

# 第2次名古屋市消費者行政推進プラン（案）



# 目 次

<b>第 1 章 プランの基本的な考え方</b> . . . . .	1
1 位置付け . . . . .	1
2 第 2 次プランの目指す姿 . . . . .	1
3 計画期間 . . . . .	2
<b>第 2 章 消費生活をめぐる現状と課題</b> . . . . .	3
1 国等の消費者行政の動き . . . . .	3
2 名古屋市の消費者行政の現況 . . . . .	4
3 第 2 次プランで取り組むべき課題 . . . . .	12
<b>第 3 章 消費者施策の展開</b> . . . . .	14
1 プランの目標 . . . . .	14
2 プランの体系 . . . . .	15
3 プラン実行の指標と目標値の設定 . . . . .	16
<b>第 4 章 目標別の具体的施策</b> . . . . .	17
目標 I 「消費者被害の防止及び救済」 . . . . .	17
施策の柱 1 消費者被害の防止 . . . . .	17
1 被害防止に多様で効果的な情報提供 . . . . .	17
2 他機関・団体との連携 . . . . .	17
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 . . . . .	19
1 より多くの市民が相談できる体制づくり . . . . .	19
2 消費生活相談員の知識能力の向上 . . . . .	19
3 相談窓口の充実 . . . . .	20
4 消費生活センターの認知の向上 . . . . .	21
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 . . . . .	21
1 効果的な事業者指導の実施 . . . . .	21
2 事業者団体との情報交換 . . . . .	21
3 取締り・指導監督機関との連携 . . . . .	21
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 . . . . .	22
1 高齢者等の見守りネットワークの構築の推進 <b>重点</b> . . . . .	22
2 高齢者等に対する消費者教育・啓発の推進 . . . . .	23
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～」 . . . . .	24
施策の柱 5 ライフステージ別の消費者教育・啓発の推進 . . . . .	24
1 幼児期から高校生期に対する消費者教育・啓発の推進 . . . . .	24

2 成人一般に対する消費者教育・啓発の推進	24
3 高齢者に対する消費者教育・啓発の推進（再掲）	25
施策の柱6 消費者教育の担い手に対する支援・育成	26
1 学校教育の現場に対する支援 <span style="border: 1px solid black; padding: 0 2px;">重点</span>	26
2 地域における人材の育成・連携・支援	27
施策の柱7 多様な主体との連携・協働	28
1 多様な主体との連携	28
2 消費者市民社会への参画支援	28
3 本市の関係施策との連携	28
施策の柱8 消費者意見の反映	29
1 消費者意見の反映	29
2 消費者と事業者の連携の促進	29
<b>目標Ⅲ「消費生活の安全・安心の確保」</b>	<b>30</b>
施策の柱9 商品・サービスの安全性の確保	30
1 消費者事故情報の収集・報告、調査権限の受任	30
2 製品表示等の適正化	30
3 商品テスト結果の発信	30
4 リコール情報等の周知	30
5 食の安全・安心の確保	30
施策の柱10 災害時における生活関連物資の安定供給	31
1 物資供給協定の締結事業者の拡充	31
2 物資供給協定の締結事業者会議の開催	31
3 中央卸売市場の連携協力	31
施策の柱11 適正な計量の推進	31
1 事業者に対する適正な計量の検査・指導の推進	31
2 計量に関する知識の普及	32
<b>第5章 プランの進行管理</b>	<b>33</b>
1 進行管理の方法	33
2 プランの見直し	33
<b>参考資料</b>	<b>34</b>
◎第1次プランの体系	34
◎第1次プランの指標及び目標値	35

## 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（以下「条例」という。）第29条<sup>※1</sup>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（以下「第2次プラン」という。）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（以下「消費者教育推進法」という。）第10条<sup>※2</sup>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。

#### ※1 名古屋市消費生活条例

（消費者行政計画）

第29条 市長は、市民の消費生活の安定及び向上を確保するための施策について、総合的な計画を策定するものとする。

2 市長は、前項に規定する計画の策定に当たっては、必要に応じて名古屋市消費生活審議会の意見を聞くものとする。

#### ※2 消費者教育の推進に関する法律

（都道府県消費者教育推進計画等）

第10条第2項 市町村は、基本方針（都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画）を踏まえ、その市町村の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（以下「市町村消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

### 2 第2次プランの目指す姿

消費生活のグローバル化や高度情報化社会の進展、高齢化・単身世帯の増加など、消費者を取り巻く環境は大きく変化しており、それに伴う消費者被害の内容も変化しています。特に高齢者等が消費者被害に遭うケースが後を絶たず、高齢者等を守る取り組みが課題となっています。

また、消費者教育においては、これまでの消費者被害・事故に遭わない消費者の育成にとどまらず、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という観点が求められています。

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、消費者及び事業者等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。

#### **消費者市民社会**

私たち一人ひとりの消費行動は、安全・安心で、公正かつ持続可能な社会の形成に大きく影響します。例えば、フェアトレード商品を選ぶことは、公正な取引により開発途上国の児童労働問題の改善に寄与することにつながります。

「消費者市民」とは、私たち一人ひとりが消費生活に関する知識を習得し、消費者被害に遭わない、不公正な事業者とは取引ししないことにより、被害を防ぐ社会づくりに参画し、また、自分のことだけでなく地域の人々のことやこれから生まれてくる子どもたちのこと、さらには地球規模で社会や環境のことを考え、消費行動を通してより良い社会を作るために進んで参画する消費者のことです。

消費者市民が主役になって社会問題や環境問題等の改善のために積極的に行動する社会のことを「消費者市民社会」といいます。

## 第2章 消費生活をめぐる現状と課題

### 1 国等の消費者行政の動き

#### (1) 国の消費者行政の動き

消費者を取り巻く環境が変化する中、国においては平成21年9月に消費者庁及び消費者委員会が創設されて以降、消費者基本法に基づく消費者基本計画の策定や各種の消費者関連法の制定・改正など、消費者行政における必要不可欠な基盤づくりに取り組んでいます。

平成24年12月施行の消費者教育推進法では、多様な主体が連携し、消費者の自立を支援し、かつ消費者市民社会の形成に寄与する消費者を育むことを目指した消費者教育を推進するとともに、地方公共団体には消費者教育推進計画の策定や消費者教育推進地域協議会の設置などが求められました。

平成27年3月には消費者施策を計画的・一元的に推進するため、平成27年度から平成31年度までの5年間を対象とする新たな消費者基本計画が策定されました。多様化・複雑化する新たな課題等に対して適切に対応できるように、同計画では「消費者の安全の確保」をはじめ6事項が取り組むべき施策として示されています。

平成28年4月には改正消費者安全法が施行され、全国どこに住んでいても質の高い消費者相談を受けることができる体制づくりや、高齢者をはじめ消費生活上特に配慮を要する消費者を見守るため、消費者安全確保地域協議会を組織できることなどが規定されました。

また、平成28年10月には消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律（以下「消費者裁判手続特例法」という。）が施行されました。

#### (2) 愛知県の消費者行政の動き

愛知県は、消費者を取り巻く状況変化や国の動きに対応するため、愛知県の消費者行政の総合計画としては初めてとなる愛知県消費者行政推進計画（平成22年度から平成26年度の5年間、平成24年度に一部改正あり。）を平成22年3月に策定しました。

平成27年3月には、第二次計画として「あいち消費者安心プラン2019—第二次愛知県消費者行政推進計画—」（平成27年度から平成31年度の5年間）を策定し、「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」を目指して、次に掲げる3つの目標、16の取組みのもとに110の具体的施策が示されました。

なお、愛知県はこの計画の一部を消費者教育推進法に基づく消費者教育推進計画と位置付けています。

## 「あいち消費者安心プラン 2019－第二次愛知県消費者行政推進計画－」の3つの目標

- |     |   |
|-----|---|
| 目標1 | 消費者被害の救済・未然防止の強化<br>～消費者問題解決力の高い地域づくりを目指して～                 |
| 目標2 | 主体性のある消費者の育成<br>～消費者力の向上と消費者市民社会の形成を目指して～<br>(愛知県消費者教育推進計画) |
| 目標3 | 消費生活の安全・安心の確保<br>～安心して商品・サービスを選択できる暮らしの実現を目指して～             |

## 2 名古屋市の消費者行政の現況

### (1) 名古屋市消費者行政推進プランの概況

名古屋市においても、条例第29条に基づき、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため、平成24年度から平成28年度の5年間を計画期間とする名古屋市消費者行政推進プラン（以下「第1次プラン」という。）を策定し、次に掲げる事業などに取り組みました。



