

新潟市消費生活推進計画・新潟市消費者教育推進計画
(二次改定)(素案)

新潟市

平成31年〇月

◇◇ 目 次 ◇◇

第1章 計画策定の背景と経緯・・・・・・・・・・・・・・・・・・P1

- 1 計画策定の経緯
- 2 一次改定の経緯
- 3 消費者教育推進計画策定の経緯

第2章 消費者を取り巻く状況の変化・・・・・・・・・・・・・・・・・・P2

- 1 消費者を取り巻く現状
- 2 近年の消費者行動・意識の特徴
- 3 国における消費者政策の動き
- 4 本市における消費者行政の動き
- 5 一次改定計画（消費者教育推進計画策定を含む）の取組状況と評価

第3章 計画の基本的な視点・・・・・・・・・・・・・・・・・・P2

- 1 基本となる考え方
- 2 計画及び施策の構成
- 3 計画の位置づけ
- 4 計画の期間

第4章 計画の課題と施策の体系・・・・・・・・・・・・・・・・・・P2

- 1 課題と施策の体系
- 2 課題と施策の展開

第5章 重点的な取組と目標値・・・・・・・・・・・・・・・・・・P2

- 1 重点的な取り組みと施策
- 2 目標値

第6章 計画の推進と検証など・・・・・・・・・・・・・・・・・・P2

- 1 計画の推進
- 2 検証と評価
- 3 計画の見直し

資料編・・・・・・・・・・・・・・・・・・P2

- 1 新潟市消費生活推進計画（一次改定）の策定経過
- 2 新潟市消費生活審議会委員名簿
- 3 市民意見の把握の取り組み
- 4 新潟市消費生活条例
- 5 統計資料
- 6 用語など

※「資料編」は、第1章から第3章及び市政世論調査の結果などを参考に必要なものを選択し、掲載していきます。

第1章 新潟市消費生活推進計画策定の背景と経緯

1 計画策定の経緯

本市では、昭和54年度に「新潟市消費者保護条例」を制定し、消費者の保護、生活必需物資の安定供給、消費者意見の反映、苦情の処理及び訴訟の援助のための施策を進めてきました。そして、IT化、国際化及び高齢化の進展など、消費者を取り巻く環境が著しく変化する中で消費者問題の内容の多様化・複雑化に対応するために、平成19年4月1日に「新潟市消費者保護条例」を「新潟市消費生活条例」（以下「消費生活条例」といいます。）に全面改正し、施行するとともに、平成19年に消費生活条例第7条に基づき、消費生活施策の方向やその推進に必要な事項を定め、施策の総合的かつ計画的な推進を図ることを目的に、平成20年度から平成26年度までの7年間とした「新潟市消費生活推進計画」を策定しました。

2 一次改定の経緯

「新潟市消費生活推進計画」の計画期間（平成20年度から平成26年度まで）中に、少子・超高齢社会の進行や、情報通信機器・情報サービスの急速な発達・普及により、インターネット上で流通する情報量が飛躍的に増加し、様々な消費者ニーズに応える商品やサービスが提供されるようになりました。

それに伴い、消費生活で発生するトラブルも多様化・複雑化し、特に、高齢者の孤独感や不安感、判断力の低下などに付け込んだ悪質な手口による消費者トラブルが後を絶たないなど、消費者を取り巻く環境の変化を踏まえ、平成27年3月に、平成27年度から平成30年度までの4年間で計画期間とする一次改定を行いました。

3 消費者教育推進計画策定の経緯

本市では、平成20年度の「消費生活推進計画」策定当初から重要課題の一つに「消費者学習などの支援」を掲げ、各施策に取り組んできました。

平成24年12月には、「消費者教育の推進に関する法律（法律第61号）」が施行され、各自治体において消費者教育推進地域協議会を組織し、「消費者教育推進計画」の策定に努めることが定められました。

そのため、平成27年度から平成30年度までを計画期間とする一次改定では、各階層や地域の中で計画全般にわたって消費者教育に関する施策の展開を図るとともに、支援者育成など各種の事業を展開することとしました。

特に、高齢者・障がい者を支援するためには、地域が一体となった取り組みが必要なこと、かつ、「いつでも・どこでも・だれでも」が学習できる消費者教育に関する計画が「消費生活推進計画（一次改定）」の中に包括されていることから、平成28年7月に新潟市消費者教育推進地域協議会を組織するとともに、従来の「新潟市消費生活推進計画（一次改定）」を「新潟市消費生活推進計画・新潟市消費者教育推進計画」に改めました、今後も消費者保護の推進及び消費者教育の一層の推進を図ります。

第2章 消費者を取り巻く状況の変化

1 消費者を取り巻く現状

消費者を取り巻く状況は、少子・超高齢社会の進行、情報通信機器・情報サービスの急速な発達・普及による情報量の飛躍的増加など、急速なスピードで変化しています。

そのような中、様々な消費者ニーズに応える商品・サービスが提供される一方、消費生活で発生するトラブルも多様化・複雑化している状況にあります。特に、近年、高齢者が消費者トラブルに巻き込まれることが多く、その傾向としては、孤独感・不安感や判断力・交渉力の低下に付け込んだ悪質な手口が後を絶たない状況となっています。

(1) 超高齢社会と高齢者の消費トラブルの現状

消費生活相談全体において、高齢者に関する相談は、近年、大きな割合を占めるようになっており、これは全国的な傾向として表れています。

高齢者が消費者被害に遭う特性の例としては、本人が消費者被害を十分認識していないことから誰にも相談していないということがあり、特に認知症の高齢者に顕著な傾向があります。このような潜在的被害者も相当数あるものと考えられます。

(2) インターネット関連のトラブルの増加

携帯電話やスマートフォン、インターネットを始めとする情報通信手段は、連絡手段や情報収集手段として使用されているばかりでなく、買い物をするためのツールや宿泊施設、交通機関等のサービスの予約をするためのツール、映像・音楽・ゲームなどの教養・娯楽サービスを楽しむためのツール、さらにはソーシャルメディア^{*1)}を通じたコミュニケーションのためのツールとして、今や私たちの暮らしと切り離せないものになっています。

しかし、情報通信手段の浸透に合わせ、情報通信に関する新しい消費者トラブルが次々と発生しています。事例としては、携帯電話や光回線など電気通信サービスの契約に関するもの、インターネット通販での商品・サービスの購入に関するもの、インターネットを利用したアダルト情報サイト・出会い系サイト・オンラインゲームなどのコンテンツ^{*2)}に関するもの、一方的に送りつけられる迷惑メールやフィッシング等による個人情報情報の不正入手など、内容も複雑化するとともに、多岐にわたっています。

(3) 次々と生まれる悪質商法の手口

トラブルが発生しやすい商法には様々なタイプがあります。「俺だよ、俺」と子どもや孫のふりをして高齢者などに電話し、「事故で金がある」、「サラ金の取り立てが厳しい」などと騙して現金を架空の口座に振り込ませる手口や、親族のほかに警察官や弁護士になりすますし、郵便や宅配便で直接現金を送らせ、又は直接受け取りに来る場合もあります。「オレオレ詐欺」又は「母さん助けて詐欺」と呼ばれ、被害金額が大きく社会問題化している詐欺の手口です。このほかにも、原野商法の被害回復を装った手口で二次被害に遭うケースなども報告されています。(主な事例は、資料編 P55「トラブルになりやすい商法の例」を参照)

これらの手口がマスコミ等で周知されるに伴い、件数が減少していくものもありますが、想定し得なかった新たな手口も次々と発生しています。

(4) 消費生活の安全・安心にかかわる事件・災害などの発生

近年、化粧品の白斑問題、冷凍食品の農薬混入問題など、消費者の生命・身体を脅かす事態も発生し、迅速な情報把握と周知が課題となりました。

このほかにもホテル・レストランなどにおいてメニュー表示と異なる料理を提供していたメニュー偽装が相次いで発覚し、食に対する消費者の信頼を揺るがす社会問題になりました。

