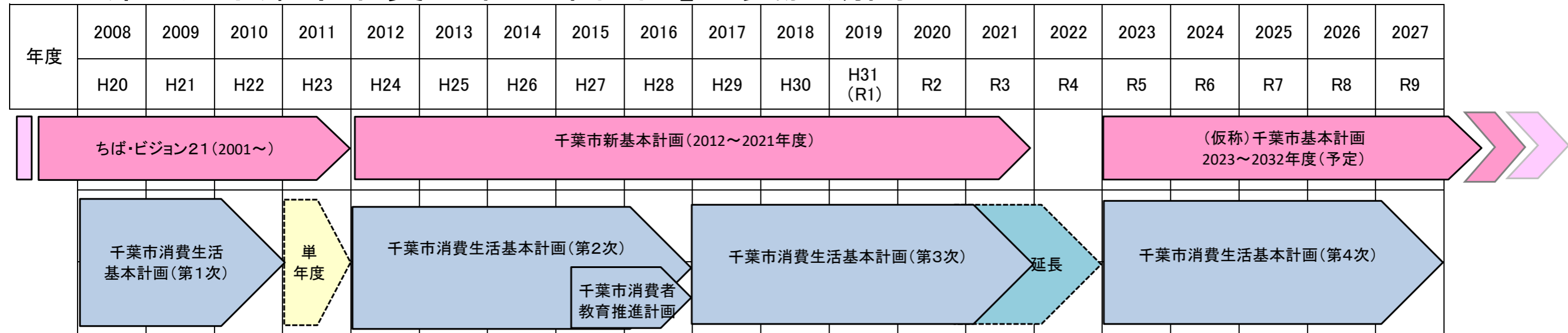


「第3次千葉市消費生活基本計画」の実施期間について

資料1-1



○第3次千葉市消費生活基本計画の策定経緯

本市では、平成2年に千葉市消費者保護条例を施行し、平成18年7月に全部改正、現在の千葉市消費生活条例を施行した。条例の基本理念である、消費者の権利の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、千葉市消費生活基本計画(第1次:2008~2010年度、第2次:2012~2016年度)を策定しました。

また、2012年12月に「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。)」が施行され、千葉市消費者教育推進計画(2015~2016年度)を策定しました。

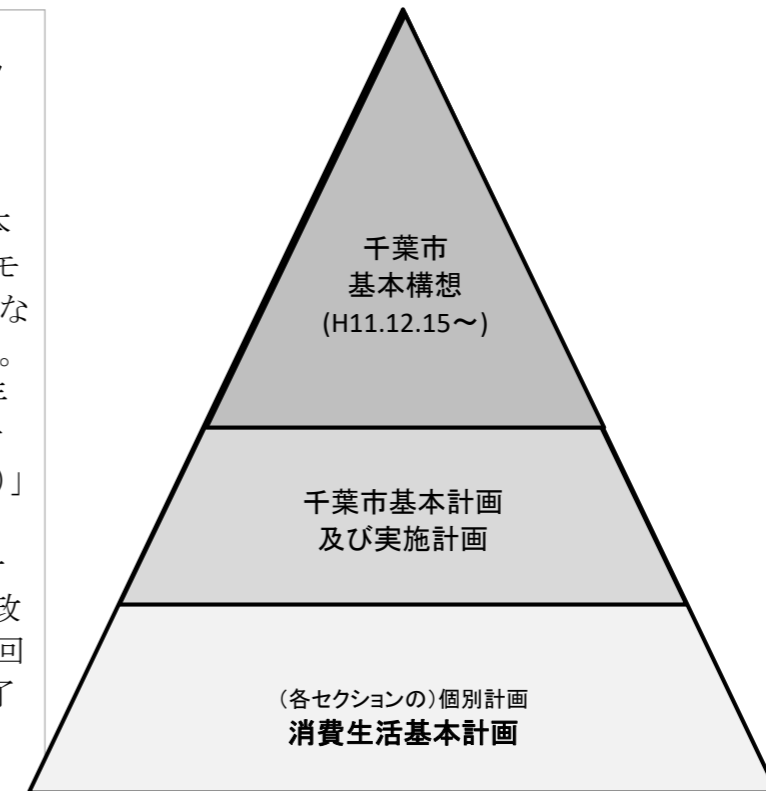
第3次千葉市消費生活基本計画は、第2次千葉市消費生活基本計画と千葉市消費者教育推進計画を統合し、体系的に消費者施策を推進することを目的として策定されました。期間は2017~2021年度の5年間になります。