## 【第 1 次プランの期間中に実施した主な取り組み】

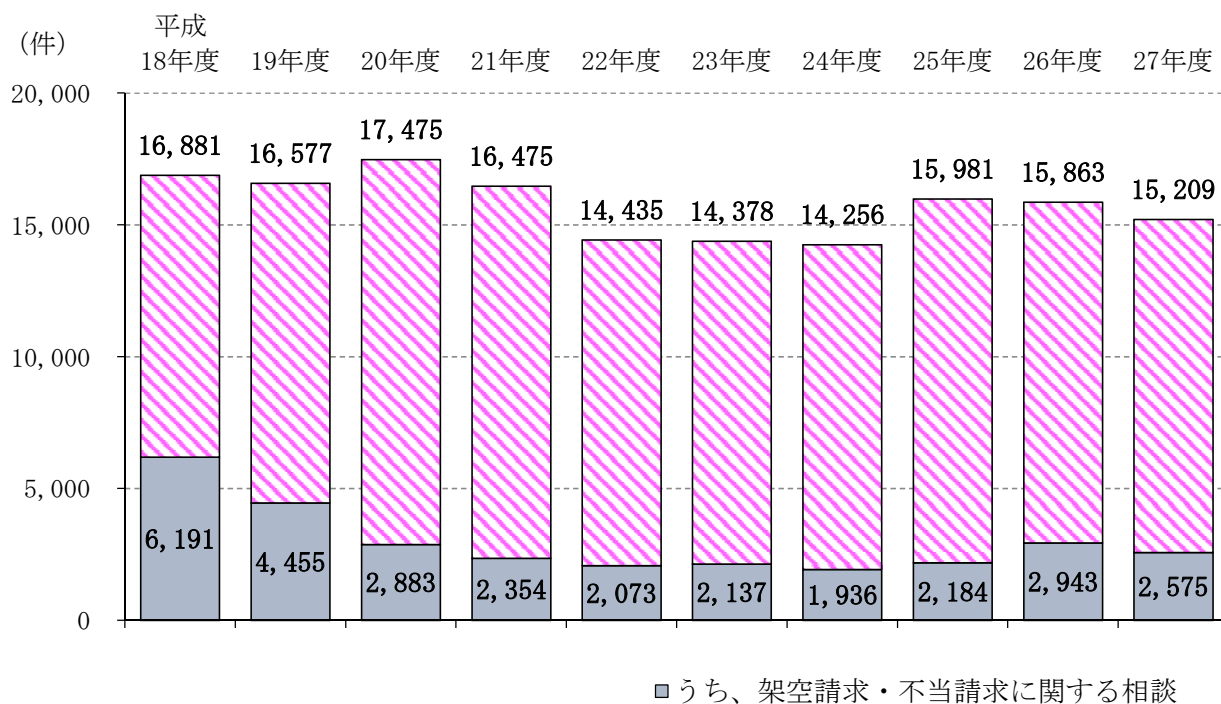
事業名	内 容
金融商品等の特別相談	平成 24 年 10 月から「金融商品等特別相談」を開設し、弁護士による無料面接相談を実施。平成 27 年 4 月から名称を「金融商品・高齢者悪質商法 110 番」に改め、高齢者への対応を強化
悪質電話被害防止事業	平成 27 年度実施。悪質な電話勧誘等による高齢者の被害が深刻化しているため、被害防止策として、通話録音装置などの対策機器の活用によるモニター事業や啓発活動を実施
若者向け消費者被害防止キャンペーン	平成 26 年度実施。消費者被害に遭いやすい若者を対象として市内 26 か所でキャンペーンイベントを開催したほか、DVD を作成し学校等に教材として配布し啓発を実施
消費者教育モデル校の設置	平成 25 年度から実施。学校における消費者教育の取り組みを支援するため、中学校、高等学校において専門知識を有する外部講師の派遣などを実施
幼児向け消費者教育	平成 26 年度から実施。幼稚園・保育園に出向き、人形を使ったパネルシアターやゲームで参加型の消費者教育を実施
知的障害者向け金銭教育	平成 25 年度から消費生活センター「くらしの情報プラザ」で実施。消費者トラブルの実例をロールプレイング等で実習
適格消費者団体との情報連携	差止請求権を適切に行使できる適格消費者団体との間で平成 24 年度に情報提供ルールを策定し、情報連携のもと消費者の利益確保を強化
物資供給協定の締結事業者の拡充	災害時に避難所へ生活必需品等を調達するため、大規模事業者等と物資供給協定を締結 平成 27 年度末で 24 事業者と締結 (平成 23 年度末 : 18 事業者)

## (2) 消費生活相談の状況

名古屋市消費生活センターへ寄せられた消費生活相談件数は、平成 18 年度から平成 21 年度までは 16,000 件台から 17,000 件台で推移し、平成 22 年度から平成 24 年度までは減少傾向にあり、14,000 件台で推移していました。平成 25 年度は 15,981 件と、5 年ぶりに増加に転じ、平成 26 年度 15,863 件、平成 27 年度 15,209 件と、15,000 件台で高止まりしています。

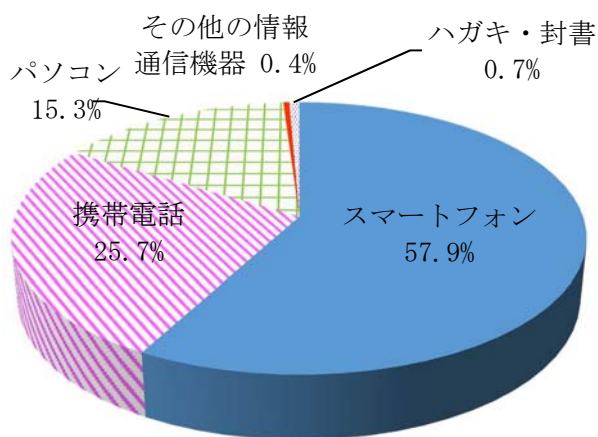
また、消費生活相談のうち架空請求・不当請求に関する相談は、平成 18 年度で 6,191 件と、全体の 36.7%を占めていました。その後、架空請求・不当請求に関する相談は減少し、平成 27 年度は 2,575 件と、全体の 16.9%を占めています。(図 1)

図 1 消費生活相談件数の推移



また、架空請求・不当請求に関する相談は、「スマートフォンやパソコンでインターネット利用中に画像などをクリックしただけで、いきなり登録が完了し、料金請求画面が表示された」、「身に覚えのない料金請求メールが携帯電話やスマートフォンに届いた」といった情報通信機器の利用をきっかけとする相談が9割以上を占めています。(図2)

図2 架空請求・不当請求に関する請求方法別相談割合



商品・サービス別で見ると、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インターネットを通じて得られる情報である「デジタルコンテンツ」に関する相談が最も多く、平成26、27年度は3,000件を超えており、他の商品・サービスの相談件数と比べて突出しています。また、光ファイバーなどの接続回線やプロバイダなどインターネット接続に関連するサービスである「インターネット通信サービス」に関する相談は、平成25年度259件、平成26年度444件、平成27年度581件と増加しています。「デジタルコンテンツ」とあわせると、平成26、27年度はインターネットに関連した相談が全体の2割以上を占めており、近年の高度情報化社会の進展が背景にあると考えられます。(表1)

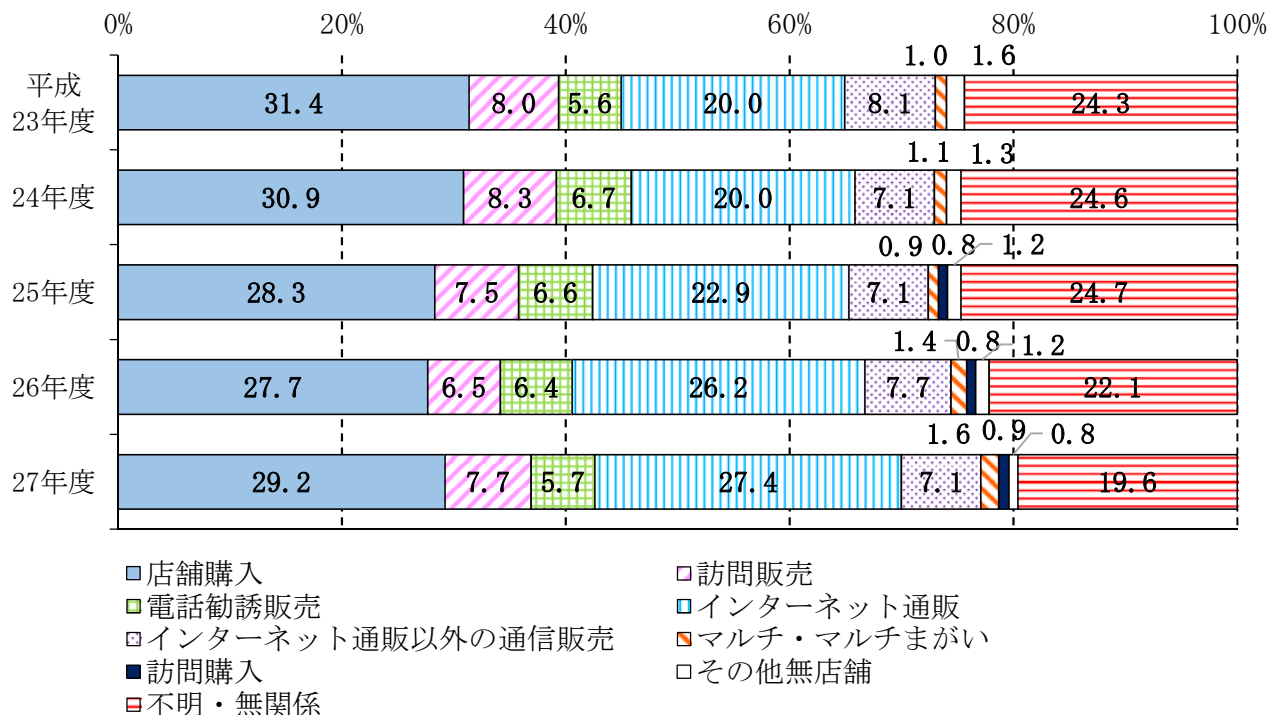
表1 相談が多い商品・サービス(上位10位)

(件)

順位	平成25年度		平成26年度		平成27年度	
1	デジタルコンテンツ	2,530	デジタルコンテンツ	3,078	デジタルコンテンツ	3,029
2	賃貸アパート	752	商品一般	688	賃貸アパート	725
3	健康食品	549	賃貸アパート	629	商品一般	665
4	食料品(健康食品除く)	548	ローン・サラ金	521	インターネット通信サービス	581
5	商品一般	521	家屋の修繕工事	448	移動通信サービス	506
6	家屋の修繕工事	482	インターネット通信サービス	444	家屋の修繕工事	450
7	ローン・サラ金	482	移動通信サービス	421	ローン・サラ金	431
8	移動通信サービス	427	食料品(健康食品除く)	388	食料品	386
9	自動車・二輪車	290	自動車・二輪車	274	健康食品	293
10	インターネット通信サービス	259	健康食品	243	自動車・二輪車	275

