

第2次
相模原市消費生活基本計画（案）
概要版

相模原市

計画策定に当たって

1 計画の趣旨

相模原市消費生活基本計画は、相模原市消費生活条例（平成21年相模原市条例第65号。以下「消費生活条例」という。）第2条に定める基本理念に基づき、市民の消費者としての権利の確立と自立を支援するとともに、市民が安全で安心できる消費生活を確保できるよう、本市が取り組むべき施策を総合的かつ計画的に推進することを目的として、平成24年3月に策定しました。

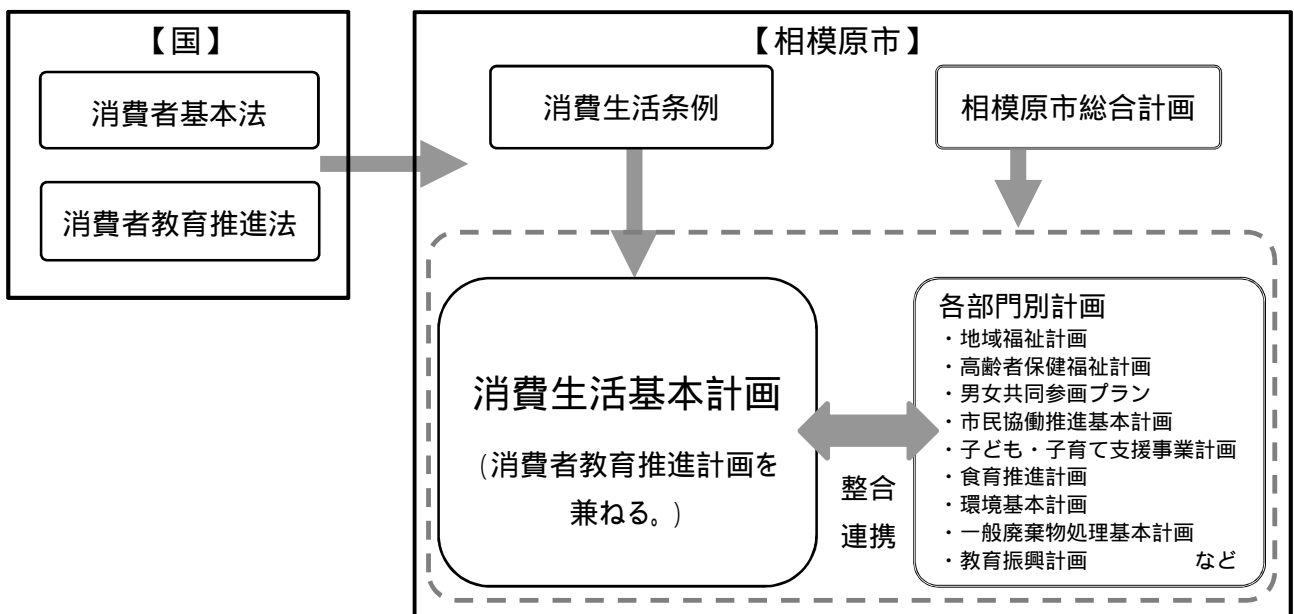
令和元年度に現計画の計画期間が終了し、消費者を取り巻く環境の変化に即した消費者行政の推進がより一層必要なことから、令和2年度からを計画期間とする第2次相模原市消費生活基本計画（以下「本計画」という。）を策定するものです。

<消費生活条例第2条>（基本理念）

「すべての市民が安全で安心できる消費生活を確保するため、消費者の利益の擁護及び増進に関する市の総合的施策は、消費者の自立を支援するとともに、次に掲げる消費者の権利を尊重して行わなければならない。」

2 計画の位置付け

本計画は、消費生活条例第9条に基づく計画です。また、相模原市総合計画の部門別計画に位置付けられており、消費者の保護と自立の支援に向けた具体的な取組を明らかにするものです。あわせて消費者基本法（昭和43年法律第78号）に定める地方公共団体の責務を果たすものであり、消費者教育推進法（平成24年法律第61号）第10条に基づく消費者教育推進計画として定めるものです。



3 計画期間

本計画の期間は令和2年度から令和9年度までの8年間とします。ただし、各施策の具体的な取組については、4年後を目処に検証し、必要に応じて見直しを行います。

4 持続可能な開発目標（SDGs）との関連

持続可能な開発目標（SDGs）は、平成27（2015）年9月の国連サミットで採択された2030年までの国際目標です。持続可能で多様性と包摂性のある社会を実現するための17のゴールで構成されています。

