

第3章 計画の基本的な考え方

1 計画の基本目標

第2章で示した「計画策定の背景」に基づき、次の4つの基本目標を設定し、それぞれ施策の柱を設けて個別施策の具体化を図ります。

《基本目標1 消費生活の安全・安心の確保》

市民が安全で安心な消費生活を営むためには、商品や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などが必要不可欠です。

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することで、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・広告の適正化や取引の適正化、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4つの項目により施策を具体化し、このうち「(3)取引の適正化」を重点施策として位置付けます。

- (1) 危害等の防止
- (2) 表示等の適正化
- (3) 取引の適正化（重点施策）
- (4) 物価の安定

【持続可能な開発目標（SDGs）における関連ゴール】



《基本目標2 消費者の自立支援》

商品・サービスや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渡っています。

一方、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り、そこからさまざま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、消費者が自立した主体として、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が必要であり、また、そのためには、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、消費者被害の防止の観点だけにとどまらず、自らの消費生活に関する行動が社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼす可能性があることを意識して行動することで、公正かつ持続可能な社会に主体的に参画する「消費者市民社会」の実現をめざすことが求められています。

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) 消費者教育・啓発の推進」を【消費者教育推進計画】として設定し、かつ重点施策として位置付けます。

なお、その内容については、第4章の「2 消費者の自立支援」において詳述することとします。

(1) 消費者教育・啓発の推進（重点施策）

【消費者教育推進計画】

- (2) 消費者団体への支援
- (3) 消費者意見の反映

【持続可能な開発目標（SDGs）における関連ゴール】



《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。

しかし、ひとたび消費者被害が発生した場合には、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) 苦情の処理」及び「(2) あっせん、調停」を重点施策として位置付けます。

- (1) 苦情の処理（重点施策）
- (2) あっせん、調停（重点施策）
- (3) 訴訟の援助

【持続可能な開発目標（SDGs）における関連ゴール】



《基本目標4 経済社会の発展等に伴う環境変化への対応》

近年、悪質商法や特殊詐欺等による消費者被害が拡大し社会問題となっています。

特に、高齢者の占める割合が高い状況となっており、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、被害者に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、家族を始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、経済社会の発展や技術革新の進展等により、消費者を取り巻く環境は近年大きく変化しており、情報通信技術の発達と情報通信機器・サービスの急速な普及によりインターネットを活用した高度情報通信社会が進展しています。これに伴い、インターネットを

利用したデジタルコンテンツなどの電子商取引に関する消費者トラブルが増加していることから、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。

そして世界規模では、科学技術の進歩に伴う産業の発展と人口増加による地球環境の悪化が問題となっており、社会的課題に配慮した消費や将来にわたって持続可能な社会の形成に貢献するライフスタイルへの転換が求められていることから、消費者や事業者等すべての主体が環境に配慮した消費行動や事業活動を行うように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、このうち「(1) 高齢者等への支援」及び「(2) 高度情報通信社会の進展への対応」を重点施策として位置付けます。

- | |
|---------------------------|
| (1) 高齢者等への支援（重点施策） |
| (2) 高度情報通信社会の進展への対応（重点施策） |
| (3) 持続可能な社会の形成に向けた消費行動の推進 |