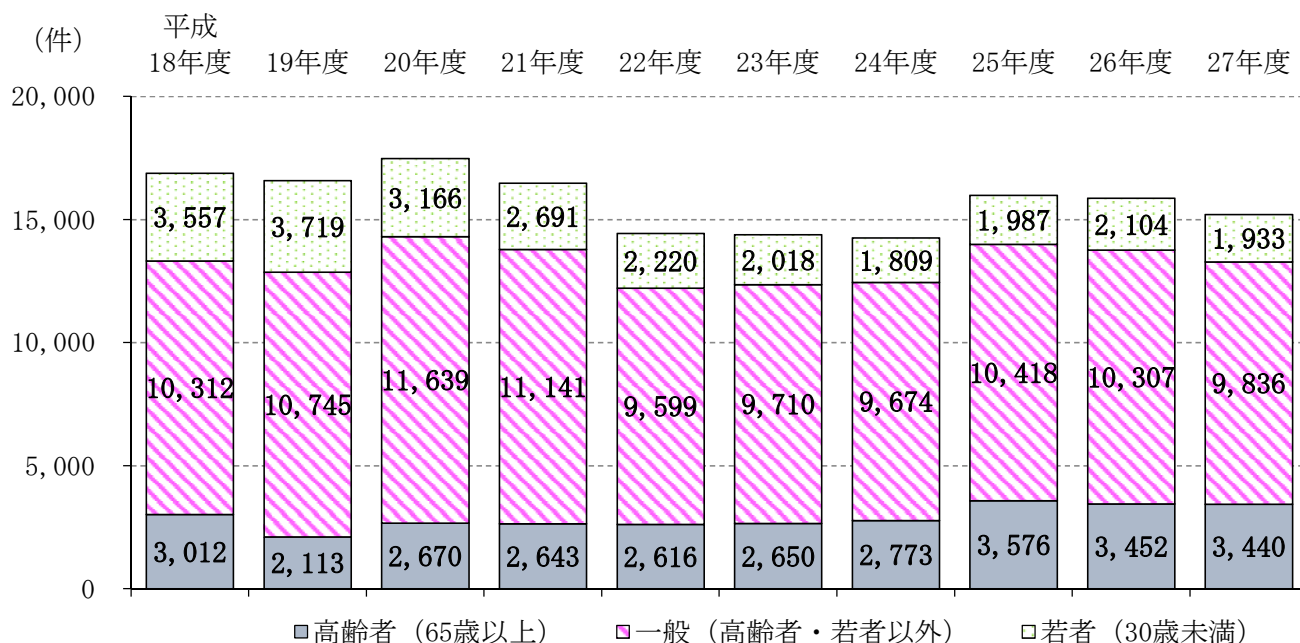
販売購入形態別でみると、「通信販売」のうち「インターネット通販」の割合が増加しており、ここからもインターネット関連の相談が増加している近年の消費生活相談の特徴がみられます。(図3)

図3 販売購入形態別相談割合の推移



契約当事者の年代別でみると、65歳以上の高齢者の相談件数は、平成25年度が前年度に比べて803件、29.0%増の3,576件で過去最高となりました。それ以降も、平成26年度3,452件、平成27年度3,440件と、依然として3,000件台で高止まりしています。(図4)

図4 年齢3区分別相談件数の推移



高齢者の相談のうち、相談の多い商品・サービスを見ると、25年度は高齢者を狙った「健康食品の送り付け商法」が急増した影響で、健康食品に関する相談が最も多くなっています。平成26、27年度は「デジタルコンテンツ」に関する相談が最も多く、インターネットの利用が高齢者にも広がっていることがわかります。(表2)

表2 高齢者の相談が多い商品・サービス(上位10位)

(件)

順位	平成25年度		平成26年度		平成27年度	
1	健康食品	381	デジタルコンテンツ	368	デジタルコンテンツ	470
2	家屋の修繕工事	215	商品一般	292	商品一般	238
3	商品一般	212	家屋の修繕工事	177	家屋の修繕工事	193
4	デジタルコンテンツ	212	ファンド型投資商品	162	インターネット通信サービス	143
5	食料品(健康食品除く)	185	健康食品	121	食料品(健康食品除く)	116
6	ファンド型投資商品	151	インターネット通信サービス	121	健康食品	116
7	公社債	119	食料品(健康食品除く)	107	書籍・印刷物	83
8	書籍・印刷物	80	書籍・印刷物	85	その他預貯金・証券等	83
9	その他預貯金・証券等	72	その他預貯金・証券等	84	ファンド型投資商品	71
10	賃貸アパート	64	ローン・サラ金	64	ローン・サラ金	71

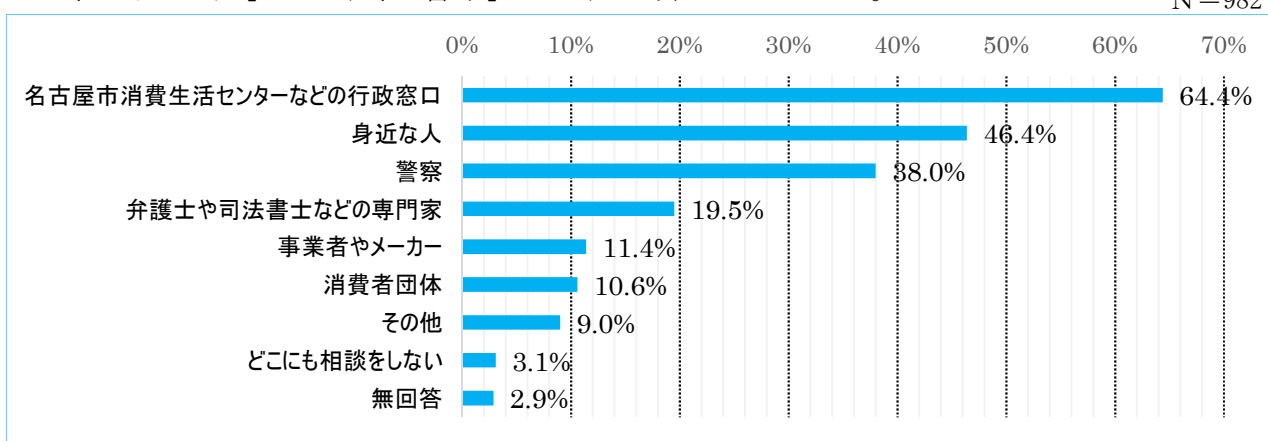
また近年は、複数の人物が役回りを分担して消費者をだまそうとする「劇場型勧誘」という詐欺的な手口に関する相談が寄せられています。「劇場型勧誘」には、未公開株、怪しい社債、ファンドなどの儲け話を持ち掛けるほか、老人ホームの入居権があるので名前を貸してほしいと勧誘し、承諾した人を「名義貸しは犯罪だ」とおどしたり、「個人情報があるので削除してあげます。」などと言い、最近話題になったニュースや事件に便乗したりして、お金をだまし取ろうとする手口も見られます。

### (3) 市民の消費生活に関する意識調査結果

平成 28 年 1 月に「平成 27 年度第 5 回市政アンケート」を実施し、消費生活に関するトラブルなどについて調査しました。主な内容と結果は次のとおりです。

#### ▽消費者トラブルの相談先

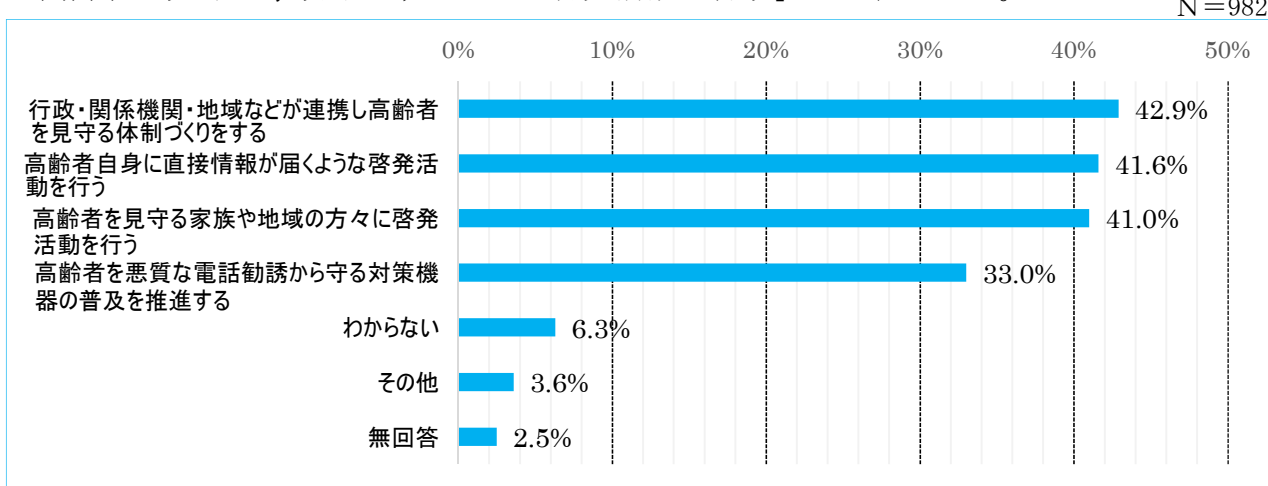
消費者トラブルに遭った、または遭いそうになった場合にどこに相談をするかたずねたところ、「名古屋市消費生活センターなどの行政窓口」と答えた人が 64.4%で最も多く、次いで、「身近な人」46.4%、「警察」38.0%の順になりました。



