

# 経済水道委員会

## 説明資料

第2次名古屋市消費者行政推進プラン（案）について

平成28年12月5日

市民経済局

# 目 次

頁

|   |                     |   |
|---|---------------------|---|
| 1 | プランの基本的な考え方 .....   | 1 |
| 2 | 消費生活をめぐる現状と課題 ..... | 1 |
| 3 | 消費者施策の展開 .....      | 2 |
| 4 | 目標別の具体的施策 .....     | 2 |
| 5 | プランの進行管理 .....      | 9 |
| 6 | 今後の予定 .....         | 9 |

## 1 プランの基本的な考え方

| 区 分   | 内 容                                                                    |
|-------|------------------------------------------------------------------------|
| 策定の趣旨 | 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、今後取り組むべき課題や施策の方向性を示すもの                       |
| 位置付け  | ・名古屋市消費生活条例第29条第1項に基づく総合的な計画<br>・消費者教育の推進に関する法律第10条第2項に基づく市町村消費者教育推進計画 |
| 計画期間  | 平成29年度から平成33年度までの5年間                                                   |
| 策定の体制 | 学識経験者、消費者、事業者などで構成する「名古屋市消費生活審議会」に諮問し、プランの内容を協議                        |

## 2 消費生活をめぐる現状と課題

### (1) 現状

- ・高度情報化の進展に伴うインターネットや情報通信機器に関連した相談の増加など、消費生活相談の内容の多様化・複雑化
- ・高齢者等を狙った悪質商法や劇場型勧誘など詐欺的な手口が絶えず発生
- ・消費者教育の推進に関する法律の施行による、体系的・効果的な消費者教育推進の要請
- ・自動車のリコールや化粧品による健康被害など、重大な製品事故が相次ぎ発生

### (2) 課題

- ・多様化・複雑化する相談への的確な対応
- ・高齢者など特に配慮を要する消費者を見守る仕組みづくり
- ・ライフステージに応じた消費者教育の推進と消費者市民の育成
- ・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る取り組み

### 3 消費者施策の展開

#### (1) 目指す姿

市民の消費生活の安定及び向上の確保

#### (2) 目標

|     |                                              |
|-----|----------------------------------------------|
| I   | 消費者被害の防止及び救済                                 |
| II  | 主体性のある消費者の育成、～消費者市民社会の実現～<br>(名古屋市消費者教育推進計画) |
| III | 消費生活の安全・安心の確保                                |

### 4 目標別の具体的施策

#### (1) 目標 I

「消費者被害の防止及び救済」

#### ア 施策展開

##### (ア) 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
  - ・消費者被害防止啓発紙の作成・配布
  - ・ウェブサイトやSNSを活用した消費生活情報等の発信
  - ・マスコミの活用や様々な媒体を通じた情報提供、講座の開催
- 他機関・団体との連携
  - ・国、県、警察や弁護士会等との連携
  - ・消費者団体・事業者団体等との連携
  - ・適格消費者団体（差止請求権を適切に行使できる団体として国が認定）との連携

(イ) 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

- ・高齢者や若者などの相談に対する消費生活相談員の積極的なあっせん等
- ・障害者・外国人をはじめ誰もが相談しやすい体制づくり

○消費生活相談員の知識能力の向上

- ・消費生活相談員に対する専門研修の充実
- ・弁護士会との情報交換等による知識の向上

○相談窓口の充実

- ・架空請求ホットダイヤル
- ・サラ金・多重債務特別相談
- ・金融商品・高齢者悪質商法110番
- ・電子メール相談
- ・インターネットトラブルに関する相談対応の充実

○消費生活センターの認知の向上

- ・ウェブサイトやイベントの機会など各種広報媒体を通じた消費生活センターの役割等の周知

(ロ) 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

- ・業務改善の指導、消費生活センターへの来所の要請等

○事業者団体との情報交換

- ・情報提供や意見交換による業界内の自主的な取り組みの促進

○取締り・指導監督機関との連携

- ・連絡会議を通し、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

(I) 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】

- ・高齢者福祉部門などで推進する見守り活動のネットワークとの連携等
- ・地域や福祉関係事業者など高齢者を地域で見守る人のための研修機会の提供
- ・いきいき支援センターなど高齢者等の各種相談窓口との連携
- ・地域における出張講座の実施や情報提供

○高齢者等に対する消費者教育・啓発の推進

- ・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出張講座の実施等
- ・知的障害者・精神障害者を対象とした金銭教育の実施等

