



## 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「エシカル消費」を**実践する**消費者市民社会をめざします。

### ■現状

- ◇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。
- ◇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。
- ◇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。
- ◇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。
- ◇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。
- ◇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。

### ■課題

- ◇**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です。**
- ◇相談窓口が遠方の人にも消費生活に関する相談窓口が身近な存在となるよう、電話相談のほか、FAX・メールなどによる相談受付など、相談体制の改善が必要です。
- ◇消費を個人の欲求を満たすものとのみ捉えず、社会、経済、環境などに与える影響を考慮して商品・サービスを選ぶなど、公正で持続可能な発展に貢献する消費行動をとる「消費者市民社会」の考え方を浸透させることが必要です。
- ◇全ての人が消費者であり、消費者の活動が大きく影響するため、持続可能な開発目標（SDGs）の実現に向けて、消費者としての自覚を促すとともに、自身の消費活動が目標達成に寄与しているという意識を醸成する必要があります。
- ◇消費者、消費者団体、事業者、行政等との間で相互に連携し、消費者政策を全体として効率的・効果的に推進していくことが必要です。

### ■個別施策の方向性と主な取組（★は総合戦略事業に関連する取組）

#### ① 安全・安心な消費生活の確保

##### 〈施策の方向性〉

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。

## 【資料②-2】

<p>《主な取組》</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><del>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。</del></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>② 消費者市民社会の推進（★）</p>
<p>《施策の方向性》</p> <p>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>《主な取組》</p> <p>②-1 消費者市民社会を推進するため、講座やイベント等を通じて、消費者の特性に応じた消費者教育や啓発ができるよう手法や内容等の充実を図ります。</p> <p><del>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。</del></p> <p><del>②-3 「エシカル・ラボ」など先進的な取組の紹介や啓発リーフレットの作成により、広くエシカル消費の普及に努めます。</del></p> <p>②-2 エシ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><del>②-5 学校教育や生涯学習を通じた、消費者市民社会に関する学びの機会を創出します。</del></p>

### ■まちづくり指標

指標名	単位	現状値 (R2)	目標値 (R8)	数値の出所（算出方法）
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
【目標値の考え方】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
【目標値の考え方】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)	19	担当課保有の管理台帳
【目標値の考え方】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。				

### ■関連する個別計画

- ・兵庫県消費者行政推進計画
- ・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」