また、危険ドラッグの乱用者による今まで想定し得なかった犯罪も発生しています。さらに、各地で頻発する自然災害発生により、消費生活の安心・安全が脅かされる恐れがある場合、その情報を迅速・的確に把握し、速やかに消費者に伝えることが必要となります。

(5) エシカル消費、食品ロスへの関心の高まり

エシカル消費（倫理的消費）とは、より良い社会に向けて、地域活性化や雇用などを含む人や社会・環境に配慮した消費行動をいいます。人、社会、環境、地域、動物に配慮した様々な消費行動の総称であり、消商品・サービスを選択する際の環境の整備や食品ロスの削減、省エネなど社会的課題に配慮した消費、持続可能なライフスタイルへの理解の促進が求められています。

食品ロスは、本来まだ食べられるにもかかわらず捨てられる食品のことです。農林水産省及び環境省の日本国内の事業系および家庭系の食品ロス発生状況(2015 年)調査に基づき、2018 年 4 月に食品ロスに関する推計結果が公表されましたが、食品ロスの量は 646 万トン(うち家庭系の発生量は約 289 万トン)で、これは世界全体の食糧援助量の約 2 倍に相当します。

2 近年の消費者行動・意識の特徴

総務省の「家計調査」^{※3)}によると、1 世帯あたりの支出はモノからサービスに移行しています。この支出構造の変化は、高齢化の進展、情報通信機器の普及や高度化による情報化・国際化の進展など、社会活動や経済活動の様々な変化に起因する消費者のライフスタイルの変化がもたらしたものと考えられています。(資料編「消費者白書」【図表 3-1-3 参照】)

—(1) 世帯構造の変化

総務省の「国勢調査」^{※4)}によると、単身世帯の割合が増加しています。高齢者や若者など一人暮らしの世帯は、周囲の目から遠ざかることで、消費者トラブルに巻き込まれやすくなり、トラブルに巻き込まれた際に周囲に相談できずに、結果として一人で抱え込むケースが多くなっていると考えられます。(資料編「消費者白書」【図表 3-1-4 参照】)

(2) 国際化の進展

国際化の進展に伴い、食料品、衣料品、電気製品等の様々な外国産の輸入商品が溢れています。また、近年では、インターネットなどを通じて、消費者が直接海外から商品やサービスを購入することが容易になっている一方で、トラブルに巻き込まれる機会も大きくなっているものと考えられます。(資料編「消費者白書」【図表 3-1-6 参照】)

—(3) インターネット通販の利用

消費者庁^{※5)}の「消費者意識基本調査」^{※6)}によると、消費・サービスを利用する際の販売形態では、「インターネット通販」「カタログ販売」を利用したとの回答が「電話勧誘」「訪問販売」を利用したとの回答を大きく上回り、消費者は、時間を気にせず買い物ができる利便性を選択していることが分かります。(資料編「消費者白書」【図表 3-2-2 参照】)

—(4)食の安全・食の表示問題に高い関心

消費者庁が消費者問題の現状や求められる政策ニーズを把握し、消費者行政の企画に生かすことを目的に、日頃の消費生活での意識や行動、消費者事故・トラブルの経験等を中心に平成29年度に調査した「消費者意識基本調査」及び内閣府が消費者行政の推進に関して平成27年度に実施した「消費者行政の推進に関する世論調査」^{※7)}が報告されています。

(1)消費者の意識や行動

①「生活全般や消費生活における意識や行動」について

1万以上の商品やサービスについて買い物や契約をするときの行動を聞いたところ、「買う前に機能・品質・価格を十分に調べる」に当てはまる人が約7割、「書道買いをする」に当てはまる人が約2割という結果。

②「インターネット利用に関する意識や行動」について

普段インターネットを利用するときに主に使う端末について聞いたところ、「スマートフォン」と回答した人が5割弱という結果。

③「不用品の処分」について

リユース品(中古品)を使用することについての考え方を聞いたところ、「リユース品(中古品)を使用したい」と回答した人は1割に満たず、「リユース品(中古品)を使用してもよい」と回答した人は約7割という結果。

④「SNSの利用」について

この1年間でSNSを「ほとんど毎日利用している」人は3割を超え、10代と20代では約9割、年齢層が高くなるにつれ割合が小さくなり80歳以上では約3%という結果。

⑤「消費者事故・トラブル」について

この年で購入した商品、利用したサービスについて、消費者被害に当たる経験が「ある」と回答した人の被害事例のうち、販売・購入形態が「通信販売(インターネット取引を含む。)」の割合が6割弱と最も高い結果。【「消費者意識基本調査」より】

(2)消費者問題と消費者が必要としている情報

①消費者問題に関心のある分野

消費者問題に関心が「ある」と答えた者が、関心のある分野は「食中毒事故や食品添加物の問題等の食品の安全性」と答えた人の比率が最も高く、続いて「偽装表示等事業者による商品やサービスに関する偽りの情報」「強引な勧誘や不正な利殖商法等の悪質商法」「交流サイト、ゲーム、ネット通販等のインターネット利用によるトラブル」「製品の欠陥により生じる事故」の順に関心が高いことが分かりました。

②消費者問題の情報の入手方法

消費者問題に関心が「ある」と答えた者が、消費者問題を得ている方法は「テレビ・ラジオのニュース」と答えた人の比率が最も高く、以下「新聞・雑誌」、「テレビ・ラジオの情報番組」、インターネット「インターネットのやソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)上の口コミ」などの順になっている。

③国・地方公共団体から得たい情報

国や地方公共団体から血奥に得たいと思う消費者向け情報については、「現実消費者が遭う可能性のある取引上のトラブル(詐欺的契約、契約拒否、架空請求など)の助教や対

処分方法」が最も多く、続いて「悪質事業者の公表を含む行政処分の情報」「危険性のある製品の情報（リコール情報など）や事故を防ぐための使用上の注意」「苦情の相談機関、処理機関の役割や利用方法の紹介」の順になっている。【「消費者行政の推進に関する世論調査より】

(5) (3) 被害や不安の相談相手

本市が平成 26 年度に実施した「市政世論調査」*8)の結果によると、購入した商品・サービスからの被害や不安の相談相手は「家族」の割合が最も多く、次いで「友人」「職場の人」でしたが、「誰にも相談していない」の割合が「友人」や「職場の人」を上回っており、このことから一人で抱え込んでいるケースが多くなっていることがわかります。（資料編「市政世論調査」【問23 参照】）

※平成 30 年に実施予定の市政世論調査の結果から記載したい

【調査項目は・・・①関心のある消費者問題、②被害や不安をだれに相談したか、③消費生活センターに相談しなかった理由のほか 消費者教育関連など 10 項目です。】

3 国における消費者政策の動き

(1) 体制の整備

平成 21 年 9 月に、消費者の視点から消費者行政全般を担う組織として、消費者の安全安心に関わる問題を幅広く所管し、情報の一元的収集・分析・発信、企画立案、法執行などの機能を有する消費者庁が設置され、また内閣府には、独立した第三者機関として、各種の消費者問題について、自ら調査・審議を行い、消費者庁を含む関係省庁の消費者行政全般に対して意見表明（建議等）を行う消費者委員会*9)が設置されました。

さらに、平成 24 年 10 月には、消費生活上の生命・身体被害に係る事故原因を究明するための調査・評価を行う消費者安全調査委員会*10)が設置されるなど、社会環境の変化に応じた体制の整備が進められてきました。

(2) 消費生活に関する法律の整備

平成 16 年に制定された「消費者基本法」*11)は、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」を基本理念とした消費者政策の基本となる法律であり、わが国の消費者政策は、この法律に沿って進められています。

また、平成 21 年 9 月消費者庁の設立と同時に施行された「消費者安全法」*12)は、消費者事故などに関する情報の集約等、消費生活における被害の発生又は拡大の防止による消費者の安全を確保するために重要な法律です。

さらに、平成 24 年 8 月には消費者自身が被害に遭わないために、自立した消費者を育成することを目的とした「消費者教育の推進に関する法律」*13)が議員立法で成立し、同年 12 月に施行されました。

