

第3章 施策の展開

1 プランの基本的な考え方

め ざ す 姿

**多様な主体との連携・協働による消費生活の安定・向上
及び消費行動を通じた持続可能な社会の実現**

課題

基本方針Ⅰ 消費者被害の防止及び救済

- 消費生活のデジタル化や国際化の進展により、事業者と消費者の情報格差がますます広がっても出現しています。多様化・複雑化する消費生活相談に対応する必要があります。また、不適正な取引行為を行う事業者に対しては消費生活条例に基づく取引行為の適正化が
- 依然として高齢者からの相談が多く寄せられています。単身世帯の増加や地域社会における、高齢者の消費者被害が潜在化・深刻化する恐れがあり、被害の未然・拡大防止を図る必要があります。
- 近年、地震や台風などの自然災害が多発化・激甚化しています。また、令和2年には新型コケ、新しい生活様式が普及しました。これらの非常時や時代の変わり目に便乗した消費者被害があります。

基本方針Ⅱ 主体性のある消費者の育成～消費者の自立支援と持続可能な社会の形成～

- 高齢化の進行や成年年齢の引下げ等に伴う消費者被害の増加が懸念されます。消費者被害に意思決定ができる「自立した消費者」を育成する必要があります。
- 消費者教育の推進には、様々な立場の人がつながり、それぞれの知識や活動を結び付けて新必要です。行政はそのつながりを生み出すためのコーディネート機能を発揮、強化していく
- SDGs達成に向けて、消費者団体や事業者、学生、行政など多様な主体が協働・連携し、「どに取り組む必要があります。

基本方針Ⅲ 消費生活の安全・安心の確保

- 消費生活のデジタル化や国際化の進展に伴い、インターネット通販で購入した製品や輸入製増加傾向にあり、消費者事故の未然・拡大防止のための迅速かつ有効な情報提供が求められ
- 消費者が安心して商品を選択することができるよう事業者が適正な表示等を行うことが求め
- 近年、地震や台風などの自然災害が多発化・激甚化しています。また、令和2年には新型コケ、新しい生活様式が普及しました。これらの非常時や時代の変わり目に便乗した消費者被害があります。【再掲】

第2次プランをベースに、第2章「消費生活をめぐる現状」を踏まえ、3つの基本方針のもと以下のとおり課題を分析し、取り組みの方向性を示します。

取り組みの方向性

ており、立場を悪用する事業者
求められています。

コミュニティ機能の低下等によ
めに周囲の方の見守りを充実さ

ロナウイルス感染症の拡大を受
害の発生にも対応していく必要

- ◆多様化・複雑化する消費者被害に対応するための相談体制の確保及び被害防止のための情報発信
- ◆不適正な取引行為を行う事業者に対する早期調査及び指導による是正措置
- ◆地域団体や事業者、消費者団体等と連携した効果的で一体的な見守り活動の推進
- ◆災害時の消費者被害の未然・拡大防止のための情報発信及び相談体制等について国等の動向を踏まえ検討

遭わない、主体的かつ合理的な
たな取り組みを創出することが
ことが求められています。
エシカル消費」の普及・啓発な

- ◆消費者のライフステージや多様な特性、学校・地域・職場等の様々な場に応じた消費者教育の機会の提供及び消費者教育の担い手の育成
- ◆多様な主体や場の「つながり」を創出するためのコーディネート機能の強化
- ◆SDGs達成のための消費行動の促進

品による重大事故の発生件数が
ています。
られています。
ロナウイルス感染症の拡大を受
害の発生にも対応していく必要

- ◆消費者事故の未然・拡大防止のための迅速かつ有効な情報提供の充実
- ◆販売事業者等の法令遵守に対する取り組みの促進
- ◆災害時の消費者被害の未然・拡大防止のための情報発信及び相談体制等について国等の動向を踏まえ検討【再掲】

2 プランの体系

基本方針	施策の柱
I 消費者被害の防止及び救済	①消費生活相談の機能強化 ②取引行為の適正化の推進 ③高齢者等を地域で見守る体制の構築 ④自然災害等の発生に関連した消費者被害の防止
II 主体性のある消費者の育成 ～消費者の自立支援と持続可能な社会の形成～ <名古屋市消費者教育推進計画>	⑤ライフステージや様々な場に応じた消費者教育・啓発の推進 ⑥つながりを創出するためのコーディネート機能の強化 ⑦SDGs達成のための消費行動の促進
III 消費生活の安全・安心の確保	⑧消費者事故の未然・拡大防止 ⑨商品の表示等の適正化 ⑩自然災害の発生等の非常時における消費生活の安全・安心の確保

