第24条まで及び第26条の規定に違反している事業者があるときは、その者に対し、当該違反をしている事項を是正するよう指導し、勧告することができる。

（公表）

第47条 市長は、事業者が第17条第3項、第33条、第42条第1項又は前条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。

2 市長は、前項の規定による公表をしようとするときは、当該公表に係る事業者に対し、あらかじめ意見の陳述の機会を与えなければならない。ただし、市長が緊急であると認めるとき又は当該事業者の所在が不明であるため通知することができないときは、この限りでない。

- 3 市長は、第1項の規定による公表をしようとするときは、あらかじめ、審議会に諮らなければならない。ただし、市長が緊急の必要があると認めるときは、この限りでない。

第8章 雑則

(委任)

第48条 この条例の施行について必要な事項は、規則で定める。

附 則

(施行期日)

- 1 この条例は、平成22年4月1日から施行する。
(堺市立消費生活センター条例の廃止)
- 2 堺市立消費生活センター条例（昭和48年条例第14号）は、廃止する。

附 則（平成24年12月14日条例第51号）

この条例は、平成25年4月1日から施行する。

附 則（平成28年3月25日条例第12号）

この条例は、平成28年4月1日から施行する。

第4期堺市消費者基本計画

令和8（2026）年〇月発行

発 行：堺市

編 集：市民人権局 市民生活部 消費生活センター

〒590-0076 堺市堺区北瓦町2丁4番16号 堺富士ビル6階

電話：（072）221-7908 FAX：（072）221-2796

ホームページ：<https://www.city.sakai.lg.jp>