さらに、成年年齢を 20 歳から 18 歳に引き下げる改正民法が成立し、2022（平成 34）年から施行されます。これまで未成年者取消権で保護されていた 18 歳、19 歳の若者が保護の対象から外れることになり、消費者被害の拡大を防止すべく万全を期する必要があります。

2018年（平成30年）6月には、「消費者契約法」が一部改正（2019年6月施行）され、改正内容には、「消費者の不安をあおる告知」、「恋愛感情等に乗じた人間関係の濫用」などといった不当勧誘行為に対して取消権を追加することなどを規定しています。

このほかにも、消費者の安全確保、表示の充実と信頼の確保、適正な取引の実現のため、「特定商取引に関する法律」^{※14}、「貸金業法」^{※15}、「割賦販売法」^{※16}の改正や、「食品表示法」^{※17}の制定など、時代の要請に合わせ、消費者・生活者の視点に立った法律の制定や改正、制度の整備が行われてきました。

(3) 消費者基本計画及び消費者教育の推進に関する基本的な方針

「消費者基本計画」^{※18}は、消費者基本法に基づき、消費者政策を計画的・一体的に推進するために、平成22年3月に閣議決定した計画です。現在の消費者基本計画は、平成22年度から平成26³¹年度までの5年間を対象としていますが、毎年度一部改定が行われ、新たな重点政策が追加されてきました。

また、平成25年6月に閣議決定された「消費者教育の推進に関する基本的な方針」^{※19}は、「国の消費者教育の推進に関する施策の方向性を示すとともに、地方公共団体、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体等消費者教育の担い手にとって指針となることを目指す」となっています。

(4) 地方消費者行政への支援

国は、平成20年度の第2次補正で「地方消費者行政活性化交付金」を創設し、県単位での基金造成を支援するとともに、消費者庁発足後は「地方消費者行政活性化基金制度」^{※20}を創設し、消費者行政に取り組む自治体を支援しています。きましたが、平成26年度からは交付金制度に変更され、消費生活相談員資格試験制度、新たな消費者教育の推進、地方公共団体における消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の構築等、地方消費者行政強化作戦として支援が続けられています。

4 本市における消費者行政の動き

(1) 条例の改正と計画の策定

平成19年4月に、消費者を取り巻く環境の変化に対応するため、「消費者保護条例」を「消費生活条例」に全面改正し、平成20年度には「消費生活条例」に基づき「消費生活推進計画」（平成20年度から26年度）を策定しました。

平成27年3月に、消費者問題の内容の多様化・複雑化に対応するために、平成27年度から平成30年度までの4年間を計画期間とする一次改定を行いました。

平成28年7月には、新潟市消費者教育推進地域協議会を組織するとともに、従来の「新潟市消費生活推進計画（一次改定）」を「新潟市消費生活推進計画・新潟市消費者教育推進計画」に改め、消費者教育の一層の推進を図ることとしました。

(2) 消費生活センターの移転

平成22年4月に、相談者の利便性向上を図るため、消費生活センターを中心市街地である西堀ローサ内に移転しました。

(3) 多重債務相談への対応

平成22年10月に、多重債務者^{※21}や生活困窮者からの相談と自殺防止対策の一環とし

て、消費生活センターに専門相談員を配置し、多重債務のワンストップ相談窓口を開設しました。

(4)消費生活相談の推移

本市の消費生活センターに寄せられた相談件数は、平成16年度に8千件を超え、その後年々減少傾向にあったものの平成25年度には再び4千件を超える件数となり、平成29年度の相談件数は、4,304件です。

【表1】年度別相談件数の推移

年度 内訳	16 年度	17 年度	18 年度	19 年度	20 年度	21 年度	22 年度	23 年度	24 年度	25 年度	26 年度	27 年度	28 年度	29 年度
相談 総件数	8,387	6,685	5,705	4,565	4,104	3,431	3,654	3,675	3,573	4,106	4,376	4,649	3,871	4,304
三浦	7,940	6,031	5,007	3,854	3,401	2,906	3,160	3,243	3,085	3,623	4,010	4,232	3,575	3,955
組合・ 要望	447	654	698	711	703	525	494	432	488	483	366	417	296	349

5 一次改定計画（消費者教育推進計画策定を含む）の取組状況と評価

一次改定計画の推進に当たっては、課題を解決するため、各部に関連する消費者施策（事業）を引き続き連携して進めることとし、計画全般にわたる施策のうちから、消費者を取り巻く環境や消費者行動の変化に対応した重点的に取り組む施策を取り上げることとしました。

以下、一次改定計画で優先的に取り組むべき施策として取り上げた重点課題の目標について取組状況と評価を行いました。

【重点課題の目標】

項目		現状値	目標値	取組状況	評価
取組1	消費者の年齢(ライフステージ)に応じた学ぶべき内容と体系化(教育プログラム)の策定	未策定	平成30年までにプログラム策定	プログラム策定に向け準備中	達成 (進行中)
取組2	高齢者や障がい者が多く利用する病院や金融機関の協力を得て、消費生活に関する啓発のための情報提供の拡大	消費生活センター発行情報誌「ゆうゆう通信」の発行部数 440部 (公共施設、地域包括支援センター、居宅介護施設など)	消費生活センター発行情報誌「ゆうゆう通信」の発行部数の拡大・800部	発行部数 1200部 うち、地域包括支援センター、居宅介護施設など 452部	達成

	消費者被害の防止を図るため最新情報を発信するポータルサイト*32)の充実	市のホームページに最新情報を掲載	最新情報を発信するポータルサイトの作成	未策定	未達成
取組3	地域が一体となった取り組みとして、持続可能な見守りネットワークづくりの検討	地域で見守る人たちへの情報提供	「消費者安全確保地域協議会」のあり方について方向性の明確化	<u>「消費者安全確保地域協議会」の立ち上げを目指し持続可能な見守りネットワークづくりの検討中</u>	達成

第3章 計画の基本的な視点

1 基本となる考え方

新潟市消費生活推進本計画は、消費生活条例第7条に基づき策定される計画であり、同条例第2条の基本理念に基づき、消費者を取り巻く環境の変化に対応した改定計画とします。

【参考】新潟市消費生活条例（平成18年条例第135号）（抄）

（基本理念）

第2条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費生活施策」という。）は、市、事業者及び消費者の相互の信頼と協力を基調とし、次に掲げる事項を消費者の権利として尊重するとともに、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）市民の消費生活における基本的な需要が満たされること。
- （2）市民の健全な生活環境が確保されること。
- （3）市民の安全が確保されること。
- （4）市民の自主的かつ合理的な選択の機会が確保されること。
- （5）市民に必要な情報が提供されること。
- （6）市民に必要な学習の機会が提供されること。
- （7）市民の意見が反映されること。
- （8）市民に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 消費生活施策の推進に当たっては、消費者の年齢、知識、経験、財産の状況その他の特性、高度情報通信社会の進展、国際化の進展及び環境の保全に配慮しなければならない。

（消費生活推進計画の策定等）

第7条 市長は、消費生活施策を総合的かつ計画的に推進するために、消費生活推進計画を策定しなければならない。

2 消費生活推進計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

- （1）長期的に講ずべき市民の消費生活の安定及び向上に関する施策
- （2）前号に掲げるもののほか、市民の消費生活の安定及び向上に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

3 市長は、第1項の消費生活推進計画を策定しようとするときは、新潟市消費生活審議会の意見を聴かなければならない。

2 計画及び施策の構成

（1）課題と施策の見直し

消費生活を脅かす様々な問題や課題を類型化したうえで、施策の方向性を示し、具体的に取り組む行動を掲げる構成はそのままとしています。改定にあたっては、消費者を取り巻く社会情勢の変化に合わせ、課題と施策を見直します。

（2）重点的に取り組む施策

庁内各部署に関連する消費者施策（事業）を連携して進めることとし、計画全般にわたる施策のうちから、重点的に取り組む施策を取り上げることとします。

3 計画の位置づけ

新潟市消費生活推進本計画は、消費者行政に関する市政運営の総合的な指針であり、本市のまちづくりの方向性となる総合計画「にいがた未来ビジョン」（新潟市総合計画）^{*22}との整合性を図るとともに、消費生活施策に関連する各部局の個別計画と連携した取り組みを