本計画においては、SDGsの理念やゴール「12 つくる責任 つかう責任」を筆頭に、「4 質の高い教育をみんなに」、「11 住み続けられるまちづくりを」、「17 パートナシップで目標を達成しよう」などを踏まえて策定しており、本計画を推進することで、持続可能な生産と消費の形態を確保し、誰もが安全・安心で豊かに暮らすことができる「誰一人取り残さない社会」の実現を目指します。

消費生活をめぐる現状

1 消費者を取り巻く環境の変化

近年の急速な情報化の進展による流通形態の変化や決済手段の多様化は、新たな商品やサービスを生み出し、消費者の消費行動に変化を与えているほか、それに伴う契約トラブルの増加、悪質商法の複雑化・多様化など、これまでに想定されていなかった消費者問題を生み出しています。

消費者向け電子商取引の増加

消費者向け電子商取引の市場規模は年々増加しているとともに、全ての商取引金額に対する電子商取引の割合を示す EC 化率も増加しています。今後もインターネットを用いた商品・サービスの購入は増加していくことが予想されます。

電子マネー等の決済手段の多様化

電子マネーの決済金額と決済件数は増加しており、現金以外の手段で、商品・サービスを購入する機会が増加しています。今後も同様の取引は増加していくことが予想されます。

悪質商法の複雑化・多様化

消費者を取り巻く環境の変化に伴い、消費生活センターに寄せられる相談も複雑化・多様化するとともに、巧妙化しています。近年は SNS 上の広告をきっかけとした商品購入に関するトラブル等、SNS が何らかのきっかけとなり消費者トラブルに巻き込まれるケースも増加しています。

2 計画策定に当たっての考え方

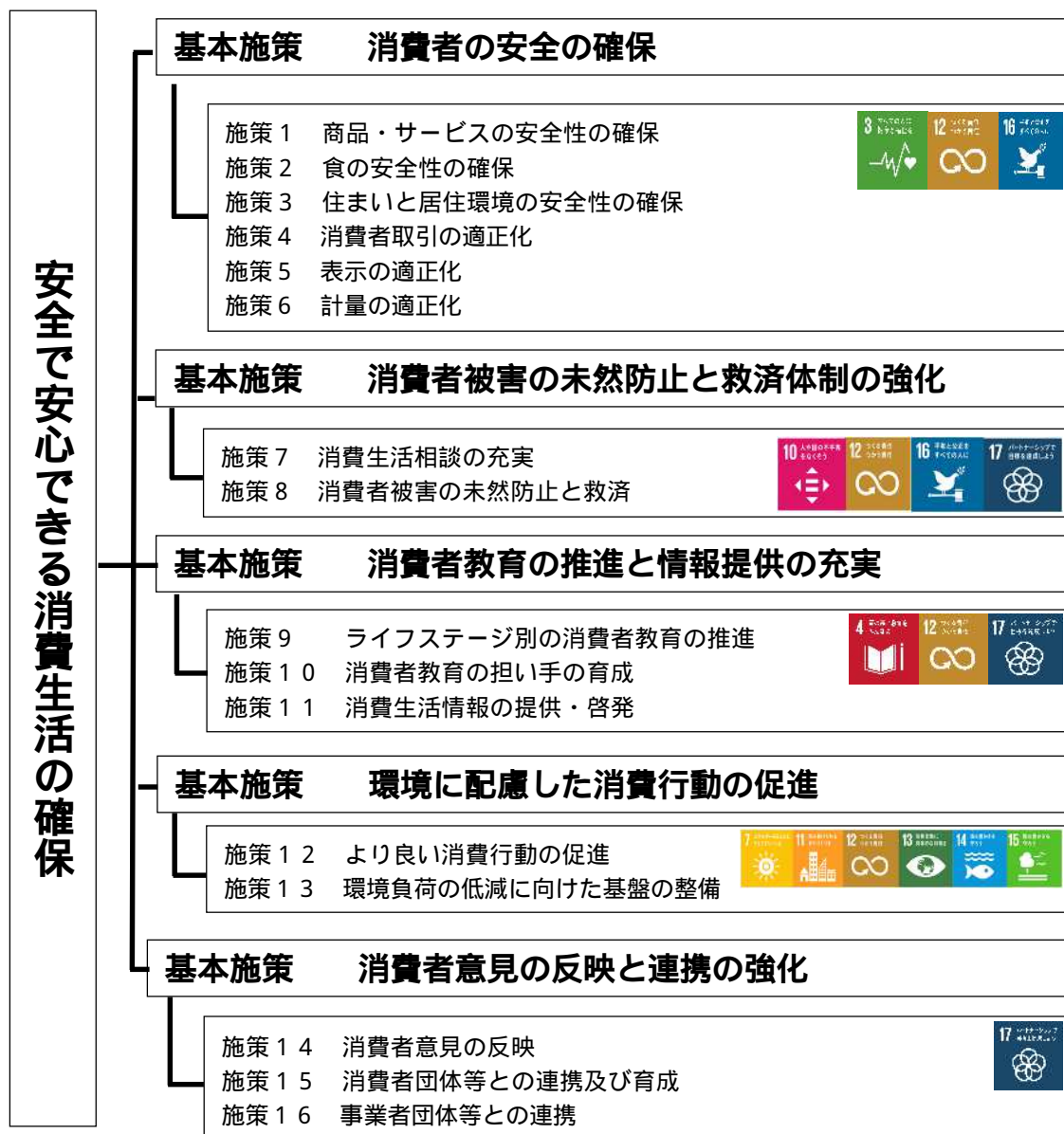
超高齢化に伴うひとり暮らし高齢者や高齢者のみの世帯の増加、成年年齢の引き下げに伴う若年者の消費者被害の増加等が懸念されることから、ライフステージに合わせた消費者教育の充実を図りつつ、高齢者・障害者等の見守り体制の強化や、教育現場における教員、生徒に対する消費者教育の取組を強化することが求められています。