消費者トラブルをどこにも相談しないと答えた方に、その理由をたずねたところ、「どこに相談すればいいかわからない」と答えた人が 46.7%で最も多く、次いで「相談する際の手続きなどがわからない」26.7%で、「もめごとなど、面倒を起こすのが嫌い」23.3%、「相談しなくても自分で解決できる」20.0%の順になりました。

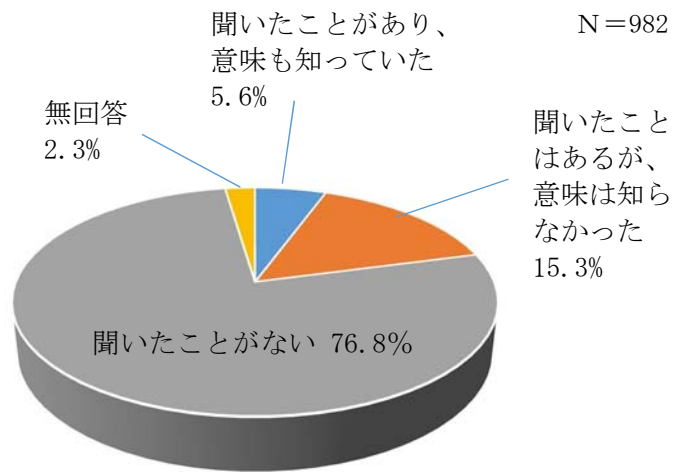
#### ▽高齢者の消費者トラブル防止に有効な施策

被害に遭いやすい高齢者の消費者トラブル防止についてたずねたところ、「行政・関係機関・地域などが連携し高齢者を見守る体制づくりをする」ことが有効な施策だと思う人が 42.9%と最も多く、次いで「高齢者自身に直接情報が届くような啓発活動を行う」41.6%、「高齢者を見守る家族や地域の方々に啓発活動を行う」41.0%でした。

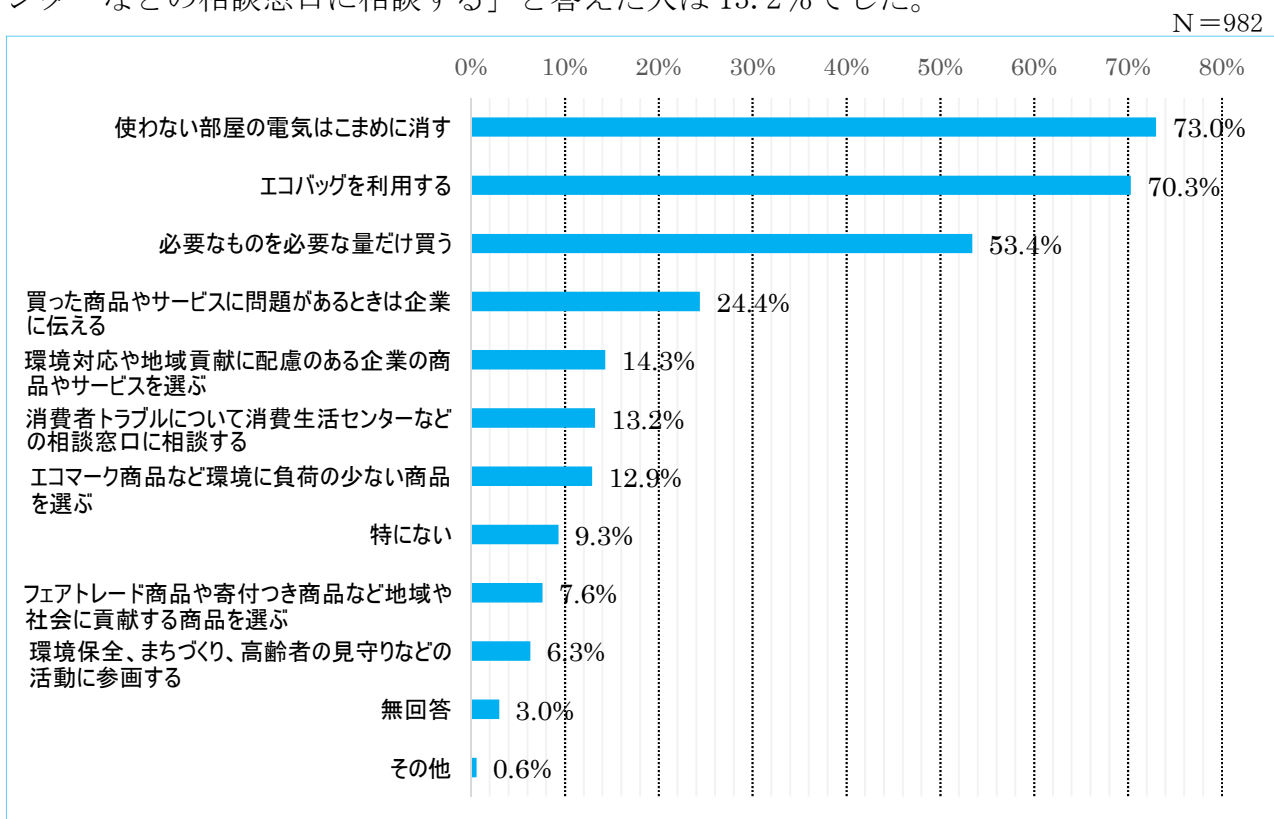


## ▽消費者市民社会

「消費者市民社会」という言葉についてたずねたところ、「聞いたことがあり、意味も知っていた」と答えた人は5.6%、「聞いたことはあるが、意味は知らなかった」と答えた人は15.3%で、あわせて20.9%でした。



具体的に「消費者市民社会」につながる行動として家庭で実践していることをたずねたところ、環境にやさしい行動は概ね実践されている一方、「買った商品やサービスに問題があるときは企業に伝える」と答えた人は24.4%、「消費者トラブルについて消費生活センターなどの相談窓口に相談する」と答えた人は13.2%でした。



### 3 第2次プランで取り組むべき課題

#### (1) 消費生活相談の機能の強化

##### 【現状】

- ・消費生活センターに寄せられた相談件数は、平成22年度以降は減少していましたが、平成25年度に増加に転じた後、15,000件台で高止まりしています。
- ・高度情報化社会の進展を背景として、インターネットや情報通信機器に関連した相談が増加しており、消費生活相談の内容は多様化・複雑化しています。
- ・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、被害の救済が困難になっています。

##### 【課題】

- ・インターネットサービスや情報通信機器をはじめとする近年の商品・サービスの複雑化・高度化等に伴い、多様化・複雑化する消費生活相談に的確に対応できるよう、消費生活相談員の知識の蓄積や技術の向上を図っていく必要があります。
- ・身近にある消費生活センターの認知度を上げて消費生活相談につなげるとともに、警察や専門機関（弁護士会、司法書士会等）など他機関とも一層の連携を図り、悪質な消費者トラブルに対応していく必要があります。

#### (2) 高齢者等を消費者被害から守る地域体制の構築

##### 【現状】

- ・今後、更なる高齢化の進行や高齢者の単身世帯の増加が見込まれる中、高齢者等を狙った悪質商法は絶えず発生しています。名古屋市の場合、契約当事者が65歳以上の高齢者の相談は、平成25年度に過去最高の水準となって以降、3,000件台で高止まりしています。また、65歳以上の高齢者の消費生活相談件数は全体の2割超を占めています。
- ・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できることとされました。（消費者安全法第11条の3第1項、2項）

##### 【課題】

- ・地域において高齢者や障害者等、特に配慮を要する消費者の安全を確保し、消費者トラブルを深刻化させないために、消費、福祉、防犯等の行政機関や地域の関係者が連携して見守るための仕組みづくりについて取り組む必要があります。
- ・高齢者等を消費者被害から守るために、消費者教育や啓発をより一層効果的に進めていく必要があります。



### (3) 消費者市民育成のための体系的な消費者教育の推進

#### 【現状】

- ・幼児期から高齢期までの各段階及び知的障害者・精神障害者に対しても体系的な消費者教育を推進するとともに、消費者市民社会の普及啓発やその実践についても取り組みを始めました。
- ・消費者教育推進法の規定により、市町村に対して消費者教育推進計画の策定についての努力義務が明示されました。（消費者教育推進法第10条第2項）

#### 【課題】

- ・消費者教育推進法の基本理念のもと、幅広い世代を対象とする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に取り組む必要があります。
- ・より良い社会や環境を構築するために自立し、主体的な消費行動をとることのできる消費者市民を育成するため、関係機関と連携し、より効果的に消費者教育や啓発に取り組む必要があります。

### (4) 消費生活の安全・安心の確保

#### 【現状】

- ・自動車のリコールや化粧品による健康被害など、消費者の生命・身体に対して危害・危険を及ぼすような重大な製品事故が相次いで発生し、社会問題になっています。消費生活センターにも、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が寄せられています。
- ・食の安全に関し、本市では名古屋市食の安全・安心条例に基づいて「名古屋市食の安全・安心の確保のための行動計画」（平成24年度～平成30年度）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しています。

#### 【課題】

- ・消費者の生命・身体に対して危害・危険を引き起こすような商品・サービスから消費者を守り、消費者が安全・安心な消費生活を営むことができるように、消費者に対して必要な情報を迅速に提供するなど、安全・安心の確保に向けた取り組みを行う必要があります。
- ・食の安全・安心の確保に関する施策を総合的、継続的に推進するため、庁内の関係部局や関係機関との連携協力体制を敷き、消費者に対する食の安全に関する啓発や情報提供などに取り組む必要があります。