行います。

4 計画の期間

当初計画の期間は、平成20年度から平成26年度までの7年間でした。

一次改定計画は、消費者を取り巻く環境の変化に柔軟に対応するため、平成27年度から平成30年度までの4年間の計画としました。

本計画は、消費者を取り巻く社会情勢の変化に柔軟に対応するため、2019年度から2022（平成31年度から平成34年度）までの4年間の計画とします。

第4章 計画の課題と施策の体系

1 課題と施策の体系

消費者を取り巻く社会情勢の変化に合わせ、課題と施策を以下のように見直します。



2 課題と施策の展開

課題Ⅰ 「消費者の安心・安全の確保」

消費者にとって、安心・安全な暮らしが確保されることは、日常生活を営む上で最も基本的で、かつ重要な事項です。消費生活センターには、毎年多くの相談が寄せられ、その中には食品の偽装表示、悪質リフォーム問題、製品事故の発生など商品・サービスによって危害の発生するものもあります。

このような状況から、事業者の責務として安心・安全な商品・サービスを供給するとともに、消費者の権利を尊重し、消費者のライフステージに応じた適切な選択のための効果的な情報の提供を図るよう、市として要請又は指導を行います。

なお、事業者・事業者団体には、消費者基本法及び消費生活条例で消費者の苦情処理体制の整備が求められています。

また、市は、消費者が適切な商品・サービスを選択し、購入するための必要な知識の修得や情報の収集を支援するとともに、このような取り組みによって消費生活の安全を確保し、消費者が安心して暮らせるよう総合的かつ計画的な取り組みを推進します。

施策番号	具体的施策	推進する組織
施策1	商品・サービスの安心・安全の確保	
	(1) 食品の安全性の確保 ①食品衛生監視指導計画^{*23)}により、食品及び施設の効果的な監視及び検査をするとともに、食中毒等飲食に起因する事故が発生した場合には、原因調査及び消費者被害の拡大防止措置を行います。 ②食の安全基本方針に基づき、消費者、事業者及び行政の三者による意見交換会を開催し、その意見を施策に反映させるなど、消費者、事業者及び行政の相互理解を深め、協力して食品の安全性を確保します。	食の安全推進課 食肉衛生検査所
	(2) 住まいの安全性の確保 ①住まいに起因する健康被害等の相談を実施し、住まいの衛生に関する情報を提供します。 ②耐震性等住まいの安全に関する相談会の開催や耐震改修工事の補助を行います。	環境衛生課 建築行政課
	(3) 生活用品等の安全性の確保 ①生活用品等の安全性を確保するため、調査・検査を行うとともに、必要な情報を提供します。 ②生活用品等による危害が発生した場合には、速やかに関	消費生活センター 環境衛生課

	連情報を提供するとともに、事業者に対し用品の回収等を要請します。	
	(4) 生活衛生営業施設の衛生確保 理容所・美容所、クリーニング所、公衆浴場、興行場、旅館などの衛生管理や安全性を確保するために監視・指導を行います。	環境衛生課
	(5) 医薬品の安全性の確保 医薬品の適正使用や保健衛生上の危害発生防止のため、医薬品の販売業者に対する監視・指導を行います。	保健管理課
	(6) 商品・サービスの安全性に関する情報の提供 ①商品・サービスの安全性について、市報、市ホームページ、消費生活センター機関誌により情報を提供します。 ②商品・サービスによる事故が発生した場合、消費者被害の拡大防止を図るため、製品の回収等に関する情報を効果的に提供します。 ③商品・サービスによる事故が発生した場合、消費生活条例第12条に基づく事故に関する届出を促し、必要に応じて消費者被害の拡大防止を図るために情報を提供します。 ④商品・サービスによる危害の防止のため、消費生活条例第10条に基づき、必要な調査を行い、その経過及び結果を公表します。	食の安全推進課 食肉衛生検査所 消費生活センター
施策2 適正な価格形成の確保並びに適正な表示及び計量の推進		
	(1) 適正な価格形成の確保 ①中央卸売市場において、野菜、果物、水産物、花きを適正な価格で安定的に供給します。 ②公益的事業者が料金変更を行う場合は、市民の意見の反映に努めます。 ③市民の消費生活の安定を図るため、生活関連物資の価格調査を行い公表します。	中央卸売市場 消費生活センター
	(2) 事業者に対する適正な表示の指導 ①安全な食品・生活用品等の確保と消費者の適切な選択を図るため食品・生活用品等の適正な表示の指導及び立入調査を行います。 ②過大な包装によって、消費者の選択を誤らせることがないよう適正な包装の推進を事業者に要請します。 ③適正な栄養成分表示や、虚偽誇大広告の禁止について相談・監視・指導を行います。	食の安全推進課 消費生活センター

	(3) 事業者に対する適正な計量の指導 ① 正確な計量器の使用による適正な計量の実施を確保するため、計量器の定期検査を実施します。 ② 適正な計量の確保を図るため、事業所の立入検査を実施します。	消費生活センター
	(4) 消費者に対する適正な表示及び計量に関する情報の提供 ① 適正な表示及び計量に関する情報を、市報、市ホームページ、チラシ、消費生活センター機関誌により提供します。 ② 適正な包装に関する情報を、市報、市ホームページ、チラシ、消費生活センター機関紙により提供します。 ③ 適正な栄養成分表示や広告表現について情報を提供します。	消費生活センター 食の安全推進課 保健管理課
施策3 事業者に対する要請及び指導		
	(1) 事業者に対する要請及び指導 ① 法令を遵守（コンプライアンス）し、表示の適正化を図るなど危害の発生・拡大防止を行うよう要請及び指導を行います。 ② 消費者に対し適正な情報を提供するよう要請及び指導を行います。 ③ 苦情処理相談窓口の設置を要請します。	消費生活センター
	(2) 相互の理解 消費者と事業者との相互の理解及び協力が促進されるよう情報の提供、交流の促進を図ります。	消費生活センター
施策4 地震等の災害時における対応		
	(1) 生活必需品の安定供給 災害時における被災者に対する生活必需品の供給体制を整備します。	危機対策課 防災課
	(2) 生活関連物資の価格の緊急調査 災害時に生活関連物資の安定的な供給を図るため、価格の緊急調査及び監視体制を整備します。 また、他都市で災害が起きた場合であっても、同様の体制を整えます。	消費生活センター
	(3) 消費者被害の防止 災害時の混乱に乗じた消費者被害の防止を図るため、消費生活情報の提供及び相談体制を整備します。	消費生活センター

課題Ⅱ 「消費者教育の推進」（新潟市消費者教育推進計画）

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問題が生じています。

消費者と事業者間の情報量や交渉力の格差を解消するためには、「消費者の権利」を尊重するとともに、「自立した消費者の育成」を図る必要があることから、消費者基本法及び消費生活条例において、「必要な教育の機会が提供されること」などの消費者の権利や「消費者の自立の支援」を規定しています。

民法の成年年齢引下げに関して、消費者庁は「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を平成30年3月に変更し、「若年者の消費者被害の防止・救済と自立した消費者育成のための学校における消費者教育の推進」を当面の重点事項の1つとしています。

市が目指す「自立した消費者」像として、「消費生活に関し自ら進んで必要な知識を修得し、必要な情報を収集するなど自主的かつ合理的に行動できる人」、「消費生活に関し環境の保護に配慮できる人」を想定し、この実現に向けた消費者教育は、今後ますます重要度を増していってまいります。

—このため、消費者の年齢（ライフステージ）に応じた学ぶべき内容と「いつでも・どこでも・だれでも」が学習できる体系化（教育プログラム）の策定に取り組みます。

なお、これらの消費者教育を継続して実施推進するためには、弁護士や消費者団体など専門家の知恵を借りながら実効性のある教育の在り方を検討するとともに、人材の発掘や育成が必要なことからに努め、教育委員会や消費者団体と連携して、リーダーの育成に努めを図り、その活動を支援します。

