

後期基本計画基本施策別一覧表

基本施策14 消費者行政の推進	めざす まちの姿	市民が安全な商品・サービスを 選択し消費できるよう自立を支援するとともに 、一人ひとりが日常の消費生活において、環境、社会、地域等の持続可能性に配慮した消費行動、すなわち「エンカル消費」を 実践する 消費者市民社会をめざします。
------------------------	---------------------	--

現状	課題	個別施策の方向性 【(★)は総合戦略に関連する取組】	主な取組	主な取組に対する具体的内容の例示
<p>◇情報の高度化などにより、消費者を取り巻く環境や利便性が向上していますが、一方で市民の消費生活が複雑多様化し、消費者トラブルが社会問題化しています。</p> <p>◇本市では、平成22(2010)年に宍粟市消費生活センターを開設し、専門的な相談員により市民の消費生活相談に対応するとともに、平成29(2017)年に宍粟防災センターに移転し、消費生活相談窓口の体制を整備しました。</p> <p>◇消費生活相談員のスキルアップを図るために、国や県と連携し情報交換会や事例研究会など積極的に参加しています。</p> <p>◇いつでも、だれでも、相談できる体制として「消費者ホットライン188(いやや)」について積極的な周知を行っています。</p> <p>◇家族のライフプラン設計セミナーやエンディングノート作成セミナーなど、ライフステージに応じて関心の高いテーマを取り上げた事業展開や、地域団体との連携により高齢者の消費者被害の未然防止につなげています。</p> <p>◇消費者としての意識と自覚を促す「消費者市民社会」の啓発事業を実施し、消費行動の社会的影響力について広く周知を図っています。</p>	<p>悪質商法の手口やトラブル事例は複雑化及び多様化しており、消費者の特性に応じた適切な啓発や情報提供が必要</p> <p>電話相談だけでなく、FAX、メールを用いた相談受付など、相談体制の改善が必要</p>	<p>①安全・安心な消費生活の確保 様々な消費者トラブルに対応し、消費者被害の未然防止や救済のため、消費生活センターにおける相談体制の充実を図るとともに、消費生活に関する啓発や情報提供、職員出前講座等を推進します。</p> <p>②消費者市民社会の推進(★) 社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成する「消費者市民社会」づくりを推進します。</p>	<p>①-1 悪質商法の手口やトラブル事例とその対処法について、消費者の特性に応じた啓発や情報提供ができるよう手法や内容等の充実を図ります。</p> <p>①-2 消費者の特性(年齢のほか、性別、障がいの有無、消費生活に関する知識の量)に配慮し、対象に応じた消費者教育の方法や内容を工夫します。</p> <p>※①-1に統合</p> <p>①-2 悪質商法、契約や取引に関する消費者トラブルに対応するため、相談支援の充実を図るとともに、関係機関との連携強化を図ります。</p> <p>①-3 市民からの相談に適切に対応するため、相談員及び担当職員の資質の向上を図るとともに、「消費者ホットライン188」の周知やFAX、メール等による相談受付を行うなど、相談体制の充実を図ります。</p>	<p>・広報紙、ホームページ、音声告知通信等による啓発や情報提供</p> <p>・消費者の特性に応じた出前講座等の開催 (学齢期)消費者とは、消費行動は契約から、契約の基礎知識若者を狙う悪質商法、金融の基礎知識、成人年齢の引き下げインターネットやSNSに関するトラブルの予防と対処法 (成人・高齢期)いきいき百歳体操、認知症カフェ、地域のミニ茶話会、自治会学習会など、参加対象者や規模、参加者の要望や興味関心に沿った内容を取り入れながら実施 クーリング・オフ制度、架空請求、通信販売、ネット契約、オレオレ詐欺、還付金詐欺、点検商法、SF(催眠)商法、サイドビジネス商法、利殖商法</p> <p>・相談者の具体的な事例や手口などに対し、その対策や今後の留意点などの相談支援</p> <p>・全国で発生する悪質商法等の消費者トラブルの事例や注意点をホームページを中心に周知啓発</p> <p>・緊急に対応が必要となる事案などは、市内全域に音声告知通信等で周知</p> <p>・相談内容によっては、専門の被害者相談窓口への案内や、警察や司法書士等と連携</p> <p>・国や県と連携し、各自治体相談員との情報交換会や事例研究会など各種研修会等へ参加</p> <p>・全国の消費生活相談情報の収集を行う全国消費生活情報ネットワークシステム等から相談傾向を把握し、啓発や情報提供につなげる。</p> <p>・全国どこからでも局番なしの「188(いやや)」でつながる消費者ホットラインについて、広報紙や音声告知通信等により周知。併せて、消費生活センターのFAX番号やメールアドレスについてもお知らせする。</p> <p>・講演会や学習会、映画会、セミナー等の実施</p> <p>・広報紙、ホームページ、音声告知通信等による啓発や情報発信</p> <p>・市内の行事やイベントの計画、関連部署の事業予定等を注視し、コラボしての実施を検討したり、出前形式の周知啓発を行うなど、あらゆる機会を通じ、積極的に関与する消費者の育成に取り組む</p> <p>・エンカル消費という言葉の認知、エンカル消費に取り組む必要性や意義を紹介するため、全国規模での先進的な取り組み、日本や世界での今後の動きなどについて、リーフレットやホームページ等により啓発</p> <p>・消費者の特性に応じた出前講座等の開催 (幼児期) ・絵本やゲーム、紙芝居等を使った講座 (学齢期) ・社会をかえる可能性のある商品 ・環境にやさしい生活 ・エンカル消費、地産地消 (成人・高齢期) ・エンカル消費、食品ロス、3つのR ・環境にやさしい生活、グリーンコンシューマー ・社会をかえる可能性のある商品、地産地消</p>

