

(全体概要版)**第4次千葉市消費生活基本計画骨子(案)**

※計画期間：令和5年度～令和9年度（5年間）

※千葉市基本計画の政策の一つである「安全・安心な市民生活を守る」と連携した個別部門計画。

1 策定の趣旨

千葉市消費生活条例の基本理念である、消費者の権利確立及び自立支援による、安全で安心できる暮らしの実現に向けた消費者施策の推進のために策定。

2 消費者を取り巻く現状**① 高齢化の進行**

高齢者人口の増加に加え、判断力等が不十分となった方の消費者被害の増加が懸念される。

② 世帯の単身化・地域コミュニティの衰退等

地域コミュニティの衰退等により、孤立化した単身高齢者等は、相談できる家族や近隣に相談できる人もいないため一人で抱えこんでしまい、消費者被害の更なる増加や深刻化が懸念される。

③ 成年年齢の引き下げ

未成年者取消権が行使できなくなる18歳～19歳の消費者被害の増加が懸念される。

④ デジタル化の進展・電子商取引の拡大

電子商取引の拡大に伴い、インターネット通販での契約・決済の手続きが多様化して容易になった反面、消費者被害も複雑・多様化している。

⑤ 自然災害

自然災害等により、住宅の補修等による生活基盤の再建に乗じた悪質商法や義援金詐欺等の消費者被害の増加が懸念される。

3 取り組むべき課題**① 消費生活の安全・安心の確保**

商品・サービスには、生命・身体などに影響を及ぼすこともある中、取引環境が多様化しているため、消費生活の安全・安心を確保することは、消費者が日常生活を送る上で、最も必要不可欠なことである。

② 消費者被害の未然防止及び救済

電子商取引の拡大等に伴い、消費者トラブルの多様化・増加が懸念されるため、引き続き被害の未然防止のための教育・啓発及び被害救済のための相談体制の強化・相談員の能力向上を図る必要がある。

③ ライフステージに対応した消費者教育の推進

成年年齢引き下げなど、消費者のライフスタイルやニーズに合わせた消費者被害防止のための教育及びよりよい社会の発展に積極的に関わることで自立した消費者の育成を推進していく必要がある。

4 基本理念

基本理念＝千葉市消費生活条例第2条に基づく7つの消費者の権利（ア～キ）の確立が図られるとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援する。

ア 消費生活において生命、身体及び財産を侵されない権利

イ 商品及びサービスについて適正な表示等が行われることにより、適切な選択ができる権利

ウ 適正な取引環境の下で取引を行う権利

エ 消費生活において不当に受けた被害から適切かつ迅速に救済される権利

オ 消費生活を自立して営む上で必要な知識について学習し、及び教育を受ける機会が提供される権利

カ 消費生活を営む上で必要な情報を適切かつ迅速に知ることができる権利

キ 自らの意見が消費者施策に十分に反映される権利

5 主な具体的施策**基本的方向1 消費生活の安全・安心の確保（基本理念：ア・イ・ウ・カ）**

消費者は、生活の中で様々な商品やサービスを利用している。その中でも、購入する機会の多いものや、生命・身体への影響が大きいもの、財産価値の高いものなどについては、特に安全性の確保が重要である。安全性が確保されない場合、消費者が安心して消費することができないため、消費行動が滞り、経済にも悪影響を与える。

また、商品やサービスに関する内容や量目等の情報が、正しく表示されていることは、適正な取引環境を確保するための基礎となる。

課題1 商品・サービスの安全性の確保**課題2 関係機関との連携****課題3 適正な表示の推進****課題4 適正な計量の推進****基本的方向2 相談による消費者の救済（基本理念：エ・キ）**

消費者トラブル等に巻き込まれた消費者にとって、消費生活相談はこころの拠り所になる。消費生活相談は内容も様々であり、しかも日々変化しているため、相談員には高い能力が求められるだけでなく、SNS等を活用した相談体制を整備するなど、消費者にとって利用しやすい環境を整えることが重要である。

課題5 相談体制の強化【重点課題】**課題6 関係機関との連携****基本的方向3 自ら考え行動する自立した消費者の育成（消費者教育推進計画）（基本理念：オ・カ・キ）**

平成24年12月に消費者教育の推進に関する法律が施行され、市町村には消費者教育推進計画策定の努力義務が課せられた。消費者は消費者教育を受けることで成長し、消費者被害を防止できるようになるほか、社会や環境に対し積極的に行動することも期待できる。

課題7 消費者被害防止のための教育【重点課題】

(分類1)消費者被害防止に係る教育の推進

(分類2)消費者被害防止に係る啓発活動の促進

(分類3)消費者被害防止のための見守り体制の強化

課題8 自立した消費者になるための教育【重点課題】(新)