施策番号	具体的施策	推進する組織
施策5	消費者教育の機会の充実	
	（１）家庭における消費者教育の充実 家庭での消費者教育を支援するため、公民館と連携した講座及び研修会を開催します。	消費生活センター
	（２）小・中・高等学校における消費者教育の充実 ①小学校において、衣食住などに関する実践的・体験的な活動を通して、日常生活に必要な基礎的な知識と技能の修得を図ります。 ②中学校の社会科や技術・家庭科及び高等学校の公民科や家庭科において、社会の変化と消費生活及び消費者の権利と責任について理解し、消費者として主体的に判断できるよう消費生活に関する基礎的な知識に関する消費者教育を実施します。	学校支援課 消費生活センター

③インターネットや携帯電話 <u>スマートフォンの</u> トラブルに関する出前講座*24)を実施します。	
(3) 大学等における消費者教育の充実 大学生等を対象にした消費者教育の普及を図るため、大学等との連携事業の実施や情報交換を行います。	消費生活センター
(4) 職場における消費者教育の充実 事業所の職員を対象に出前講座を実施します。	消費生活センター
(5) 地域における消費者教育の充実 自治会・町内会、老人クラブ、PTA、地域コミュニティ協議会、消費者団体に対する出前講座を実施します。	消費生活センター
(6) 高齢者に対する消費者教育の充実 ①自治会・町内会、老人クラブを始めとする地域団体、地域包括支援センター、居宅介護支援事業所などに消費者被害の防止に関する出前講座を実施します。 ②消費者被害の防止を図るため、ビデオ・紙芝居の視聴覚資料の充実に努めるとともに、文字の大きさなどに配慮した読みやすく理解しやすい資料を制作します。 ③情報を得にくい高齢者が、消費者被害及び防止に関する情報を容易に入手できるように、市の施設だけでなく民間の様々な施設へチラシを配布し、より多くの方々が容易に入手できるようにします。	消費生活センター 高齢者支援課
(7) 障がい者に対する消費者教育の充実 グループホームや通所施設などと連携し、障がい者及び家族に消費者被害及び防止に関する出前講座を実施します。	消費生活センター 障がい福祉課
(8) 消費生活センターにおける消費者教育の充実 消費者が自主的で健全な消費生活を営むために必要な法律知識や、生活技術の修得に関する講座を実施します。	消費生活センター
施策6 消費者教育の支援者の育成	
(1) 消費者教育の支援者の育成 ①教職員を対象に研修会等を開催し、学校における消費者教育を推進します。 ②国・県が主催する消費者教育研修に関係者を派遣します。 ③弁護士会、消費者団体やNPO団体、ボランティア等様々な主体（団体）との連携により、消費生活リーダーを育成し、地域における消費者教育を推進します。	学校支援課 消費生活センター

	④新潟県消費生活サポーターの資質の向上を支援し、地域における消費者教育を推進します。 ⑤消費者教育の支援者（教職員・リーダー）に対し、教材・ビデオ・図書の貸出のほか教育プログラムに関する情報を提供します。	
施策7 消費生活に必要な知識・技術に関する情報の提供		
	（1）消費生活に必要な知識・技術に関する情報の提供 ①市ホームページや情報技術の活用により、消費生活に必要な知識・技術に関する情報を提供します。 ②情報を得にくい高齢者に、消費者被害及び防止に関する情報が効果的に届くよう、地域コミュニティ協議会や福祉関係団体に協力を要請します。	消費生活センター
施策8 消費者教育に関する支援体制の充実		
	（1）消費者教育に関する支援体制の充実 ①消費生活に関する教育相談に対し、消費者教育の支援者を活用するなど、支援体制を充実させます。 ②多様な消費者からの要求に応えるため、消費者の年齢（ライフステージ）に応じた学ぶべき内容と「いつでも・どこでも・だれでも」が学習できる体系化（教育プログラム）の策定推進に向け、教育委員会など関係機関等と連携し、取り組みます。 ③消費者教育を支援するため、消費者教育の支援者や自ら学習するための情報を提供します。	学校支援課 消費生活センター

課題Ⅲ 「消費者被害の防止・救済」

高齢者のみならず、若者も含めた幅広い世代において消費者被害は依然として生じており、2018年6月には「消費者契約法」が一部改正(2019年6月施行)され、改正内容には、社会生活上の経験不足を不当に利用した勧誘行為に対して取消権を追加することなどを規定しています。

市は、消費者教育の支援、効果的な情報の提供により消費者被害の未然防止に努めるとともに、消費生活条例で不当な取引行為を禁止することにより、消費者契約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、迅速な救済を図る必要があることから、消費者被害の救済に向けた体制を整備します。

あわせて、消費者被害の救済のため、新潟県消費生活センターを始めとする関係機関との連携及び協力体制を強化し、情報を共有するとともに、事業者及び事業者団体の指導にあたります。

消費者被害が少額であったり、相談時間がない場合には消費者被害が潜在化してしまうことが考えられます。消費者被害が発生した場合に、当事者以外でも申立てができる「市長への申出」制度を周知し、消費者被害が消費者の共有の問題であるとの認識のもと、消費者被害の救済にあたります。

施策番号	具体的施策	推進する組織
施策9 消費者被害の防止		
	(1) 効果的な情報の提供 ①消費者被害の防止を図るため、市報、市ホームページ、速報性を求めるものは報道機関などを活用した効果的な情報提供を行います。 ②新手の不当請求・架空請求など急増する消費者被害に速やかに対応する緊急情報の提供を行い、消費者被害の拡大を防止します。	消費生活センター
	(2) 消費者契約の適正化 ①消費者契約の適正化を図るため、消費生活条例に基づき不当な取引に対する立入調査や勧告を行い、勧告に従わない場合は、事業者名を公表します。 ②危害の拡大が懸念される場合には、直ちに事業者名の公表を行います。	消費生活センター
施策10 消費者被害の救済		
	(1) 助言・あっせん・調停による消費者被害の救済 ①消費者から消費生活相談の申出があったときは、消費生活相談員による助言・あっせんを行います。	消費生活センター

	②消費生活相談員の助言・あっせんによる解決が困難で、広く消費生活に影響が生じる恐れがあるときは、苦情処理委員会の調停による解決を図ります。 ③消費者被害の救済に関する制度の周知を図るため、チラシ等を作成し、広報を行います。	
	(2) 消費者訴訟の援助 消費者被害を受けた消費者の訴訟が、消費生活条例の要件を充たすときは、その消費者の申請に基づき訴訟活動に必要な援助を行います。	消費生活センター
	(3) 市長への申出 消費生活条例に基づく市長への申出について、調査を行うなど必要に応じた適切な措置を行います。	消費生活センター
	(4) 消費者団体訴訟に対する支援 事業者の不当な勧誘行為や契約条項の差し止めを求め、適格消費者団体から申請があった場合、必要と認められる範囲内で情報を提供します。	消費生活センター
	(5) 多重債務相談への取り組み ①多重債務問題の早期解決のため、引き続き専門相談員を配置し、生活再建を支援します。 ②多重債務問題の解決のため、新潟県消費生活センターを始めとした関係者と連携するとともに、庁内連絡会議を開催し、事例紹介を行うなど関係者間における情報共有を行います。	消費生活センター
施策1-1 消費生活相談の充実		
	(1) 消費生活相談員の専門知識の向上 ①独立行政法人国民生活センターや関係機関による研修に計画的に消費生活相談員を参加させ、知識の向上を図ります。 ②弁護士との事例検討会の開催により、知識の向上を図ります。 ③情報化の進展により新たに発生する消費者被害及びその防止に関する知識の向上を図ります。	消費生活センター
	(2) 相談窓口の拡充 ①県弁護士会や県司法書士会などの関係機関と連携し、消費者被害に関する相談窓口を充実するとともに相談窓口に関する情報を広く提供します。 ②消費生活センターに来所が困難な方には、必要に応じ、身近な区役所などに出かけて訪問相談を行います。	消費生活センター

課題Ⅳ 「地域が一体となった高齢者・障がい者の消費生活に対する支援」

悪質商法や特殊詐欺などによる消費者被害が拡大し社会問題化しています。特に、判断能力に不安のある高齢者・障がい者が悪質な送り付け商法や振り込め詐欺などによる被害に遭うケースが後を絶ちません。