【持続可能な開発目標（SDGs）における関連ゴール】



2 計画の体系

基本目標	基本施策	
1 消費生活の安全・安心の確保	▶ (1) 危害等の防止	<ul style="list-style-type: none"> ① 食品の安全性の確保 ② 住まいの安全性の確保 ③ 生活用品の安全性の確保 ④ 関係機関等との連携
	▶ (2) 表示等の適正化	<ul style="list-style-type: none"> ① 表示・広告の適正化 ② 包装の適正化 ③ 計量の適正化 ④ アフターサービスの適正化
	▶ (3) 取引の適正化	<ul style="list-style-type: none"> ① 条例違反事業者に対する指導・勧告・公表 ② 法令遵守のための啓発・指導 ③ 不招請勧誘への対応
	▶ (4) 物価の安定	<ul style="list-style-type: none"> ① 生活関連物資に関する調査、安定供給 ② 特定物資に関する指定、調査、是正勧告
2 消費者の自立支援	▶ (1) 消費者教育・啓発の推進 【消費者教育推進計画】	<ul style="list-style-type: none"> (1) -1 ライフステージに応じた消費者教育・啓発の推進 <ul style="list-style-type: none"> 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 (1) -2 消費者教育の担い手の支援・育成 <ul style="list-style-type: none"> 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
	▶ (2) 消費者団体への支援	<ul style="list-style-type: none"> ① 消費者団体との連携の推進 ② 自主的な活動への支援
	▶ (3) 消費者意見の反映	<ul style="list-style-type: none"> ① 消費者の消費者施策への参画
3 消費者被害の救済	▶ (1) 苦情の処理	<ul style="list-style-type: none"> ① 相談員による助言、あっせん ② 相談員の専門的知識の向上 ③ 関係機関等との連携
	▶ (2) あっせん、調停	<ul style="list-style-type: none"> ① 堺市消費生活審議会によるあっせん、調停
	▶ (3) 訴訟の援助	<ul style="list-style-type: none"> ① 訴訟資金の貸付け等
4 経済社会の発展等に伴う 環境変化への対応	▶ (1) 高齢者等への支援	<ul style="list-style-type: none"> ① 高齢者・障害者への情報提供等の充実 ② 高齢者・障害者の権利擁護の促進 ③ 消費者安全確保地域協議会の設置
	▶ (2) 高度情報通信社会の進展 への対応	<ul style="list-style-type: none"> ① インターネット及び電子商取引トラブルへの対応
	▶ (3) 持続可能な社会の形成に 向けた消費行動の促進	<ul style="list-style-type: none"> ① 環境教育の推進 ② 食品ロス及びごみの減量化・リサイクルの推進

※ は重点施策を表します。

3 計画の指標

本計画の全体的な進捗状況を検証するため、次のとおり指標を設定します。

(1) 不当な取引行為を行う事業者への対応

■ 該当重点施策：「取引の適正化」

消費者が安全・安心な消費生活を営むためには、商品やサービスの安全性と公正な取引環境が確保されることが重要です。

本市では、「堺市消費生活条例」において不当な取引行為を禁止しており、当該行為に該当する、あるいは消費者に誤解を与えかねないと懸念される事案が消費生活相談を通じて寄せられた場合等には、事業者に来所要請のうえ状況の聴取や改善を要請し、必要に応じて事業者と消費者を交えた協議を行うなど事業活動の是正を図っています。また、こうした過程で事態の是正が図れない悪質な事案については、同条例に基づき調査・指導・勧告・公表を行うこととしています。

近年、巧妙に、複雑な手口を次々と用いてくる悪質事業者への対策が必要となっており、国や大阪府においては、関係法令の改正による法執行体制の強化や、条例に基づき、悪質な取引行為等を行う事業者に対する指導等に取り組んでいます。

そこで、本市においても不当な取引行為を行う事業者への指導等を実施することに加え、指導等の実施概要を市ホームページ等において速やかに公表することにより、消費者への情報提供を通じた注意喚起や消費者被害の未然防止、そして事業者による類似事案の発生の抑止につながることから、次の指標を設定し取組を推進します。

指標項目	現状	目標
不当な取引行為を行う事業者への対応	指導等の実施 (令和元(2019)年度)	指導等の実施及び実施概要の公表による情報提供

(2) 消費生活センターを知っている人の割合

■ 該当重点施策：「消費者教育・啓発の推進【消費者教育推進計画】」

消費生活センターは、市民が消費生活を営む中で、事業者との契約内容や購入した商品・サービスに関しトラブルに遭ったとき、その解決等を図るための最も身近な消費生活相談窓口です。しかし、自身が直接被害に遭って初めて消費生活センターの存在を知ることすら少なくありません。

第2章で記載したとおり、令和元(2019)年度に実施した「消費者問題に関する市民意識調査」の結果によれば、70%以上の人に消費生活センターの名前や役割のいす

れかが認知されているという結果を示しており、また、消費生活センターを知っている人は相談先の一つとして消費生活センターを選択する傾向が見られました。

こうしたことから、市民の消費者トラブルに対する意識や関心を高め、消費生活相談ができる最も身近な相談窓口として、消費生活センターの認知度をより一層向上させることは、消費者被害の未然防止や被害の救済につながることを期待されるため、次の指標を設定し取組を推進します。