また、消費者が自ら判断し消費者被害を未然に防ぐための知識と判断力を身につけ、さらには持続可能な社会を形成するための消費行動を選択できるよう施策を展開していく必要があります。

悪質商法をはじめとする消費者問題は社会情勢の変化に応じて生じるため、消費者行政における施策は最新かつ柔軟な対応が求められます。その一方で、自立した消費者の育成や消費者被害の防止体制の整備など、着実に取り組むべき施策もあることから、本計画では次に掲げる 5 つの基本施策と 16 の施策を設定し、取組を推進していきます。

本計画について

1 計画の体系



消費者の 8 つの権利

- 1 商品又はサービスによって消費者の生命、身体又は財産が侵されない権利
- 2 適正な表示等により消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利
- 3 不適正な取引行為により消費者が被害を受けない権利
- 4 消費者被害から適切かつ速やかに救済される権利
- 5 消費者に必要な情報が速やかに提供される権利
- 6 自立した消費者となるために消費者教育を受ける権利
- 7 多重債務問題から救済される権利
- 8 消費者の意見が市の施策に反映される権利

必要な視点

- 1 高齢社会等への対応
- 2 自立した消費者の育成
- 3 多様な主体との連携による取組の強化

2 基本施策

基本施策 「消費者の安全の確保」

消費者の安全・安心と自主的かつ合理的な選択の機会を確保するために、身近な生活用品、食品等に対する調査を実施し、原材料、含有成分、使用上の注意、内容量等の表示及び計量の適正化に向けた指導及び啓発を行います。

- 施策1 商品・サービスの安全性の確保
- 施策2 食の安全性の確保
- 施策3 住まいと居住環境の安全性の確保
- 施策4 消費者取引の適正化
- 施策5 表示の適正化
- 施策6 計量の適正化

<主な取組>

- 危害情報・危険情報の収集及び提供の推進
- 食品衛生関係施設の監視指導の徹底
- 建築物の耐震化の促進
- 不適正な取引事業者に対する指導
- 産地等にかかる適正表示の確保【新規】

食品表示法（平成25年法律第70号）に基づく原産地、原材料等の適正表示に係る事業者相談、不適正な表示の指導による食品表示の適正化の推進

- 適正な計量管理の推進

基本施策 「消費者被害の未然防止と救済体制の強化」

消費生活相談窓口の周知や相談機能の充実、消費生活相談員の対応能力向上に係る取組を行い、より迅速かつ的確な相談体制を確立するとともに、関係機関との情報交換や迅速な情報提供による被害の未然防止と救済体制の強化を図ります。

特に、判断能力が十分でないことにより、消費者被害に巻き込まれやすい高齢者や障害者等に対しては、高齢者支援センターや民生委員・児童委員、自治会、事業者団体など関係団体と連携・協働した見守りを実施し、被害の未然防止と救済体制の強化を図ります。

- 施策7 消費生活相談の充実
- 施策8 消費者被害の未然防止と救済

<主な取組>

- 消費生活相談の推進
- 消費生活相談員の人材育成
- 高齢者・障害者等に対する見守りの推進

地域における多様な主体との連携による消費者被害の未然防止及び早期発見と救済【重点】

地域に密着した事業者団体等との連携【新規】

基本施策 「消費者教育の推進と情報提供の充実」

自分自身の消費行動が社会に及ぼす影響や、主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解し、自主的かつ合理的な判断や選択ができる自立した消費者を育成するため、ライフステージに応じた事業の実施及び学校や地域主催事業などへの講師派遣等により消費者教育を推進するとともに、消費者教育または消費者をサポートする役割を担う人材を育成することで、学校や家庭、地域などさまざまな場面において消費者教育や啓発を行う機会の拡充を図ります。特に、民法改正により成年年齢が18歳に引き下げられ、社会経験が少ない等、判断能力が十分でなくても契約の機会が増加することから、消費者被害の未然防止について学校と連携した事前の対策を進めます。