後期基本計画基本施策別一覧表

基本施策14 消費者行政の推進	めざす まちの姿	市民が安全な商品・サービスを 選択し消費 できるよう 自立を支援 するとともに、一人ひとりが日常の消費生活において、環境、社会、地域等の持続可能性に配慮した消費行動、すなわち「エンカル消費」を 実践 する消費者市民社会をめざします。
------------------------	-------------	---

現状	課題	個別施策の方向性 【(★)は総合戦略に関連する取組】	主な取組	主な取組に対する具体的内容の例示
			<p>②-2 消費者の特性(年齢のほか、性別、障がいの有無、消費生活に関する知識の量)に配慮し、対象に応じた消費者教育の方法や内容を工夫します。</p> <p>※②-1に統合</p> <p>②-3 「エンカルラボ」など先進的な取組の紹介、啓発リーフレットの作成により、広くエンカル消費の普及を図ります。</p> <p>※②-1及び②-2に統合</p> <p>②-2 エンカル消費を実践する消費者市民社会の普及を図るため、消費者団体や事業者等と連携した取組を実施します。</p> <p>②-2 学校教育や社会教育を通じた、消費者市民社会に関する学びの機会を創出します。</p> <p>※ ②-1と統合</p>	<p>・消費者協会等の団体や保健福祉、環境等の関連部署とも連携し、消費者市民社会の考え方についての普及や、市民の意識と行動を変えていける取組を実施</p> <p>・人権や環境に配慮したまちづくり</p> <p>・地産地消や食育の推進</p> <p>・食品ロス削減</p> <p>・消費者教育など</p>

まちづくり指標	指標名	単位	現状値(R2実績)	目標値(R8)	数値の把握方法	目標値設定の考え方
	消費者相談による契約被害防止率	%/年	36.0	39.1	未然被害防止件数÷契約件数	啓発や情報提供を行いながら効果的に取り組むことにより、前期基本計画期間中に最も契約被害防止率の高かったH30実績値(39.1%/年)を目標とする。
	消費生活センター相談件数	件/年	214	現状値を維持	担当課保有の管理台帳	消費生活センターの相談窓口の周知、利用の促進、環境の充実等を行うことで、現状値を維持していくことを目標とする。
	消費者市民社会に関する出前講座開催件数	件/年	14 (R1実績)	19	担当課保有の管理台帳	消費者としての意識と自覚を促し、消費行動の社会的影響力についての理解を促進するため、前期基本計画期間中に最も開催件数の多かったH30実績値(19件/年)を目標とする。

個別連計画	計画名	計画期間
	兵庫県消費者行政推進計画	H27～R9
	兵庫県消費者教育推進計画「ひょうご“消費者力”アッププラン」	R3～R5

統計等数値
消費者相談による契約被害防止率:H28 30.6%、H29 35.9%、H30 39.1%、R1 31.3%、R2 36.0% 消費生活センター相談件数:H28 168件、H29 185件、H30 265件、R1 209件、R2 214件 消費者市民社会に関する出前講座開催件数:H28 6件、H29 16件、H30 19件、R1 14件、R2 4件