

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

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
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	<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 消費者教育コーディネーターを中心とした消費者教育・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) 消費者被害の拡大防止(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・障害者関係機関や団体との連携強化	<ul style="list-style-type: none"> 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 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（堺みまもり連絡会）の効果的・効率的運用
	(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	<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 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。