

第2次名古屋市消費者行政推進プラン（案）

概要版

第2次名古屋市消費者行政推進プラン（案）

《目 次》

第1章 プランの基本的な考え方	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ p 1
第2章 消費生活をめぐる現状と課題	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ p 2
第3章 消費者施策の展開	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ p 4
第4章 目標別の具体的施策	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ p 6
目標Ⅰ「消費者被害の防止及び救済」	
目標Ⅱ「主体性のある消費者の育成 ～消費者市民社会の実現～」	
目標Ⅲ「消費生活の安全・安心の確保」	
第5章 プランの進行管理	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ p 7

第1章 プランの基本的な考え方

1 位置付け

名古屋市民の消費生活の安定及び向上を確保するために、名古屋市消費生活条例の規定に基づき、今後取り組むべき課題や施策の方向性を明らかにし、消費者施策を総合的に推進していくための計画として、第2次名古屋市消費者行政推進プランを策定します。

また、この第2次プランの一部は、消費者教育の推進に関する法律の規定に基づく「市町村消費者教育推進計画」として位置付けます。

2 第2次プランの目指す姿

- 消費者を取り巻く環境が大きく変化し、それに伴う消費者被害の内容も変化中、特に高齢者等が消費者被害に遭うケースが後を絶たないことから、高齢者等を守る取り組みを行います。
- 消費者教育において、これまでの被害に遭わない自立した消費者にとどまらず、消費者市民社会を構成する一員として、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画できる消費者市民の育成を行います。
- 市民が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができるようにするためには、市、消費者及び事業者の三者間における相互の信頼を基礎に、新たな課題の解決に向けた消費者施策を推進する必要があります。



- 第2次プランの策定にあたり、名古屋市は三者の協働のもと、高齢者等を消費者被害から守るとともに、消費者市民社会の形成に向けて消費者教育を推進し、市民の消費生活の安定及び向上が確保されることを目指します。

3 計画期間

平成29年度から平成33年度までの5年間とします。ただし、社会経済情勢の変化やプランの進捗状況に応じて必要な見直しを行うものとします。

第 2 章 消費生活をめぐる現状と課題

(1) 消費生活相談の機能の強化

【現状】

- ・消費生活センターへの相談件数は、平成 25 年度以降 15,000 件台で高止まり
- ・インターネットや情報通信機器に関連した相談の増加、相談の多様化・複雑化
- ・高齢者を狙った「劇場型勧誘」など詐欺的な手口については、消費者と事業者の話し合いによる解決を支援する消費生活相談では、被害の救済が困難

【課題】

- ・多様化・複雑化する消費生活相談に的確に対応するための、消費生活相談員の知識の蓄積や技術の向上
- ・消費生活センターの認知度向上及び警察や専門機関（弁護士会、司法書士会等）などとの連携強化

(2) 高齢者等を消費者被害から守る地域体制の構築

【現状】

- ・契約当事者が 65 歳以上の高齢者の相談は、平成 25 年度以降 3,000 件台で推移
高齢者の消費生活相談件数は全体の 2 割超
- ・改正消費者安全法の規定により、国及び地方公共団体の機関は、病院、教育機関、消費生活協力団体又は消費生活協力員その他の関係者により消費者安全確保地域協議会を組織することが可能

【課題】

- ・消費、福祉、防犯等の行政機関や地域の関係者が連携して高齢者や障害者等を見守るための仕組みづくりの取組み
- ・高齢者や見守る人への消費者教育や啓発の効果的な展開、強化

(3) 消費者市民の育成のための体系的な消費者教育の推進

【現状】

- ・各ライフステージ及び知的障害者・精神障害者への体系的な消費者教育の推進及び消費者市民社会の普及啓発の実施
- ・消費者教育推進法の規定による消費者教育推進計画の策定の努力義務

【課題】

- ・消費者教育推進法の基本理念のもと、ライフステージに応じた消費者教育や啓発を一層効果的に推進するための計画づくり
- ・関係機関と連携し、消費者市民を育成するためのより効果的な消費者教育・啓発の推進

(4) 消費生活の安全・安心の確保

【現状】

- ・消費生活センターへの介護ベッドや美容医療など消費者の生命・身体の安全に係わる相談
- ・食の安全に関し、「名古屋市食の安全・安心の確保のための行動計画」を策定し、食に対する信頼を高め、食の安全・安心を確保するための施策を推進

【課題】

- ・消費者が安全・安心な消費生活を営むことができるよう、消費者に対する必要な情報を迅速に提供
- ・庁内の関係部局や関係機関との連携・協力し、消費者に対し食の安全に関する啓発や情報提供などを実施