(分類1)食に関する教育の推進

(分類2)情報とメディアに関する教育の促進

(分類3)持続可能な開発のための教育（環境教育）の促進

(分類4)持続可能な開発のための教育（国際理解教育）の促進

(分類5)消費生活の様々な分野における教育の促進

課題9 事業者及び事業所への教育

(分類1)事業所への消費生活に係る啓発活動と教育の推進

(分類2)職域における消費者教育の促進

課題10 担い手の育成・支援【重点課題】

(分類1)関係機関との連携

(分類2)地域団体や事業者等の消費者教育活動支援

※分類については、現時点では第3次基本計画の内容を記載しています。

第3次千葉市消費生活基本計画と第4次千葉市消費生活基本計画との比較

第3次千葉市消費生活基本計画

第4次千葉市消費生活基本計画

基本理念（7） （千葉市消費生活条例）

- ア 消費生活において生命、身体及び財産を侵されない権利
- イ 商品及びサービスについて適正な表示等が行われることにより、適切な選択ができる権利
- ウ 適正な環境の下で取引を行う権利
- エ 消費生活において不当に受けた被害から適切かつ迅速に救済される権利
- オ 消費生活を自立して営む上で必要な知識について学習し、及び教育を受ける機会が提供される権利
- カ 消費生活を営む上で、必要な情報を適切かつ迅速に知ることができる権利
- キ 自らの意見が消費者施策に十分に反映される権利

基本的方向性（4）

- （基本理念 ア）
基本的方向1
「消費生活の安全・安心の確保」
- （基本理念 イ・ウ・カ）
基本的方向2
「適正な取引環境の確保」
※① 方向2を方向1に統合
- （基本理念 エ・キ）
基本的方向3
「相談による消費者被害の救済」
- （基本理念 オ・カ・キ）
基本的方向4
「自ら考え行動する自立した消費者の育成」
（消費者教育推進計画）

課題（14）

- 課題1 食品の安全性の確保
- 課題2 住まいの安全性の確保
- 課題3 生活用品の安全性の確保
※② 課題1～3を統合
- 課題4 関係機関との連携
- 課題5 適正な表示の推進
- 課題6 適正な計量の推進
- 課題7 生活関連商品の調査、安定供給
※③ 課題7を削除
- 課題8 消費者被害の救済【重点課題】
- 課題9 相談体制の強化
※④ 課題8を課題9に統合
- 課題10 関係機関との連携
- 課題11 消費者被害防止のための教育【重点課題】
- 課題12 自立した消費者になるための教育
- 課題13 事業者及び事業所への教育
- 課題14 担い手の育成・支援【重点課題】

基本理念（7） （千葉市消費生活条例）

- ア 消費生活において生命、身体及び財産を侵されない権利
- イ 商品及びサービスについて適正な表示等が行われることにより、適切な選択ができる権利
- ウ 適正な環境の下で取引を行う権利
- エ 消費生活において不当に受けた被害から適切かつ迅速に救済される権利
- オ 消費生活を自立して営む上で必要な知識について学習し、及び教育を受ける機会が提供される権利
- カ 消費生活を営む上で、必要な情報を適切かつ迅速に知ることができる権利
- キ 自らの意見が消費者施策に十分に反映される権利

基本的方向性（3）

- （基本理念 ア・イ・ウ・カ）
基本的方向1
「消費生活の安全・安心の確保」
- （基本理念 エ・キ）
基本的方向2
「相談による消費者被害の救済」
- （基本理念 オ・カ・キ）
基本的方向3
「自ら考え行動する自立した消費者の育成」
（消費者教育推進計画）

課題（10）

- 課題1 商品・サービスの安全性の確保
- 課題2 関係機関との連携
- 課題3 適正な表示の推進
- 課題4 適正な計量の推進
- 課題5 相談体制の強化【重点課題】
- 課題6 関係機関との連携
- 課題7 消費者被害防止のための教育【重点課題】
- 課題8 自立した消費者になるための教育【重点課題】(新)
※⑤ 課題8を重点課題に追加
- 課題9 事業者及び事業所への教育
- 課題10 担い手の育成・支援【重点課題】

変更理由

- ※① 取引環境が多様化する中、消費生活の安全・安心の確保を目指すには、商品・サービスそのものの安全性を確保することと同時に、消費者が商品・サービスを選択する際に適正な取引環境が確保されていることが必要不可欠であるため、統合して一体的にとらえることとする。
- ※② 取引環境が多様化する中、商品・サービスの内容ごとに安全性の確保を目指すのではなく、包括的に安全性を確保していくことが必要不可欠であるため、統合する。
- ※③ 流通網の発達や、店舗の系列化・郊外型大規模店舗の増加などにより供給は安定しており、物価の地域差は薄れていることから課題としては削除する。生活関連商品については、価格動向等を把握するため、国（総務省統計局）の小売価格統計調査のデータ等により情報収集しており、必要に応じて消費者へ公表していく。
- ※④ 消費者被害の救済を行うには相談員の能力向上だけでなく、SNSを活用した相談など、消費者の相談ニーズに合わせた相談体制を強化していくことが必要のため、統合して一体的にとらえることとした。
- ※⑤ 経済社会や環境に影響を与えるエシカル消費（人と社会、環境に配慮した消費行動）の実践は、SDGs（持続可能な開発目標）の達成への寄与のみならず、「自ら行動する消費者」を育てるためにも重要なことから、食育・環境教育などと併せた消費者教育及びライフステージに応じた消費者教育の推進が重要であるため、新たに重点課題として設定した。