指標項目	現状値	目標値
消費生活センターを知っている人の割合（※）	72.9% （令和元（2019）年度）	80% （令和7（2025）年度）

※「消費者問題に関する市民意識調査」において、「名前も役割も知っている」「名前は知っているが、役割までは知らない」のいずれかに回答した人の合計。

（3）消費者トラブルなどに関する情報提供を通じて消費者教育を支援した学校数

■ 該当重点施策：「消費者教育・啓発の推進【消費者教育推進計画】」

消費者被害を未然に防ぐためには、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のできる自立した消費者の育成が重要です。

近年、スマートフォンやSNSの普及等に加え、令和4（2022）年4月からの成年年齢の引下げも相まって、消費者被害の低年齢化が危惧されています。

こうした状況に対し有効な取組の一つとして、特に小・中学校や高等学校等の教育課程において、効果的な消費者教育が実施されることが挙げられます。

若年期からの継続的な消費者教育を通じて、被害者となることを未然に防止するだけでなく、マルチ商法に挙げられるように意図せず加害者となるなど、他者への被害を拡大させないことも大切です。

そこで、市立の小・中学校や高等学校及び特別支援学校における消費者教育の取組に対し、消費生活センターが消費生活相談等を通じて得た消費者トラブルに関する具体事例及び被害に遭わないための対策等の情報を積極的に提供することにより、学校における消費者教育が更に効果的なものとなるよう、次の指標を設定し取組を推進します。

指標項目	現状値	目標値
消費者トラブルなど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（※）	46校 （令和元（2019）年度）	138校 （令和7（2025）年度）

※消費生活センターが消費者教育を支援した市立小・中学校、高等学校、特別支援学校の学校数の合計。

(4) あっせんによる解決率

■ 該当重点施策：「苦情の処理」「あっせん、調停」

消費者の自立支援を推進することにより、消費者被害の未然防止に努め、トラブルに遭ったときには自主的かつ合理的に解決できることが望ましい一方で、近年の社会経済の変化や新たな消費者問題の発生等により、消費者トラブルは複雑・高度な内容となってきました。

消費者と事業者との間には情報量や交渉力の面で格差があることから、消費者が自ら事業者と交渉することが困難な場合には、相談事案の解決を図るため、消費生活相談員が消費者と事業者との間に入り、あっせんによる問題の解決を図っています。

今後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、解決率の維持・向上をめざすことは、消費者の利益の保護や被害の救済につながることから、次の指標を設定し取組を推進します。

指標項目	現状値	目標値
あっせんによる解決率（※）	92.6% (令和元（2019）年度）	毎年度 90.0%以上

※消費生活センターがあっせんを行った相談件数のうち、解決に至った件数の割合。

(5) 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置状況

■ 該当重点施策：「高齢者等への支援」

近年、判断能力に不安のある高齢者や障害者等を狙った悪質商法や特殊詐欺による消費者被害が拡大しています。このような被害を防止するためには、自身が被害者にならないよう日頃から意識することも大切ですが、認知力の低下や社会的孤立といった社会的問題が背景に存在する場合があります。

また、被害を受けてもなかなか周囲に相談できず、被害の認知が遅れることで結果的により大きな被害をもたらしてしまうといった側面もあり、家族等の身近な人をはじめ地域社会で一丸となって問題の解決に向けて取り組むことの重要性がますます高まっています。

国においては、平成28（2016）年4月に施行された改正消費者安全法により、消費者被害の早期発見と防止につなげるため、行政機関や民間事業者等が地域の公民連携のもと、消費者被害防止の体制を構築できるよう新たに「消費者安全確保地域協議会」が設置可能であると定められました。