## 第3章 消費者施策の展開

### 1 プランの目標

第2章で示した「第2次プランで取り組むべき課題」を踏まえて次の3つの目標を掲げ、それぞれ施策の柱を設けて個別施策に取り組んでいきます。

#### 目標Ⅰ 消費者被害の防止及び救済

- ・インターネット関連の契約トラブル等、社会経済環境の変化に伴う新たな消費者被害を未然に防止するとともに、円滑かつ迅速な救済が図られるよう体制を整えます。
- ・消費生活センターだけでは解決が困難な事案に対しては、他の機関等と連携した取り組みを行うとともに、事業者に対する適切な指導等を行います。
- ・悪質商法の標的とされやすい高齢者や障害者等を地域で見守り、消費者被害を防止する仕組みづくりを進めます。

#### 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～

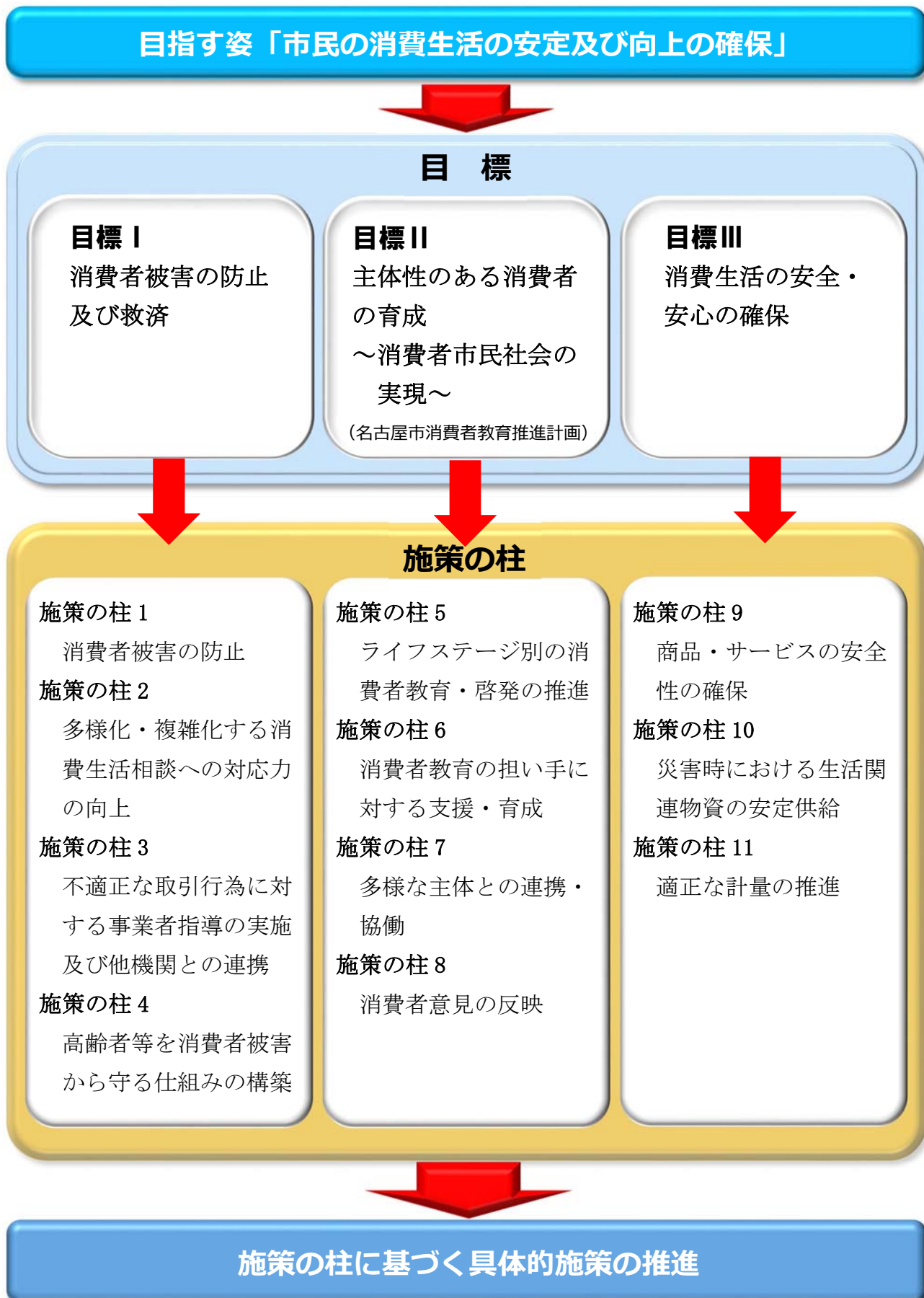
##### (名古屋市消費者教育推進計画)

- ・市民に対し、公正で持続可能な消費者市民社会を構成する一員として、その形成に積極的に参画することができるよう支援し、消費者市民を育成します。
- ・消費者が自立し、自主的かつ合理的に行動することができるように、幼児期から高齢期までの各ライフステージに応じた体系的な消費者教育を、年齢等個々の特性に配慮した適切な方法で、消費者、事業者、NPO、大学等の多様な主体との連携・協働により推進します。

#### 目標Ⅲ 消費生活の安全・安心の確保

- ・消費者の生命・身体の安全を商品やサービスによる危害・危険から守るために、消費者に対する適切な情報提供など、安全・安心の確保に向けた取り組みをします。
- ・消費者の関心の高い食の安全に関しては、庁内の関係部局と連携して食の安全管理体制を推進します。
- ・消費者が安心して豊かな暮らしを送ることができるように、災害時に備えた物資供給協定の締結や卸売市場の円滑な運営、計量の適正化等を進めます。

## 2 プランの体系



### 3 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

##### 1 被害防止に多様で効果的な情報提供

###### (1) 消費者被害防止啓発紙の作成・配布

- ・消費者被害防止や身近な消費生活の話題を取り上げてわかりやすく紹介する消費生活情報誌を定期的に発行し、広く市民への情報提供を行います。
- ・特に消費者被害に遭いやすい高齢者等に対して注意喚起を促すために、情報啓発紙を定期的に発行し、福祉関係事業者など地域における見守り活動と連携して高齢者に配布します。
- ・被害防止の啓発紙が届きにくい高齢単身世帯には、民生委員やいきいき支援センターなど地域の見守りネットワーク活動と連携し、直接情報が届くような情報提供の方策を検討します。

###### (2) 消費生活情報等の発信

- ・スマートフォンや携帯電話など携帯情報端末を持つ人が増加していることを踏まえ、市をはじめ、消費者庁や県などからの消費生活情報や緊急性のある被害情報についてウェブサイトやSNSを活用し、迅速に情報を提供します。

###### (3) 効果的な情報提供・啓発

- ・消費者被害防止や身近な消費生活に関する情報について、マスコミの活用や広報なごや、啓発資料など様々な媒体を通じてタイムリーに情報を提供します。
- ・高校生向けや高齢者向けの消費生活講座のように、消費者の年齢や特性に応じた幅広いニーズに対応できる各種講座や講演会を開催します。
- ・市のテレビ・ラジオの広報番組や庁内の関係部局が設置・所有する各種広報媒体・機器を積極的に活用し、消費者被害の未然防止に取り組みます。

##### 2 他機関・団体との連携

###### (1) 関係機関との連携

- ・多様化・複雑化している消費者トラブルに迅速かつ的確に対応するため、庁内の関係部局、国や県、警察などの行政機関、弁護士会などの専門機関と連携して情報の共有化を図ります。

## (2) 関係団体との連携

- ・消費者被害の防止に積極的に取り組む公益社団法人全国消費生活相談員協会、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会との連携を深め、そのノウハウを生かした効果的な啓発事業の展開を図るとともに、消費者教育に熱心な公益社団法人消費者関連専門家会議や各種の事業者団体に講師派遣を依頼するなど、各団体の専門性を活用した協力関係を築いていきます。

## (3) 適格消費者団体との連携

- ・同種・多数の消費者被害を未然に防止し、さらに、被害を回復させる仕組みや適格消費者団体及び特定適格消費者団体の活動について、ウェブサイトで紹介するなど、広く市民に対して周知を図ります。
- ・適格消費者団体が行う差止請求業務や特定適格消費者団体が行う被害回復業務を支援し連携するため、定期的に会議を開催し消費生活相談に関する情報を適切に提供します。

### 適格消費者団体と特定適格消費者団体

消費者全体の利益擁護のために事業者の不当な勧誘、不当な契約条項、不当な表示などの不当行為そのものに対して「差止請求権」を適切に行使することができる適格性を備えた消費者団体として、国が認定した団体が「適格消費者団体」です。

また、平成 28 年に「消費者裁判手続特例法」が施行され、消費者契約に関して相当多数の消費者に、共通した金銭的な被害が生じ、個々の消費者による訴訟提起が困難な案件について、費用や労力などの観点から「損害賠償請求権」を束ねることで訴訟の提起を容易にする仕組みができました。この訴訟提起ができる団体が「特定適格消費者団体」です。