この防止のためには、高齢者・障がい者自身が被害者にならないための問題意識を高める一方で、家族を始め地域の人々が日ごろからその様子を気にかける必要があります。

そのため、高齢者・障がい者と接する機会が多い民生委員・児童委員、地域包括支援センター職員、介護支援専門員、障がい者相談員などに対し、消費者被害の早期発見とその対応に関する学習機会や情報の提供に努めます。

さらに、消費者被害の防止にあたっては、地域が一体となって取り組むことが有効であることから、自治会・町内会や近隣住民などの見守りに加え、消費者安全法の目的である消費生活における被害の発生又は拡大の防止による消費者の安全を確保するため、持続可能な高齢者・障がい者を見守る仕組みづくりを考えていく必要があります。

施策番号	具体的施策	推進する組織
施策12	高齢者・障がい者の被害の防止	
	(1) 高齢者に対する消費者教育の拡充 【施策5(6)の再掲】 ①自治会・町内会、老人クラブを始めとする地域団体、地域包括支援センター、居宅介護支援事業所などに消費者被害の防止に関する出前講座を実施します。 ②消費者被害の防止を図るため、ビデオ・紙芝居の視聴覚資料の充実に努めるとともに、文字の大きさなどに配慮した読みやすく理解しやすい資料を制作します。 ③情報を得にくい高齢者が、消費者被害及び防止に関する情報を容易に入手できるように、市の施設だけでなく民間の様々な施設へチラシを配布し、より多くの方々が容易に入手できるようにします。	消費生活センター 高齢者支援課
	(2) 障がい者に対する消費者教育の実施 【施策5(7)の再掲】 グループホームや通所施設などと連携し、障がい者及び家族に対する悪質商法や消費者被害及び防止に関する出前講座を実施します。	消費生活センター 障がい福祉課

施策13 高齢者・障がい者の財産の保護		
(1) 高齢者・障がい者の財産の保護	消費生活相談の中で、相談者の家族の協力を求めるとともに、成年後見制度 ^{*25)} ・日常生活自立支援事業 ^{*26)} の活用に向けて関係機関と連携し、消費者に広く周知します。	福祉総務課 (社会福祉協議会) 消費生活センター
施策14 地域が一体となった見守りの推進		
(1) 見守りネットワークの活用	①消費者被害の標的になりやすい高齢者・障がい者の見守りに向け、地域が一体となって取り組むことが有効であることから自治会・町内会や近隣住民などの見守り者に対し、情報や資料などを提供します。 ②高齢者・障がい者の日常的な見守りを行っている民生委員・児童委員、地域包括支援センター、介護支援専門員、障がい者相談員等からの相談情報の収集に努めます。 ③高齢者・障がい者の消費者被害の防止や老朽化した製品による事故防止及び注意喚起を図るため、高齢者・障がい者への情報の提供のあり方を研究します。	高齢者支援課 障がい福祉課 消費生活センター
(2) 持続可能な見守りネットワークづくりの検討	地域が一体となった取り組みとして、改正消費者安全法により、任意で組織できるよう規定されている「消費者安全確保地域協議会」 ^{*27)} の研究を通し、持続可能な見守りネットワークづくりの検討を進めます。	

課題Ⅴ 「関係機関・団体との連携の推進」

「消費者の権利」を尊重するとともに、「自立した消費者の育成」を図る消費者教育を始めとして消費者が被害に遭わない、特に高齢者・障がい者が被害者とならないためには、多くの関係者の協力が必要となります。

また、消費生活を取り巻く各種の課題を解決し、施策を推進するためには、国を始めとした関係機関並びに消費者団体、事業者団体など多様な主体（団体）との連携を深め、積極的な情報の提供と収集に努める必要があります。

特に、効果的な消費者教育の展開に向けた取り組みには、教育機関や消費者団体はもとより、家庭、学校、地域、職場が重要な役割を果たします。

また、消費者被害の標的になりやすい高齢者・障がい者の見守りに向けては、自治会・町内会を始めとする地域の多様な主体（団体）と連携していくことは、これからの重要な課題です。

施策番号	具体的施策	推進する組織
施策15 消費者団体の活動に対する支援		
	（１）消費者団体の活動に対する支援 ①消費者団体に対し、講師の派遣、教材・ビデオ・図書の貸出支援を行います。 ②消費者団体のネットワーク化に向け、必要な情報を提供します。 ③特定の事業に関するテーマを設定し、事業の協働実施や意見交換の機会を設けるなど消費者団体に対する支援を行います。	消費生活センター
施策16 関係機関・団体との連携		
	（１）関係機関との連携 ①施策の実施に当たっては、国や県、弁護士会、司法書士会はもとより関係機関並びに消費者団体、事業者団体との連携を深め、積極的な情報の提供と収集を行います。 ②大学等研究機関、NPO団体、地域コミュニティ協議会や自治会・町内会、商業者といった地域経済や地域コミュニティの担い手となる多様な主体（団体）との連携を深め、積極的な情報の提供と収集に努め、地域が一体となった取り組みを進めます。	消費生活センター 高齢者支援課 障がい福祉課 福祉総務課 学校支援課
	（２）消費者教育における連携 【施策課題Ⅱ・施策6・7・8の再掲】	

	(3) 消費者の被害の防止・救済 【施策課題Ⅲ・施策9・10・11の再掲】	
	(4) 地域が一体となった高齢者・障がい者の消費生活に対する支援 【施策課題Ⅳ・施策12・13・14の再掲】	

課題Ⅵ「環境にやさしい消費生活の推進」

現在、地球温暖化やフロンガスによるオゾン層の破壊など地球規模の問題から、毎日の生活で発生するごみの処理など身近な問題に至るまで、様々な環境問題に直面しています。

持続可能な循環型経済社会の形成を目指していくためには、環境行政を総合的かつ計画的に推進する必要があります。

また、社会的課題に配慮した消費や持続可能なライフスタイルへの理解を促進するため、人、社会、環境、地域、動物に配慮した様々な消費行動の総称としての「エシカル消費（倫理的消費）」の認知度向上も必要です。

環境保全及び創造に関する取り組みは、「新潟市環境基本計画」*28)に基づき積極的に推進していますが、消費生活推進本計画では、幅広い年代の人々が環境問題や社会的課題に配慮した消費に関心を持ち、問題の解決に資する能力が形成されるよう、積極的に情報や教育機会の提供を行うこととします。

また、消費者、事業者、行政それぞれが環境負荷の低減を目指し、省資源・省エネルギーの推進を図るとともに、リ、ごみの発生抑制（リデュース）、再使用（リユース）、再生利用（リサイクル）を推進する運動（以下、「3R運動」*29) という。）を継続的に実施するとともに、全国的に問題になっている食品ロスの削減に関係部局と連携しながら取り組みます。

施策番号	具体的施策	推進する組織
施策17	環境問題に関心を持つ人づくりの推進	
	（１）学校における環境教育の推進 小・中学校などでの環境教育を推進します。また、児童・生徒の主体的な体験活動を通じた価値観の形成のため、自然とのふれあいや環境保全活動への参加などの体験活動を積極的に推進します。	環境政策課 学校支援課
	（２）地域における環境教育の推進 ① 消費者、事業者が環境に関心をもち、環境倫理に根ざした地域づくりに参加するよう、環境学習機会の提供や人材の育成・確保を図ります。 ② 市は、市民団体や事業者、大学など各主体と連携し、地域社会の発展と人材育成を目指し、環境学習の機会を消費者へ提供するとともに、消費者が進んで環境保全活動に参加し、環境に配慮したまちづくりに取り組むことができる仕組みづくりを推進します。	環境政策課
	（３）環境情報の共有化 各主体が共通の認識を持ち協働するためには、情報技術の進展に合わせながら、ホームページやソーシャルネット	環境政策課 廃棄物政策課