○第3次千葉市消費生活基本計画の延長について

第3次千葉市消費生活基本計画は、「千葉市新基本計画(2012~2021年度)」の施策の一つである「ひと・モノ・情報がつながる、生活基盤の充実した安全で快適なまちへ」との整合性を考慮して作られた個別計画です。

この二つの計画は目標年次(期間)がどちらも2021年度末であったため、次期計画の策定も同時になると考えられていました。しかし、次期「千葉市基本計画(仮)」の策定は2023年度からと決まりました。

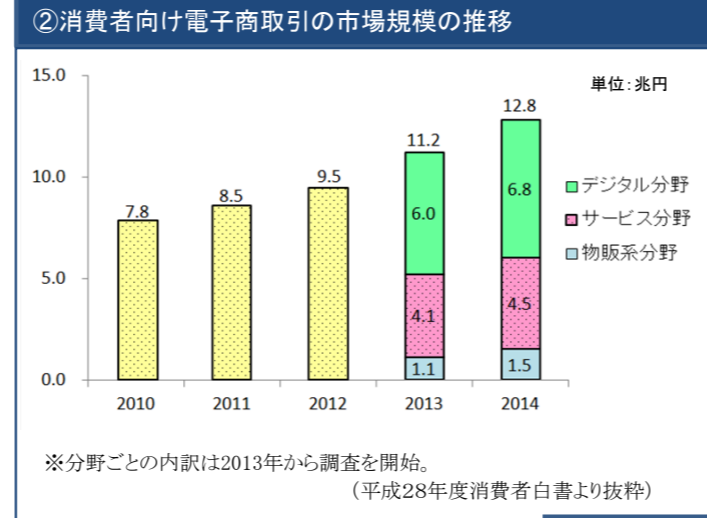
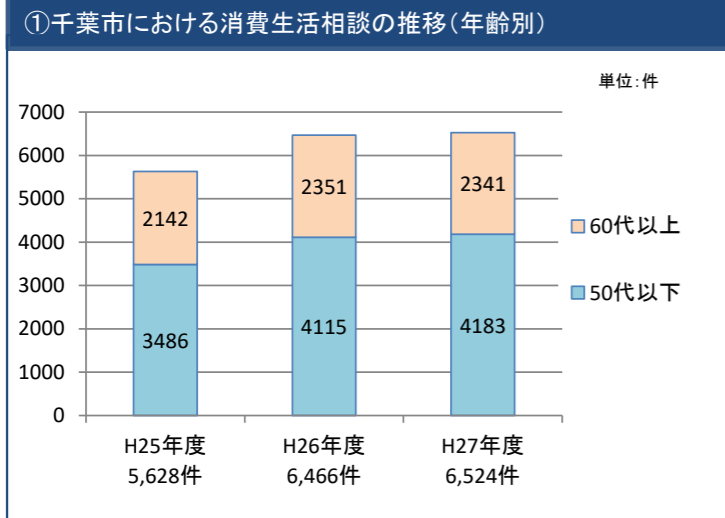
「千葉市基本計画」は、消費生活基本計画の上位計画であるため、策定期間を合わせることで、円滑な市政の運営につながると考えられたため、令和元年度第1回消費生活審議会において事務局より説明し、延長を了承されました。



1 消費者の現状・課題

高齢化・高度情報化・グローバル化の進展により、消費者の現状は大きく変化している。

- ①消費生活相談件数の増加(特に高齢者を中心とした消費者被害の深刻化)
- ②消費者を取り巻く取引環境の変化(インターネットによる取引増加、クレジットカードや電子マネー等決済手段の多様化等)
- ③自身が消費者として充実した消費生活を送るだけでなく、地域の見守りや、消費が環境や発展途上国に与える影響を理解し、持続可能な開発のために、自ら考え行動する自立した消費者育成の必要性



2 千葉市の施策推進状況

以下の計画に基づき消費者施策を推進している。

- ・第2次千葉市消費生活基本計画(H24~28)
- ・千葉市消費者教育推進計画(H27~28)