特定適格消費者団体になれるのは、「適格消費者団体」のうち一定の実績を積んだ団体で、かつ、国が認定した団体に限定されます。

## 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

### 1 より多くの市民が相談できる体制づくり

#### (1) 多様化・複雑化する相談への対応

- ・消費者トラブルを抱える市民が気軽に相談できるよう消費者ホットライン（188）の普及に努めます。
- ・県の消費生活相談窓口の再編（県内8か所の窓口を平成31年3月末までに1か所に集約し中核的相談機関化する）により、住民に身近な市町村の消費生活相談窓口の役割が大きくなることから、本市の消費生活センターでも相談窓口の現状や相談内容の変化を的確に把握し、より多くの市民が相談できる窓口の整備に取り組みます。
- ・高齢者や若者などの相談者については、消費生活相談員の積極的なあっせんを行っていくよう努めます。

#### (2) 障害者・外国人をはじめ誰もが相談しやすい体制づくり

- ・障害者が、悪質商法の被害に遭ってもだまされたことに気づかず、誰にも相談できずに被害が深刻化しているケースがあることから、専門機関と連携し、障害者が相談しやすい体制づくりについて検討します。
- ・年々増加傾向にある外国人住民や訪日外国人に対する情報提供や相談対応のあり方について検討します。

### 2 消費生活相談員の知識能力の向上

#### (1) 消費生活相談員の専門研修の充実

- ・特定商取引法や消費者契約法をはじめとする消費者関連法の改正、インターネットサービスや情報通信機器のIT技術の進展など、多様化・複雑化する消費生活相談に対応できるよう、専門研修を実施します。
- ・国民生活センターなどが主催する研修への参加を促進し、消費生活相談員による的確な助言・あっせんに努めます。

#### (2) 弁護士会との情報交換等による知識の向上

- ・愛知県弁護士会と連携し、消費生活センターの対応だけでは解決困難な事例について、弁護士から専門的な知見による助言を得るなどにより、消費者被害の救済や消費生活相談員の知識の向上につなげます。

### 3 相談窓口の充実

#### (1) 架空請求ホットダイヤル

- ・アダルトサイトのワンクリック請求や有料サイトの不審な請求メールなど架空請求や不当請求に関する相談に対応するため、専用ダイヤルによる相談を実施します。

#### (2) サラ金・多重債務特別相談

- ・愛知県弁護士会及び愛知県司法書士会と連携し、サラ金・多重債務に関する予約制の無料面接相談を実施します。

#### (3) 金融商品・高齢者悪質商法 110 番

- ・被害が高額化しやすい金融商品等に関する相談や、悪質な事業者の標的とされやすい高齢者の消費者トラブルに対応するため、愛知県弁護士会と連携し、予約制の無料面接相談を実施します。

#### (4) 電子メール相談の実施

- ・インターネットの普及に伴い、ウェブサイトから気軽に相談内容を送ることができる電子メール相談を実施します。

#### (5) インターネットトラブルに関する相談対応の充実

- ・増加しているインターネットの利用に関する消費者トラブルの相談に対応するため、独立行政法人情報処理推進機構（I P A）<sup>※1</sup>や独立行政法人国民生活センター越境消費者センター（C C J）<sup>※2</sup>など専門的な相談窓口を紹介するとともに、被害を未然に防止できるよう相談事例の周知に努めます。

##### ※1 独立行政法人情報処理推進機構（I P A）

平成 16 年に発足した経済産業省所管の独立行政法人。情報セキュリティ安心相談窓口では、パソコンに請求画面が貼りついて消えないなどの相談事例の紹介や、ウイルス及び不正アクセスに関する技術的な相談を受け付けています。

##### ※2 独立行政法人国民生活センター越境消費者センター（C C J）

平成 27 年に開設。インターネット通販などで海外から購入した商品に関する、破損などによる返品や交換、配送遅延などのトラブル相談を受け付けています。



#### 4 消費生活センターの認知の向上

- ・市民が円滑に消費生活相談を受けられるように、ウェブサイトや消費生活情報誌、イベントの機会など各種広報媒体を通して、消費生活センターの電話番号や役割を周知します。

指 標	実績値 (27年度)	目標値 (33年度)
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%

※実績値は、毎年度実施する「名古屋市総合計画 2018」の目標管理のための市民対象アンケートの調査結果によります。市総合計画では平成 30 年度 59%、平成 40 年度 64%を目標値としています。

#### 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

##### 1 効果的な事業者指導の実施

- ・不適正な取引行為を行っていると思われる事業者に対しては、業務改善を指導するとともに、その行為を行うおそれのある事業者に対しては、消費生活センターへの来所を要請するなどして注意します。
- ・消費生活センターへ自主的に来所した事業者に対して、苦情相談の件数及び傾向を情報提供し、営業状況等の現状を確認させ、自らによる改善につなげます。

##### 2 事業者団体との情報交換

- ・事業者団体と積極的に情報提供や意見交換を行うことにより、業界内の自主的な取り組みを促します。

指 標	実績値 (27年度)	目標値 (33年度)
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 取締り・指導監督機関との連携

- ・不適正な取引行為を行っている事業者に対する取り締まりや業務停止命令などの強い指導権限を持つ警察、国、県との連携体制を構築するため、連絡会議に積極的に参加し、的確な指導につなげます。

## 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

### 1 高齢者等の見守りネットワークの構築の推進 重点

#### (1) 見守りネットワーク体制との連携

- ・判断能力が不十分であり、消費生活上特に配慮を要する高齢者等の消費者被害を防ぐために、高齢者福祉部門などで推進する見守り活動のネットワーク等と連携して体制の構築及び充実強化を図ります。
- ・改正消費者安全法の規定に基づき、消費者安全確保地域協議会の設置について検討を進めます。

#### (2) 高齢者等を地域で見守る人のための研修

- ・孤立しがちな高齢者等を消費者被害から守るためには地域で支えあう仕組みと、被害に遭わないよう見守る人材の育成が必要であることから、見守り活動を行う地域や福祉関係事業者などに対して高齢者等を地域で見守る人のための研修機会を設けます。

指 標	実績値 (27年度)	目標値 (33年度)
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)

### 高齢者等の地域での見守り

平成28年度から、社会福祉協議会や老人クラブなどと連携し、日常的に高齢者と接するケアマネージャーやヘルパーといった介護福祉の関係者や老人クラブの会員などを対象とした『高齢者見守り支援講座』を開催しており、「消費者被害防止のための見守り」や「悪質電話被害の防止」などをテーマとした講座を実施しています。計画期間においても、日頃の仕事や地域の見守り活動などに役立てていただけるよう受講の機会を積極的に設けていきます。

#### (3) 高齢者等の各種相談窓口との連携促進

- ・高齢者等が困っている状況にあると判断される場合には、必要に応じていきいき支援センターや名古屋市成年後見あんしんセンター、名古屋市障害者・高齢者権利擁護センターなど適切な相談窓口を紹介し、連携を図ります。

#### (4) 地域における出張講座の実施や情報提供

- ・地域で活動する団体等に消費者被害の状況を周知し、高齢者等に対する見守りに役立ててもらうため、希望に応じて消費生活相談員などの出張講座を開催するほか、地域で活用できる見守り資料を提供します。

## 2 高齢者等に対する消費者教育・啓発の推進

### (1) 高齢者に対する消費者教育・啓発の推進

- ・高齢者が自立し、学んだ成果を日常や地域社会において積極的に実践できるよう、高齢者の特性に応じたテーマを内容とする消費生活講座や、希望に応じて消費生活相談員の出張講座を開催します。
- ・高齢者が興味を持ってわかりやすく学べるよう工夫して、消費者被害や特殊詐欺被害の防止等の啓発を行うほか、定期的に情報啓発紙を発行します。

### (2) 知的障害者・精神障害者に対する消費者教育・啓発の推進

- ・知的障害者・精神障害者を対象にした金銭教育を消費生活センターの「くらしのゼミナール」で開催します。あわせて、養護学校等へ出張講座による金銭教育も実施します。
- ・知的障害者・精神障害者に対する消費者教育のスキルアップのため、講師である情報アドバイザーの研修の機会を設けるとともに、教材作成にも取り組みます。

## 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

#### 1 幼児期から高校生期に対する消費者教育・啓発の推進

##### (1) 幼児期

- ・ 幼児向け消費者教育として、身の回りの物やお金の大切さ、おつかいや買い物などを題材に、約束やきまりを守るといった幼児期での習得が望ましいことについて、絵本や人形を用いて楽しみながら学べるような工夫をした出張講座を実施します。

##### (2) 小・中学生期

- ・ 児童や生徒の発達段階や特性に応じた消費者教育として、消費生活センターにおいて春休みや夏休みの機会を捉えた親子で学べる消費者教室等を開催します。
- ・ 小中学校において教科担当の教員が一層効果的で充実した消費者教育を実施できるよう、消費者教育コーディネーター（26頁後述）を学校に派遣するとともに、消費者教育コーディネーターを中心に作成する副教材を各校に配布するなど、学校における消費者教育を支援します。

##### (3) 高校生期

- ・ 契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任、社会において一消費者として主体的に判断し、責任を持って行動できるような能力を身に付けるとともに、消費者市民社会の形成に参画することの重要性を理解するための取り組みを推進します。
- ・ 高校生が消費者市民社会について理解を深め実践に結びつける機会として、消費が社会や環境に与える影響等について学習するイベントなど市民参加型の事業への参画を促進します。

#### 2 成人一般に対する消費者教育・啓発の推進

##### (1) 消費生活センターにおける消費者教育・啓発の推進

- ・ 消費生活センターを消費者教育の拠点と位置付け、消費者教育に関する情報収集・発信、教材の作成・提供、消費者教育に関わる人材の育成・支援等を行います。
- ・ 消費生活センター「くらしの情報プラザ」では消費者教育・啓発を担当する専門職である情報アドバイザーが常駐しており、来所者に対し消費者教育に関する図書・DVDの貸し出し、情報提供などの支援を行うほか、情報アドバイザーが講師となりグループの特性に合わせた「くらしのゼミナール」などを実施します。
- ・ 消費生活センターの消費者研修室や消費者活動ルームなどを消費者団体の研修、打合せの場として提供します。