	ワーキングサービス（SNS）^{*30}）などを活用し、環境情報の共有化を図ります。また、情報紙やアイシーティー（ICT）^{*31}）を活用し、3R運動やごみ処理に関する情報を提供します。	
	（４）協働による取り組み体制づくりの推進 消費者、事業者、行政が情報・目的を共有して一体となり、自発的に取り組めるような体制づくりを推進します。	環境政策課
施策１８ 省資源・省エネルギーの推進		
	（１）省資源・省エネルギーの推進 「新潟市地球温暖化対策実行計画」に基づき、市はもとより、消費者・事業者と協働して市域における省資源・省エネルギーを推進することで温室効果ガス排出量を削減します。	環境政策課
施策１９ 食品ロス及び廃棄物の減量削減・リサイクルの推進		
	（１）食品ロスの削減及びごみの減量と分別・資源化の推進 ①食品ロス削減に対する消費者及び事業者の自発的な取り組みを促します。 ②④ごみを減量する意識を高め、ごみの分別・資源化を推進します。 ③②3R運動を推進し、家庭ごみの排出抑制を図ります。 ④③家庭系ごみについては、平成２０年６月に開始した「新ごみ減量制度」のもと、さらなるごみの減量化・資源化を図り、循環型社会の構築を目指します。 ⑤④事業系ごみについては、ガイドラインの普及に努め、ごみの減量・リサイクルに向けて自発的な取り組みを促します。 ⑥⑤事業者、レジ袋削減のための方策（マイバック持参運動）を積極的に進めるよう働きかけます。	廃棄物政策課 消費生活センター
	（２）消費者・事業者・行政の協働による取り組みの推進 ①消費者、事業者、行政の意識啓発を図り、食品ロスの削減やマイバック運動や、簡易包装などのごみを出さない生活様式を促進することやするとともに、協働による体制づくりを推進します。 ②クリーンにいがた推進員制度を活用し、3R運動など主体的な地域活動を展開し、幅広い年齢層に向けた意識啓発を行います。	廃棄物政策課

	③「3R優良事業者認定制度」により、事業者による店頭回収や簡易包装など、3Rに関する取り組みを促進します。	
--	---	--

第5章 重点的な取り組みと目標値

課題を解決するため、各部に関連する消費者施策（事業）を引き続き連携して進めることとし、計画全般にわたる施策のうちから、消費者を取り巻く環境や消費者行動の変化に対応した重点的に取り組む施策を取り上げることとします。

今後、庁内関係課と施策と課題を検討する中で、改めて、目標を設定します。

1 重点的な取り組みと施策

(1) 取組1：「消費者教育の推進」（課題Ⅱ）

■重点施策：「消費者教育の機会の充実」（■施策5）

本市では、従来から「子ども消費者消費者学習」や各種市民向け講座を開催するなど各種の消費者教育に取り組んできました。消費者の年齢（ライフステージ）に応じた学びべき内容と体系化（教育プログラム）の策定を踏まえ、引き続き教育委員会をはじめとした様々な団体などと情報を共有し、連携を図りながら消費者教育の推進を図る必要があります。

特に、民法の成年年齢引下げに関して、消費者庁は「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を平成30年3月に変更し、「若年者の消費者被害の防止・救済と自立した消費者育成のための学校における消費者教育の推進」を当面の重点事項の1つとしています。

成年年齢に達する前に消費者教育を行うことが重要であり、また、各年代への消費者教育を継続して実施するためには、弁護士や消費者団体など専門家の知恵を借りながら、実効性のある教育の在り方を検討していきます。

さらに、教育委員会や消費者団体と連携して人材の発掘や育成に努め、リーダーの育成を図りその活動を支援します。

(2) 取組2：「消費者被害の防止・救済」（課題Ⅲ）

■重点施策：「効果的な情報の提供」（■施策9-（1））

依然として、高齢者が巻き込まれる消費者トラブルが後を絶ちません。被害の未然防止のためは、いかに高齢者に情報を届けていくかが、大きな課題ですので、引き続き、職員による「出前講座」により直接情報を伝えるなど、消費者被害の拡大防止に努めます。

一方で、スマートフォンの普及が急速に進み、ネットショッピングや電子マネーを用いた決済が可能になるなどインターネットやスマートフォンが生活になくてはならない状況にあります。ネット検索、通話、メール、SNS、ゲーム、チケット予約など多様な用途に利用され、消費生活で発生するトラブルも多様化・複雑化しています。

電子媒体による消費者被害の防止の啓発活動は、情報伝達の有効な手段であり、最新情報の発信方法の一つとして研究していきます。

(3) 取組3：「地域が一体となった消費生活の推進」（課題Ⅳ）

■重点施策：「地域が一体となった見守りの推進」（■施策 14）

本市では、本年度中に、先駆的な取り組みを行っている地域包括支援センターでの見守りネットワークの課題を共有しつつ、それら課題の解消に向け環境整備を行ってまいりました。

平成30年度より、協議会設置のモデル事業として、トラブルの拡大防止・未然防止に関心のある地域包括支援センター数か所と協働で、地域の見守りを担う方々と顔の見える関係を築き、見守りネットワーク構築の必要性の周知と課題を洗い出すこととしています。

先駆的な取り組みを行っている地域包括支援センターと協力し、地域の実情に合った消費者安全確保地域協議会の立ち上げを目指すとともに、持続可能な見守りネットワークづくりの検討を進めます。

あわせて、全市を対象とする消費者安全確保地域協議会の設置についても検討を進めます。

2 目標値

	取り組み	現状値	目標値
課題Ⅰ			
課題Ⅱ			
課題Ⅲ			
課題Ⅳ			
課題Ⅴ			
課題Ⅵ			

第6章 計画の推進と検証など

1 計画の推進

本計画に掲げる施策の推進に当たっては、消費生活に関係する関係機関や市内他部署との連携を密にし、機動的な対応を図ります。

2 検証と評価

本計画の推進に当たっては、毎年度施策の進捗状況を確認し、特に重点的に取り組む施策については、設定した目標の達成状況などを把握し、進捗状況についてホームページなどを通じて分かりやすく情報発信するとともに、審議会に報告します。

3 計画の見直し

当初計画の計画期間は、平成20年度から平成26年度までの7年間でした。

一次改定計画は、社会情勢の変化に柔軟に対応することとして、平成26年度に見直し作業を進め、平成27年度から平成30年度までの4年間の計画としました。

本計画は、消費者を取り巻く社会情勢の変化に柔軟に対応するため、2018年度（平成30年度）に見直し作業を進め、2019年度から2022年度（平成31年度から平成34年度）までの4年間の計画としました。次の見直しは4年後2022年度を予定しています。

一次改定計画の評価資料

5 一次改定計画（消費者教育推進計画策定を含む）の取組状況と評価

一次改定計画の推進に当たっては、課題を解決するため、各部に関連する消費者施策（事業）を引き続き連携して進めることとし、計画全般にわたる施策のうちから、消費者を取り巻く環境や消費者行動の変化に対応した重点的に取り組む施策を取り上げることとしました。

以下、一次改定計画で優先的に取り組むべき施策として取り上げた重点課題の取組状況と評価について検証を行いました。

(1) 取組1：「消費者教育の推進」（課題Ⅱ）

■重点施策：「消費者教育の機会の充実」（■施策5）

「消費者教育推進法」が平成24年12月施行され、25年6月には、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定されました。この法律の趣旨を踏まえ、教育機関を始めとした様々な団体などと情報を共有し、連携を図りながら消費者のライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進が求められています。

また、法律では、「区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画」の策定を努力義務として規定していることから、市としても積極的に対応していきます。

消費者被害防止の観点からも、消費者教育は重要なことと認識し、今後とも教育委員会と協議しながら消費者教育を推進します。

項目	現状値	目標値
消費者の年齢(ライフステージ)に応じた学ぶべき内容と体系化(教育プログラム)の策定	未策定	平成30年までにプログラム策定

課題の取組状況

平成24年12月に施行された「消費者教育の推進に関する法律（法律第61号）」では、各自治体において消費者教育推進地域協議会を組織し、「消費者教育推進計画」の策定に努めることが定められました。