イ 指標と目標値

| 指 標                                | 実績値<br>(平成27年度) | 目標値<br>(平成33年度)        |
|------------------------------------|-----------------|------------------------|
| 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%                    |
| 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                   |
| 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<br>1,000人<br>(毎年度) |

## (2) 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)

### ア 施策展開

#### (7) 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

- ・ 幼児向けの出張講座の実施
- ・ 小中学校における消費者教育の支援等
- ・ 高校生向けの消費者市民社会について理解を深める取り組みの推進等

##### ○成人一般に対する消費者教育・啓発の推進

- ・ 消費生活センターにおける「くらしのゼミナール」などの実施等
- ・ 消費者被害に遭う機会が増える大学生への啓発等
- ・ 地域で活動する団体のニーズに応じた出張講座の実施
- ・ 新入社員向けの啓発資材の提供や出張講座の実施

##### ○高齢者に対する消費者教育・啓発の推進

- ・ 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出張講座の実施等（再掲）

#### (8) 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】

- ・ 小中学校の授業への消費者教育コーディネーターの派遣等
- ・ 教員を対象にしたセミナーの開催等
- ・ DVD、図書等の貸し出しや外部講師派遣団体リストの提供等

##### ○地域における人材の育成・連携・支援

- ・ 地域や福祉関係事業者など高齢者を地域で見守る人のための研修機会の提供（再掲）
- ・ 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の連携（再掲）
- ・ いきいき支援センターなど高齢者等の各種相談窓口との連携（再掲）
- ・ 地域における出張講座の実施や情報提供（再掲）

(v) 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

- ・国やNPO等の団体、事業者・事業者団体や法律専門家のほか、大学・高校など多様な主体との連携・協働等

○消費者市民社会への参画支援

- ・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支援等

○本市の関係施策との連携

- ・食の安全・安心や環境など、本市における消費生活に関連する施策との連携

(i) 施策の柱8 消費者意見の反映

○消費者意見の反映

- ・消費生活調査員の公募や事業ごとのアンケート等の実施
- ・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への公募委員の登用

○消費者と事業者の連携の促進

- ・消費者と事業者の交流機会の提供
- ・事業者による消費者志向経営の促進



イ 指標と目標値

| 指 標                               | 実績値<br>(平成27年度) | 目標値<br>(平成33年度) |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------|
| 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<br>6,335人  | 240回<br>10,000人 |
| 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           |
| 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) 目標Ⅲ

「消費生活の安全・安心の確保」

#### ア 施策展開

##### (7) 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

- ・商品・サービスの使用等により発生した消費者事故について消費者庁に通知するとともに、国から受任した権限により、生命、身体等に係る消費者事故の報告徴収や立入調査を実施し、被害の発生を防止

###### ○製品表示等の適正化

- ・法令に基づき立入検査を実施し、製品表示等の適正化を確保

###### ○商品テスト結果の発信

- ・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のため、消費生活センターで実施した商品テスト結果を発信

###### ○リコール情報等の周知

- ・国や関係団体と連携し、消費者事故やリコール製品の情報について、ウェブサイトなどを用いた注意喚起、周知・啓発を実施

###### ○食の安全・安心の確保

- ・「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、食の安全・安心を確保

##### (7) 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

- ・応急生活物資の供給協定を民間事業者と締結し、物資の調達元を確保

###### ○物資供給協定の締結事業者会議の開催

- ・災害時に生活関連物資の安定供給への協力を得るため、締結事業者と定期的な会議を開催

###### ○中央卸売市場の連携協力

- ・市場関係者における連携協力による災害時の中央卸売市場機能の維持

(ウ) 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

- ・計量法に基づきはかりや量目（内容量）について検査し、適正な計量を推進

○計量に関する知識の普及

- ・消費者や事業者に対し、イベントやウェブサイト等で計量に関する正確な知識を普及啓発

イ 指標と目標値

| 指 標                      | 実績値<br>(平成27年度) | 目標値<br>(平成33年度) |
|--------------------------|-----------------|-----------------|
| 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           |
| 中元期・年末期における商品量目検査数       | 1,825件          | 2,000件<br>(毎年度) |

5 プランの進行管理

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、名古屋市消費生活審議会は、その状況について確認、検証を実施する

6 今後の予定

| 時 期        | 内 容          |
|------------|--------------|
| 平成29年1月～2月 | パブリックコメントの実施 |
| 平成29年3月    | 策定・公表        |