第3章 消費者施策の展開

▽ プランの体系

目指す姿「市民の消費生活の安定及び向上の確保」

目 標

目標Ⅰ

消費者被害の防止
及び救済

目標Ⅱ

主体性のある消費者
の育成
～消費者市民社会の
実現～

(名古屋市消費者教育推進計画)

目標Ⅲ

消費生活の安全・
安心の確保

施策の柱

施策の柱 1

消費者被害の防止

施策の柱 2

多様化・複雑化する消
費生活相談への対応力
の向上

施策の柱 3

不適正な取引行為に対
する事業者指導の実施
及び他機関との連携

施策の柱 4

高齢者等を消費者被害
から守る仕組みの構築

施策の柱 5

ライフステージ別の消
費者教育・啓発の推進

施策の柱 6

消費者教育の担い手に
対する支援・育成

施策の柱 7

多様な主体との連携・
協働

施策の柱 8

消費者意見の反映

施策の柱 9

商品・サービスの安全
性の確保

施策の柱 10

災害時における生活関
連物資の安定供給

施策の柱 11

適正な計量の推進

施策の柱に基づく具体的施策の推進

▽ プラン実行の指標と目標値の設定

区分	指標	実績値	目標値
		(27年度)	(33年度)
目標Ⅰ 消費者被害の 防止及び救済	①消費生活に関するトラブルを消費生活センターに相談しようと思う人の割合	52.1%	61%
	②消費生活センターによる事業者指導及び事業者団体との情報交換件数	203件	250件
	③高齢者等を地域で見守る人に対する研修の実施数、参加者数	—	16回 1,000人 (毎年度)
目標Ⅱ 主体性のある 消費者の育成 ～消費者市民 社会の実現～	④消費生活センターが実施する講座等の実施数、参加者数	177回 6,335人	240回 10,000人
	⑤消費者教育コーディネーターが授業等を支援した小中学校数	—	累計 90校
	⑥市民参加型イベントに参加する消費者団体・事業者団体・大学等の団体数	46団体	51団体
目標Ⅲ 消費生活の安 全・安心の確 保	⑦災害時における応急生活物資供給協定の締結事業者数	24事業者	30事業者
	⑧中元期・年末期における商品量目検査数	1,825件	2,000件 (毎年度)

第4章 目標別の具体的施策

目標Ⅰ「消費者被害の防止及び救済」

施策の柱1 消費者被害の防止

- 被害防止に多様で効果的な情報提供
- 他機関・団体との連携

施策の柱2 多様化・複雑化する消費生活相談への対応力の向上

- より多くの市民が相談できる体制づくり
- 消費生活相談員の知識能力の向上
- 相談窓口の充実
- 消費生活センターの認知の向上

施策の柱3 不適正な取引行為に対する事業者指導の実施及び他機関との連携

- 効果的な事業者指導の実施
- 事業者団体との情報交換
- 取締り・指導監督機関との連携

施策の柱4 高齢者等を消費者被害から守る仕組みの構築

- 高齢者等の見守りネットワークの構築の推進 **重点**
- 高齢者等に対する消費者教育・啓発の推進

目標Ⅱ「主体性のある消費者の育成 ～消費者市民社会の実現～」

施策の柱5 ライフステージ別の消費者教育・啓発の推進

- 幼児期から高校生期に対する消費者教育・啓発の推進
- 成人一般に対する消費者教育・啓発の推進
- 高齢者に対する消費者教育・啓発の推進

施策の柱6 消費者教育の担い手に対する支援・育成

- 学校教育の現場に対する支援 **重点**
- 地域における人材の育成・連携・支援

施策の柱7 多様な主体との連携・協働

- 多様な主体との連携
- 消費者市民社会への参画支援
- 本市の関係施策との連携

施策の柱8 消費者意見の反映

- 消費者意見の反映
- 消費者と事業者の連携の促進

目標Ⅲ「消費生活の安全・安心の確保」

施策の柱9 商品・サービスの安全性の確保

- 消費者事故情報の収集・報告、調査権限の受任
- 製品表示等の適正化
- 商品テスト結果の発信
- リコール情報等の周知
- 食の安全・安心の確保

施策の柱10 災害時における生活関連物資の安定供給

- 物資供給協定の締結事業者の拡充
- 物資供給協定の締結事業者会議の開催
- 中央卸売市場の連携協力

施策の柱11 適正な計量の推進

- 事業者に対する適正な計量の検査・指導の推進
- 計量に関する知識の普及

第5章 プランの進行管理

○進行管理の方法

毎年度、名古屋市消費生活審議会にその進捗状況を報告し、消費生活審議会は、その状況について確認、検証を行います。

○プランの見直し

消費生活審議会からの意見や市民からの意見等を参考に、施策の充実、改善や新たな施策の検討を行います。

また、国や県の消費者施策に係る動向や消費者を取り巻く状況を踏まえ、必要に応じプランの見直しを行うものとします。