本市では、平成20年度「消費生活推進計画」策定当初から重要課題の一つに「消費者学習などの支援」を掲げ、各施策に取り組み、かつ、平成27年度から平成30年度までを計画期間とする一次改定に当たっても、「消費者教育の推進」は重要な課題であると認識し、4つの施策を掲げ、各階層や地域の中で計画全般にわたって消費者教育に関する施策の展開を図るとともに、支援者育成など各種の事業を展開することとしました。

特に、高齢者・障がい者の消費生活を支援する為には、地域が一体となった取り組みが必要なこと、「いつでも・どこでも・だれでも」が学習できる消費者教育に関する計画が「消費生活推進計画（一次改定）」の中に包括されていることから、平成28年7

月に新潟市消費者教育推進地域協議会を組織するとともに、従来の「新潟市消費生活推進計画（一次改定）」を「新潟市消費生活推進計画・新潟市消費者教育推進計画」に改め、一層の推進を図ることとしました。（以上、【第1章-3消費者教育推進計画策定の経緯】の再掲）

平成29年度には市内の関係各課の担当者が集まり、消費者の年齢（ライフステージ）に応じた学ぶべき内容と体系化（教育プログラム）の策定に向けた市内関係課による研修会を開催し、平成30年度中に新潟市が実施している各種事業の体系化（教育プログラム）の策定を目指しています。

また、教育委員会と協議し、平成28年度から全市内の小中学校生を対象に、消費者教育啓発冊子の配布を始めました。

評価

本市では、従来から「子ども消費者消費者学習」や各種市民向け講座を開催するなど各種の消費者教育に取り組んできました。今後作成予定の消費者の年齢（ライフステージ）に応じた学ぶべき内容と体系化（教育プログラム）の策定を踏まえ、引き続き教育委員会をはじめとした様々な団体などと情報を共有し、連携を図りながら消費者教育の推進を図る必要があります。

(2) 取組2：「消費者被害の防止・救済」(課題Ⅲ)

■重点施策：「効果的な情報の提供」(■施策9-(1))

高齢者を狙った悪質商法などの発生が社会問題化しています。高齢者については、孤独感や不安感、判断力・交渉力の低下に付け込んだ悪質な手口による消費者トラブルが後を絶たない状況が続いています。

消費者被害の防止を図るために、市報、市ホームページ、消費生活センターが発行する情報誌、新聞折り込みやポスター・チラシなどを活用した効果的な情報の提供を図るとともに、新卒の不当請求・架空請求など急増する消費者被害に速やかに対応する緊急情報の提供、職員による「出前講座」を実施し、直接情報を伝えるなど、消費者被害の拡大防止に努めます。

項目		現状値	目標値
取組2	高齢者や障がい者が多く利用する病院や金融機関の協力を得て、消費生活に関する啓発のための情報提供の拡大	消費生活センター発行情報誌「ゆうゆう通信」の発行部数・440部 (公共施設、地域包括支援センター、居宅介護施設など)	消費生活センター発行情報誌「ゆうゆう通信」の発行部数の拡大・800部
	消費者被害の防止を図るため最新情報を発信するポータルサイト ³²⁾ の充実	市のホームページに最新情報を掲載	最新情報を発信するポータルサイトの作成

課題の取組状況

消費者被害の未然防止のため、消費生活センターが発行する情報誌「ゆうゆう通信」を年4回発行(発行部数1,200部で、うち、地域包括支援センター居宅介護施設などの高齢者の見守り関連施設へ配布。平成29年度452部)及びメール配信など各種の情報媒体を活用し、効果的な情報提供を図ったほか、職員による出前講座を実施してきました。

本市では、平成29年12月から本市のホームページが一新されたことに伴い、ホームページに最新情報を掲載するよう努めてきましたが、最新情報を発信するポータルサイトの作成までには至っていません。

【出前講座の内訳】

	平成26年度		平成27年度		平成28年度		平成29年度	
	回数	人数	回数	人数	回数	人数	回数	人数
高齢者向け	40回	892人	29回	618人	22回	506人	11回	236人
若者向け	2回	292人	2回	278人	1回	250人	4回	394人
その他	3回	66人	1回	30人	2回	75人	6回	158人
合 計	45回	1,253人	32回	926人	25回	831人	21回	788人

評価

依然として、高齢者が巻き込まれる消費者トラブルが後を絶たない状況となっています。被害の未然防止のためには、いかに高齢者に情報を届けていくかが、引き続き大きな課題と考えられますので、引き続き職員による「出前講座」を実施し、直接情報を伝えるなど、消費者被害の拡大防止に努める必要があります。

一方で、若者を中心にスマートフォンの普及が急速に進み、ネットショッピングや電子マネーを用いた決済が可能になるなど携帯電話やスマートフォンが生活になくてはならない状況にあり、ネット検索、通話、メール、SNS、ゲーム、チケット予約など多様な用途に利用され、消費生活で発生するトラブルも多様化・複雑化の一途となっていますので、電子媒体によるPR活動は、データ更新の負担を伴うものの最新の情報伝達の有効手段として引き続き検討課題と考えられます。

(3) 取組3：「地域が一体となった消費生活の推進」（課題Ⅳ）

■重点施策：「地域が一体となった見守りの推進」（■施策 14）

高齢や障がい（知的障がい、精神障がい）により日常生活の判断能力に不安がある方には、社会福祉協議会が実施している「日常生活自立支援事業」や「成年後見制度」、新潟市が社会福祉協議会委託している「成年後見支援センター」などの各種事業や制度が広がりを見せています。

また、本市では、地域包括支援センターを中心として、高齢者に対する地域が一体となった取組が一部で行われていることから、これらの活動と連携するとともに、高齢者や障がい者本人を対象とした啓発活動に加え、高齢者・障がい者の日常的な見守りをを行っている民生委員・児童委員、地域包括支援センター、介護支援専門員、障がい者相談員等への情報提供を積極的に行なうとともに、地域が一体となった取り組みとして、改正消費者安全法により任意で組織できるよう規定されている「消費者安全確保地域協議会」の研究を通し、持続可能な見守りネットワークづくりの検討を進めます。

項目		現状値	目標値
取組3	地域が一体となった取り組みとして、持続可能な見守りネットワークづくりの検討	地域で見守る人たちへの情報提供	「消費者安全確保地域協議会」のあり方について方向性の明確化

課題の取組状況

地域の関係機関の連携により高齢より高齢者等の消費者被害を防止するための見守りネットワーク（消費者安全地域確保協議会。以下「地域協議会」という。）を設置することができること等を内容とした消費者安全法（平成21年法律第50号）の改正法が平成28年4月1日施行され、国は都道府県ごとに地域協議会を人口5万人以上の全市町村に設置することを政策目標に掲げ、交付金等の活用を通じ全国的な整備に向け取り組んでいます。

平成29年度、新潟県は新潟県総合計画「新潟未来創造プラン」の中で、県内における高齢者の見守り体制（見守りネットワーク）の構築を推進することとし、8年後の平成36年度には県内30市町村全部に消費者安全確保地域協議会の設置を最終目標として設定しています。

本市では、出前講座などを通じて、高齢者・障がい者の日常的な見守りを行っている民生委員・児童委員、地域包括支援センター、介護支援専門員、障がい者相談員等への情報提供を積極的に行なうとともに、地域が一体となった取り組みとして、持続可能な見守りネットワークづくりの検討を進めてきました。

評価

本市では、本年度中に、先駆的な取り組みを行っている地域包括支援センターでの見守りネットワークの課題を共有しつつ、それら課題の解消に向け環境整備を行ってきました。平成30年度より、協議会設置のモデル事業として、トラブルの拡大防止・未然防止に関心のある地域包括支援センター数か所と協働して、地域の見守りを担う方々と顔の見える関係を築き、見守りネットワーク構築の必要性の周知と課題を洗い

出すことにしており、地域包括支援センター2か所と、合同での啓発活動実施や地域の見守りの担い手が集まる会議への参加を始めました。

今後は、引き続き先駆的な取り組みを行っている地域包括支援センターと協力し、地域の実情に合った消費者安全確保地域協議会の立ち上げを目指すとともに、全市を対象とする消費者安全確保地域協議会の設置についても検討する必要があります。