また、消費生活情報や消費者問題について、広報紙、ホームページ等の多様な媒体を活用することにより、情報を迅速かつ適切に発信、啓発を行います。

施策9 ライフステージ別の消費者教育の推進

施策10 消費者教育の担い手の育成

施策11 消費生活情報の提供・啓発

<主な取組>

○小中学生に対する消費者教育の推進【重点】

○持続可能な社会形成に関する周知・啓発【新規】

○学校における消費者教育の担い手育成【新規】【重点】

国民生活センター等による教職員を対象とした消費者教育研修プログラム等の活用

○多様な担い手をつなぐコーディネート機能の強化【新規】

消費者教育コーディネーター等によるライフステージに応じた消費者教育のコーディネート機能を強化

基本施策 「環境に配慮した消費行動の促進」

グローバル経済社会の現在において、消費者が自らの選択が世界へ及ぼす影響を自覚し、より良い消費行動をとおして持続可能な社会の形成に参画することの理解と関心を深めるため、資源の循環や環境の保全をはじめ、社会への主体的な行動に向けた周知や啓発、関係機関等との協働等による事業を推進します。

施策12 より良い消費行動の促進

施策13 環境負荷の低減に向けた基盤の整備

<主な取組>

○エコライフの促進

○食品ロス削減に係る普及啓発

○過剰包装、レジ袋等の削減の促進

○ごみの資源化の拡大【新規】

新たなリサイクルシステムの構築に向けた取組、使用済小型家電に含まれる有用金属のリサイクルについてさらに拡大

基本施策 「消費者意見の反映と連携の強化」

市民に対する意識調査等の結果を分析することにより、消費生活に関する市民意見の把握に努め、消費者施策への適切な反映を図ります。

また、消費者団体や事業者団体等の様々な団体との情報交換や連携、協働により、それぞれの強みを活かした消費者施策の推進に努めます。

施策 1 4 消費者意見の反映

施策 1 5 消費者団体等との連携及び育成

施策 1 6 事業者団体等との連携

< 主な取組 >

○消費生活相談の分析と施策の反映

○消費者団体との連携及び支援

○事業者団体等との連携による事業の推進【新規】

事業者団体等が行う消費者市民社会の形成に係る先進的な取組事例等の紹介

○広域連携による消費者教育の推進

3 重点的に取り組む施策

○高齢者・障害者等の見守りの強化

今後も高齢化の進行等が想定される中、消費者被害に遭いやすい高齢者等に対し、関係者・団体等による見守りが重要なことから、見守り体制の構築、一層の強化を図ります。

○若年者の消費者教育の強化

インターネットの普及、I o Tの進展、グローバル経済社会の進展等に伴い、消費行動の変化が著しくなっています。また、令和4年度から成年年齢が18歳に引き下げられます。

そのため、若年者から、消費者の行動が社会に影響を及ぼすことを理解し、自主的かつ合理的な選択ができる自立した消費者を育成するため、学校等の教育機関等との連携による若年者への消費者教育の強化を図ります。

計画の推進のために

1 推進体制

○進行管理に当たっては、毎年度、各施策の状況について進捗状況を確認し、市の庁内組織「消費生活推進会議」において、評価・検証を行います。

○消費者、事業者及び学識経験者等で構成する「相模原市消費生活審議会」に報告します。

2 数値目標

「消費者の利益の擁護及び増進と消費者の自立支援」を目標に、本計画の達成度を図る指標として、「消費生活に関する市民意識調査」の結果を基に、次の5つの項目について数値目標を設定します。

市内の消費生活センターの認知度

平成29年度調査での数値	令和9年度までの目標値
65.8%	70%

消費者トラブルにあった際、「相談できる場所」の有無

平成29年度調査での数値	令和9年度までの目標値
43.7%	50%

クーリング・オフ制度の認知度

平成29年度調査での数値	令和9年度までの目標値
60.6%	65%

消費者教育や学習の機会提供の有無

平成29年度調査での数値	令和9年度までの目標値
3.1%	10%

消費生活に対する満足度

平成29年度調査での数値	令和9年度までの目標値
42.7%	50%