3 計画策定の視点

- (1)既存の計画(第2次千葉市消費生活基本計画及び千葉市消費者教育推進計画)の統合
- (2)消費者が商品・サービスの安定や、適正な取引環境を確保するための、事業者指導や市場の監視等の継続(主に第2次千葉市消費生活基本計画)
- (3)消費者トラブルの救済に直結する消費生活相談の充実
- (4)「自ら考え行動する自立した消費者」を育成するための消費者教育の充実

4 第3次千葉市消費生活基本計画の概要

- ①目的 消費者の権利を確立するとともに、自立を支援し、自ら考え行動する自立した消費者を育成し、千葉市に関わる全ての消費者が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。
- ②期間 5年間(平成29年度から33年度)
- ③重点課題 消費生活相談の増加や、消費者教育の効果的な推進を考慮し、「基本的方向3__課題1__消費者被害の救済」「基本的方向4__課題1__消費者被害防止のための教育」「基本的方向4__課題4__担い手の育成・支援」を重点課題とする。
- ④点検・評価 年度当初に実施予定を定める。年度終了後には実施状況の確認及び点検・評価を行い、千葉市消費生活審議会に報告の上、市民に公表。

基本的方向1 消費生活の安全・安心の確保

消費者が安全、安心な消費生活を送ることができるよう、市場で流通している商品・サービス等について、監視指導、検査、相談業務などの施策を実施する。また、関係機関と連携により、施策を効果的に推進する。

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 課題4 関係機関との連携

基本的方向2 適正な取引環境の確保

商品の内容、品質や製造者の情報が適切に表示されていることや、量目に誤りがないことなど、消費者が安心して商品を購入するための取引環境を整備するため、個別の商品について検査等の施策を実施するとともに、商品が滞りなく、市場に供給されるための施策を実施する。

課題1 適正な表示の推進 課題2 適正な計量の推進
課題3 生活関連商品の調査、安定供給

基本的方向3 相談による消費者被害の救済

消費生活相談は増加傾向にあり、消費者トラブルに巻き込まれた消費者を救済するため、様々な形で相談を実施するとともに、消費者被害の早期把握や、相談員の質の向上、他の相談窓口との連携を図る。

課題1 消費者被害の救済【重点課題】 課題2 相談体制の強化
課題3 関係機関との連携

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)

消費者自身が自ら考え行動する自立した消費者として成長し、消費者被害に遭わない知識を保有することにとどまらず、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与していくよう、消費者教育に関する様々な分野において講座や啓発を行う。また、地域団体や事業者等、消費者教育の担い手となりうる様々な団体との連携や支援を通じて、さらなる消費者教育の推進を図る。

課題1 消費者被害防止のための教育【重点課題】

自ら考え行動する自立した消費者となるための第一歩として、消費者トラブルに遭遇したときに、回避を含めた適切な対応が取れるよう、講座や啓発を行う。また、地域における見守り活動を促進する施策を実施する。

分類1 消費者被害防止に係る教育の促進
分類2 消費者被害防止に係る啓発の促進
分類3 消費被害防止のための見守り体制の強化

課題2 自立した消費者になるための教育

消費者自らの行動が、消費者自身やその家族の生命・身体・財産はもちろん、環境や社会に影響を与えることを自覚し、持続可能な社会の構築に積極的に参加できるよう、消費生活に関連する様々な分野の教育の提供等を行う。

分類1 食に関する教育の促進
分類2 情報とメディアに関する教育の促進
分類3 環境教育の促進(持続可能な開発のための教育①)
分類4 国際理解教育の促進(持続可能な開発のための教育②)
分類5 消費生活の様々な分野における教育の促進
分類6 消費者教育を促進するための取り組み

課題3 事業者及び事業所への教育

商品やサービスを提供する事業者についても、消費者目線での事業活動や、消費者及び事業所の職員に対する消費者教育の担い手である点に着目し、研修や講座を実施する。

分類1 事業者への消費生活に係る啓発活動と教育の促進 分類2 職域における消費者教育の促進

課題4 担い手の育成・支援【重点課題】

消費者教育は範囲が広く、また、幼児から高齢者までの世代に応じて推進する必要があることから、関係機関との連携を強化し、また、地域団体等の担い手の活動を支援する。

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