- ・消費生活センターのウェブサイトでは、消費者庁、国民生活センター等と連携してタイムリーに消費生活情報を発信するとともに、相談事例等のコンテンツも適宜に見直しを図り、消費者から信頼される情報提供を行います。

## (2) 大学等における消費者教育・啓発の推進

- ・消費者被害に遭う機会が増える学生への啓発として、新入生オリエンテーションなどに出向き、悪質商法などの消費者被害事例の紹介や消費生活における注意事項を説明するとともに、消費生活センターの周知に努めます。
- ・消費者教育や消費者問題について知識を深め、自らが消費者市民となって行動できるようにするとともに、周りの人々にも伝え広めるなど、消費者市民社会への積極的な参画を促進します。

## (3) 地域における消費者教育・啓発の推進

- ・消費生活に関する知識を修得し、自立した消費者を育成するため、地域で活動する団体のニーズに応じて消費生活相談員などの出張講座を実施します。

## (4) 職域における消費者教育・啓発の推進

- ・事業者・事業者団体における従業員に対する消費者教育の自主的な取り組みを促すとともに、情報提供などの支援を行います。特に、新入社員向けには被害に遭いやすい事例を示した卓上カレンダーなどの啓発資材の提供や入社時の出張講座を実施します。

## 3 高齢者に対する消費者教育・啓発の推進（再掲）

- ・高齢者が自立し、学んだ成果を日常や地域社会において積極的に実践できるよう、高齢者の特性に応じたテーマを内容とする消費生活講座や、希望に応じて消費生活相談員の出張講座を開催します。
- ・高齢者が興味を持ってわかりやすく学べるよう工夫して、消費者被害や特殊詐欺被害の防止等の啓発を行うほか、定期的に情報啓発紙を発行します。

指 標	実績値 (27年度)	目標値 (33年度)
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

## 施策の柱6 消費者教育の担い手に対する支援・育成

### 1 学校教育の現場に対する支援 **重点**

#### (1) 消費者教育コーディネーターの派遣

- ・教育委員会、学校等と密接に連携をとりながら学校における消費者教育を推進する取り組みとして、消費者教育コーディネーターを学校に派遣します。
- ・消費者教育コーディネーターは教科担当の教員と事前準備も含め十分連携をとり、小中学校等の家庭科、社会科の授業で行われる消費者教育の場で消費者行政担当部署が持つ情報を提供し、教科担当の教員とともに授業を行うなど一層効果的で充実した消費者教育を行います。
- ・得られた成果や手法は今後の学校における消費者教育で活用できるようにします。

指 標	実績値 (27年度)	目標値 (33年度)
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 <sup>※</sup>	—	累計 90 校

※名古屋市立の小中学校数 263 校、中学校数 112 校（分校各 2 校を含む。平成 28 年 5 月現在）

#### 消費者教育コーディネーター

消費者教育推進法に基づく国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」では、消費者教育を担う多様な関係者をつなぐために、間に立って調整する役割を担うコーディネーターが重要な役割を果たすとしています。

名古屋市では、平成 28 年度から「教育委員会、学校等と連携を図りながら消費者教育を推進する事務等」について委嘱する市の嘱託職員を、消費者教育コーディネーターとして配置することにしました。

消費生活相談員と同様に「消費生活専門相談員」「消費生活アドバイザー」「消費生活コンサルタント」のいずれかの資格を有することを条件に、公募により採用しています。

#### (2) 教員対象セミナーの充実

- ・教育委員会との連携を図り、各小中学校で参加を希望する教員向けに消費生活に関する最新の情報提供や指導方法などに関するセミナーを開催します。
- ・消費者教育コーディネーターを活用し、学校の教科担当の教員と消費者行政担当部署との情報交換、意見交換の場とすることにより、学校における消費者教育を推進する

機会とします。

### (3) 教員への情報提供

- ・消費生活センターにおいて、消費者教育コーディネーター等が効果的な消費者教育について教員の相談に応じるとともに、学校で消費者教育に活用できるDVDや図書、資料等の教材を貸し出します。
- ・消費者教育の外部講師の派遣に役立つように学校に対し派遣団体のリストを提供します。
- ・消費生活相談員等が学校に出向き、入学オリエンテーション、学校集会、PTA集会等の機会を捉え児童、生徒のみならず教員や保護者に対しても悪質商法の被害に遭わないための啓発を行います。

## 2 地域における人材の育成・連携・支援

### (1) 高齢者等を地域で見守る人のための研修（再掲）

- ・孤立しがちな高齢者等を消費者被害から守るためには地域で支えあう仕組みと、被害に遭わないよう見守る人材の育成が必要であることから、見守り活動を行う地域や福祉関係事業者などに対して高齢者等を地域で見守る人のための研修機会を設けます。

### (2) 見守りネットワーク体制との連携（再掲）

- ・判断能力が不十分であり、消費生活上特に配慮を要する高齢者等の消費者被害を防ぐために、高齢者福祉部門などで推進する見守り活動のネットワーク等と連携して体制の構築及び充実強化を図ります。
- ・改正消費者安全法の規定に基づき、消費者安全確保地域協議会の設置について検討を進めます。

### (3) 高齢者等の各種相談窓口との連携促進（再掲）

- ・高齢者等が困っている状況にあると判断される場合には、必要に応じていきいき支援センターや名古屋市成年後見あんしんセンター、名古屋市障害者・高齢者権利擁護センターなど適切な相談窓口を紹介し、連携を図ります。

### (4) 地域における出張講座の実施や情報提供（再掲）

- ・地域で活動する団体等に消費者被害の状況を周知し、高齢者等に対する見守りに役立ててもらうため、希望に応じて消費生活相談員などの出張講座を開催するほか、地域で活用できる見守り資料を提供します。

## 施策の柱7 多様な主体との連携・協働

### 1 多様な主体との連携

- ・様々な消費者教育・啓発のニーズに応えるために、国、公益法人・特定非営利活動法人（NPO法人）等の団体、事業者・事業者団体や法律専門家のほか、大学や高校など多様な主体と連携・協働をします。
- ・消費者市民社会に関する効果的な教育や啓発、消費者市民社会の形成に向けた事業や企画の実践などについても、多様な主体の参加により一層の推進に努めます。

### 2 消費者市民社会への参画支援

- ・これまで、消費者被害に遭わないための消費者教育、賢い消費者になり生活の質を高めるための消費者教育が重要とされてきましたが、最近ではそれに加え、自分の消費行動、消費生活が社会を形成していることに気付き、より良い社会（消費者市民社会）作りに積極的に関わり行動できる消費者（消費者市民）を育てるための教育・支援が重要とされています。そのため、消費生活に係わる多様な団体との連携・協働による様々な消費者教育・啓発の機会を通じ、消費者市民社会への参画を積極的に支援します。
- ・消費が社会や環境に与える影響等について学習するイベントなど市民参加型の事業を通じて、より多くの市民が自主的に消費者市民社会について知り、理解し、行動できるよう、消費者市民意識の向上を図ります。

指 標	実績値 (27年度)	目標値 (33年度)
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

### 3 本市の関係施策との連携

- ・健康福祉局が策定する「名古屋市食の安全・安心の確保のための行動計画」及び「名古屋市食育推進計画」、環境局が策定する「なごや環境学習プラン」など、本市における消費生活に関連する施策と連携を図ります。



## 施策の柱8 消費者意見の反映

### 1 消費者意見の反映

#### (1) 消費者意見の施策への反映

- ・消費者行政の推進にあたっては、公募の名古屋市消費生活調査員、事業ごとに実施するアンケートの結果や市政アンケート等を活用し、広く消費者の意見、要望等を把握して、施策に反映するよう努めます。

#### (2) 名古屋市消費者教育推進地域協議会の開催

- ・名古屋市消費生活審議会を消費者教育推進法第20条に基づく「消費者教育推進地域協議会」として位置付け、消費者教育に関する情報交換や調整を行います。
- ・消費生活審議会を消費者教育推進計画に掲げる施策の実施について進捗状況の報告や検証、また計画の見直しについて意見を聴く場とします。

#### (3) 消費生活審議会への公募委員の登用

- ・消費生活審議会の消費者委員として公募により市民を登用し、消費者の意見を消費者行政に反映します。

### 2 消費者と事業者の連携の促進

#### (1) 消費者と事業者の交流機会の提供

- ・消費者の意見が事業者の事業活動に反映され、健全な消費市場の実現につながるよう、消費生活に関するイベントなど協働による事業を実施し交流の機会を提供します。

#### (2) 事業者による消費者志向経営の促進

- ・事業者が消費者志向経営（消費者を重視した事業活動）に自主的に取り組むことを支援・促進するため、事業者を対象とした講演会や研修等を実施します。

## 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

#### 1 消費者事故情報の収集・報告、調査権限の受任

- ・商品やサービスの使用等により発生した消費者事故については、消費者安全法に基づき、迅速に消費者庁に通知します。
- ・本市では、消費者安全法で定められた生命・身体事案及び財産事案にかかる報告徴収や立入調査の権限を国から受任しており、国と連携・協力し、消費者被害の発生防止に努めます。

#### 2 製品表示等の適正化

- ・法令により権限が付与されている「消費生活用製品安全法」「家庭用品品質表示法」「電気用品安全法」「ガス事業法」に基づき、国の定める技術基準に適合した旨を示すP Sマーク等の表示について立入検査を実施し、消費生活の安全確保と表示の適正化を図ります。