協議会を構成する構成員に対しては、秘密保持の義務が定められていますが、協議会における消費者の安全確保のための取組に関して必要と認められる場合には、構成員間

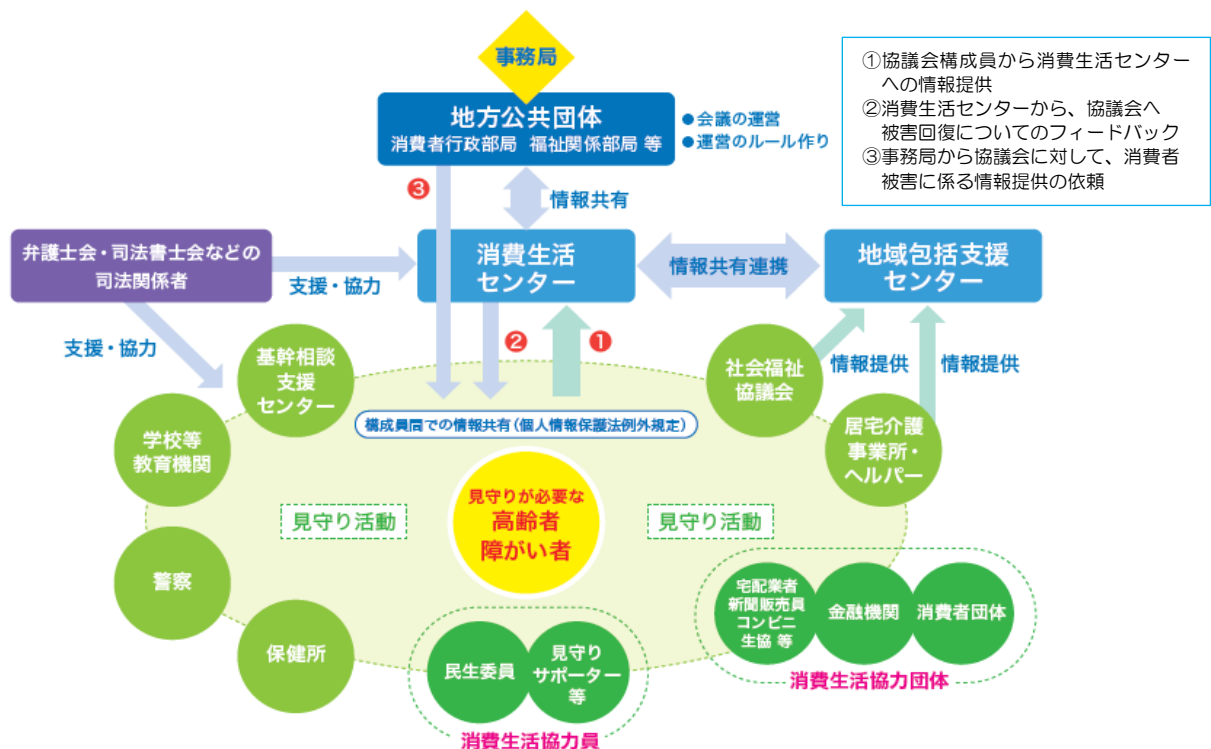
での情報交換が認められており、被害防止の実効性を確保できるようになっています。

こうした消費者を取り巻く状況や法の趣旨を踏まえ、消費者被害を防止するには地域が一体となった取組が有効であることに鑑み、健康福祉部局等の既存の地域ネットワークのつながりを活かした見守りに加え、高齢者や障害者を見守る持続可能なネットワークの設置を進める必要があることから、次の指標を設定し取組を推進します。

なお、本指標については、毎年度取組の進捗状況等を確認することにより、計画期間内における早期実現に向けて取り組むものとします。

指標項目	現状	目標
消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置状況	未設置 (令和元（2019）年度）	設置済 (令和7（2025）年度）

〔参考〕 消費者安全確保地域協議会のモデル例



(注1) 事務局は地方公共団体が担うこととなるが、単独事務局の他、消費者行政部局、福祉部局の共同事務局などが考えられる。
 (注2) 協議会の構成員は関係しうるものを幅広く示したものの、地域の実情に応じて、構成員を決めることができる。

出典：消費者庁「高齢者・障がい者の消費者トラブル見守りガイドブック」

(6) 消費生活センターのSNSアカウントの登録者数

■ 該当重点施策：「高度情報通信社会の進展への対応」

情報通信技術の発達と、スマートフォンやパソコン等の情報通信機器・サービスの急速な普及により、インターネットを活用した高度情報通信社会が進展しています。

これに伴い、生活のさまざまな場面におけるデジタル化の加速を背景として、インターネットを利用した電子商取引が拡大するなど、利便性が向上している一方、画面上の表示や広告と実際の消費やサービスが異なるケースや、電子マネーに関する問題等、さまざまな消費者トラブルが起きている。

そこで、SNSを活用した消費生活に関する情報発信を積極的に行い、周知を進めることで、インターネットや電子商取引に関するトラブルの未然防止を図るため、次の指標を設定し取組を推進します。

指標項目	現状値	目標値
消費生活センターのSNSアカウントの登録者数	67人 (令和2(2020)年11月末時点)	400人 (令和7(2025)年度)