#### 3 商品テスト結果の発信

- ・消費者への苦情相談事案の周知や商品の取り扱いにかかる注意喚起を目的として、消費生活センターで実施した苦情相談テストの結果を、ウェブサイトや消費生活情報誌等を通じて情報提供します。

#### 4 リコール情報等の周知

- ・消費者事故やリコール製品の情報等について、消費者庁、独立行政法人国民生活センター、独立行政法人製品評価技術基盤機構等と連携をとりながら、ウェブサイトなどを用いた注意喚起、くらしの情報プラザやイベント等での周知・啓発を図ります。

#### 5 食の安全・安心の確保

- ・食の安全・安心を脅かす様々な事案が発生しており、消費者の食に対する関心が高まる中、食の安全・安心に関する消費者への普及啓発・情報提供や流通段階における食の安全・安心の確保などについて、「名古屋市食の安全・安心の確保のための行動計画」に基づき、庁内の関係部局と連携協力して食の安全・安心の確保を図ります。

## 施策の柱10 災害時における生活関連物資の安定供給

### 1 物資供給協定の締結事業者の拡充

- ・大規模災害時には、物流拠点の多くが被災することにより食料品や生活必需品などが市民等へ行きわたりにくくなることが予想されます。本市では、平常時から全国的な流通ネットワークをもつ大規模小売業者やコンビニエンスストアなどの民間事業者と連携を図るため、応急生活物資の供給協定を締結し、物資の調達元を確保するとともに集配体制の強化に努めます。

指 標	実績値 (27年度)	目標値 (33年度)
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

### 2 物資供給協定の締結事業者会議の開催

- ・災害時における生活関連物資の安定供給への協力を得るため、物資供給協定締結事業者と定期的な会議を開催し、情報の共有化を図ります。

### 3 中央卸売市場の連携協力

- ・食品流通に係る事業の災害時の維持または早期再開を目的として、市場関係者における連携・協力体制を推進することで中央卸売市場機能の維持を図ります。

## 施策の柱11 適正な計量の推進

### 1 事業者に対する適正な計量の検査・指導の推進

- ・取引や証明に使用されるはかり（質量計）について、計量法に基づく定期検査を着実に実施します。
- ・その他の特定計量器についても定期的に検査を実施するほか、消費者が安心して商品を購入することができるよう、量目（内容量）の検査を行い、その結果に基づき不適正事業者への指導強化を図ります。

## はかり（質量計）の定期検査

小売店や病院、学校などで取引や証明に使用するはかりは、製造時に厳密に検査されていますが、長期間の使用により誤差が生じることがあるため、計量法により2年に1回定期検査を受けることが義務付けられています。

## 量目（内容量）の検査

計量法では、商品を計量して販売するときには正確に計量するように努めなければならず、認められた許容誤差（「量目公差」といい、不足の場合にのみ適用されます。）の範囲内での計量を義務付けています。

量目検査とは、スーパー等で販売されている商品の内容量が、表示された内容量に対し量目公差の範囲内であるかどうかを、実際にはかって検査するものです。

不足商品を発見した場合は、できる限り原因の調査と指導を行い、不足割合が多い事業者については、改善状況を確認するため再立入検査を実施します。繰り返し指導を行っても改善が見られないときは、法に基づく勧告・公表を検討するなど、指導強化を図ります。

指 標	実績値 (27年度)	目標値 (33年度)
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)

※計画期間の5年間で、検査の対象としている約200事業所について立入検査をします。

## 2 計量に関する知識の普及

- ・消費者や事業者が計量に関する正確な知識を持つことにより、計量器や内容量についての理解と関心を高め、安心して消費生活を送ることができるよう、イベントやウェブサイト等において計量に関する知識の普及に努めます。

## 第 5 章 プランの進行管理

### 1 進行管理の方法

毎年度、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。

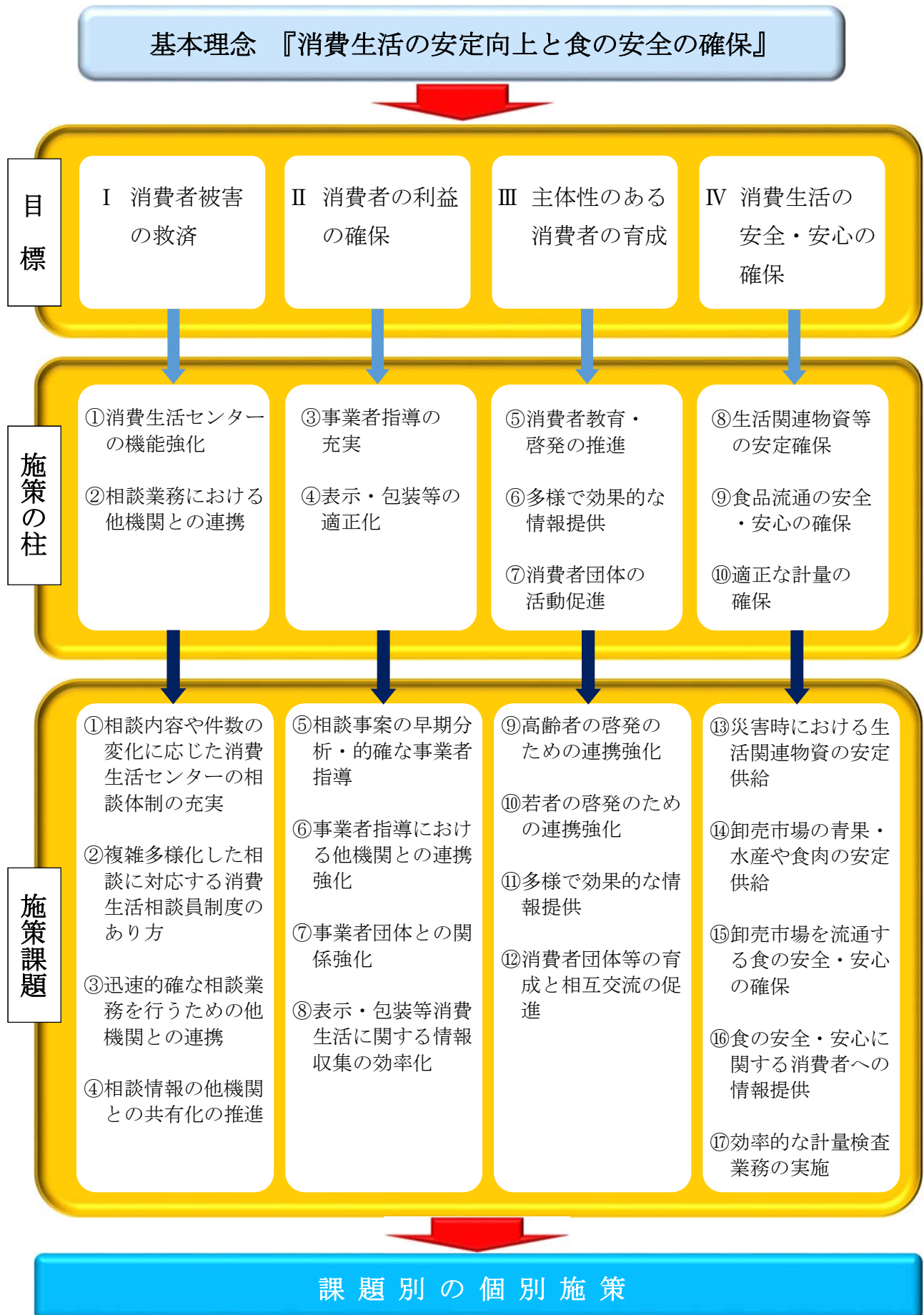
### 2 プランの見直し

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。

# 【参考資料】

## ◎ 第1次プランの体系



## ◎ 第1次プランの指標及び目標値

≪各施策の柱における個別指標≫

(平成27年4月一部改定)

区分	施策の柱	指標	実績値 (23年度)	実績値 (27年度)	目標値 (28年度)
目標Ⅰ 消費者被害 の救済	1 消費生活セン ターの機能強 化	① 相談員のあっせん解決率 ② 電子メール相談件数	85% —	95% 年182件	90% 年280件
	2 相談業務にお ける他機関と の連携	③ 弁護士会等他機関への情報提供件数 ④ 情報共有のための会議開催・参加数	62件 13回	38件 13回	70件 18回
目標Ⅱ 消費者の 利益の確保	3 事業者指導の 充実	⑤ 相談分析会議の取扱事例数 ⑥ 消費生活センター所長による事業者指 導の件数	20件 3件	33件 2件	30件 6件
	4 表示・包装等 の適正化	⑦ 立入検査の事業者数	25事業者	87事業者	90事業者
目標Ⅲ 主体性のあ る消費者の 育成	5 消費者教育・ 啓発の推進	⑧ 出張講座の実施数、参加者数 ⑨ 消費生活センター等で開催する講座の 実施数、参加者数	76回 5,242人 36件 1,972人	87回 4,573人 42件 2,959人	100回 6,000人 70件 5,000人
	6 多様で効果的 な情報提供	⑩ 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 ⑪ 消費生活センターのウェブサイトアク セス数	— 265,322件	52.1% 360,007件 (26年度)	57% 33万件
	7 消費者団体の 活動促進	⑫ 消費生活フェアの参加団体数	8団体	9団体	10団体
目標Ⅳ 消費生活の 安全・安心 の確保	8 生活関連物資 等の安定確保	⑬ 物資供給協定の締結事業者数	18社	24社	24社
	10 適正な計量 の確保	⑭ 量目検査の不足率	4.2%	3.0%	2.0%

※指標⑩について、平成27年3月ウェブサイト改編に伴い、集計方法を変更

※施策の柱9については、目標達成のため項目を削除