重点施策	関連するSDGsのゴール
◎市政アンケートの結果を踏まえ、最も市民が消費者行政に期待する施策であり、消費者被害の未然・拡大防止に有効である相談事例の早期分析・適切な事業者指導に重点的に取り組みます。 施策の柱2 p 27 ◎高齢化の進行や単身世帯の増加を踏まえ、高齢者等の消費者被害の未然・拡大防止を図るために、高齢者等を地域で見守る体制の構築に重点的に取り組みます。 施策の柱3 p 29.30	1 貧困をなくそう 3 すべての人に健康と福祉を 4 質の高い教育をみんなに 10 人や国の不平等をなくそう 11 住み続けられるまちづくりを 12 つくる責任 つかう責任 16 平和と公正をすべての人に 17 パートナシップで目標を達成しよう
◎高齢化の進行や成年年齢の引下げを踏まえ、消費者被害に遭わない自立した消費者を育成するため、ライフステージや様々な場に応じた消費者教育に重点的に取り組みます。 施策の柱6 p 34.35.36 ◎SDGs達成に向けた機運の高まりや、本市が「SDGs未来都市」に選定されたことを踏まえ、SDGs達成のための消費行動の促進に重点的に取り組みます。 施策の柱7 p 40.41	1 貧困をなくそう 4 質の高い教育をみんなに 12 つくる責任 つかう責任 14 海の豊かさを守ろう 15 陸の豊かさを守ろう 17 パートナシップで目標を達成しよう
◎商品・サービスやその取引方法が多様化する中で、製品事故等を防ぐために消費者事故情報等の発信に重点的に取り組み、消費者への注意喚起を行います。 施策の柱8 p 42	2 飢餓をゼロに 3 すべての人に健康と福祉を 11 住み続けられるまちづくりを 12 つくる責任 つかう責任

第3章 施策の展開

3 具体的施策

第2次プランの検証を行い、第3次プランの策定の検討を開始した令和2年度時点で「新規」・「拡充」の整理をしております。(記載がないものは、継続して実施しているものです。)

基本方針Ⅰ 消費者被害の防止及び救済

市民の消費生活の安定・向上に向けて、消費者被害の未然・拡大防止及び救済のための施策を実施します。

施策の柱1 消費生活相談の機能強化

関連するゴール・・・



消費者を取り巻く環境は、日々変化しています。複雑化・多様化する消費者被害に対し、的確・迅速な消費生活相談への対応や注意喚起に取り組みます。また、様々な媒体や機会を活用し、積極的に消費生活センターの役割等について情報提供することにより、消費生活センターの認知度の向上を図り、消費者被害の未然・拡大防止につなげます。

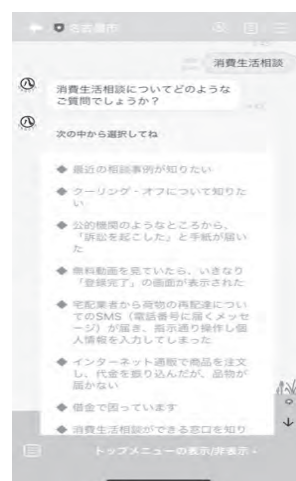
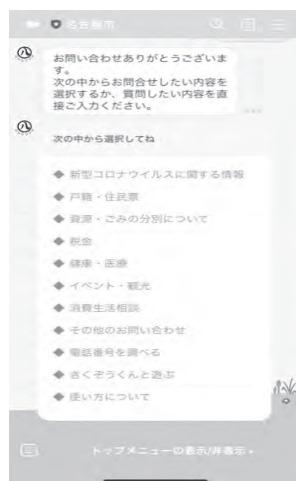
1 相談体制の充実

具体的施策	内容
相談体制の強化	多種多様な消費生活相談に対応するため、相談体制を強化 拡充(体制の増強)
弁護士による金融商品・高齢者・若者法律相談の実施	多種多様に存在するリスクの高い金融商品や、悪質事業者に狙われやすい高齢者や若者のトラブルに関する法律相談を実施
弁護士・司法書士によるサラ金・多重債務特別相談の実施	消費者金融等からの借金返済に関する法律相談を実施
メール相談の実施	相談者のライフスタイルにあわせ、ウェブサイトからいつでも相談内容を送信することができるメール相談を実施
AIの活用	チャットボット(自動応答プログラム)等を活用し、いつでも市民の知りたい消費者問題に対する対処法等を紹介

第3章 施策の展開

チャットボット

「チャット（会話）」と「ボット（ロボット）」を組み合わせた造語で、コンピューターと会話をしているようなやりとりができる自動応答プログラムです。トーク画面で、問い合わせたいことを入力して送信する、もしくは分野ごとに選択肢を選びながら進むと、あらかじめ準備された回答が表示されます。



2 相談員の対応力の向上

具体的施策	内容
研修会への参加	的確な助言・あっせん方法の習得をするため、国民生活センター等が開催する研修に参加
研修会の開催	外部講師を招へいし、国の政策を踏まえた最新テーマを取り上げ、最近の動向や必要な知識・技法等について学ぶ研修会を開催
愛知県弁護士会による支援制度の活用	より高度で複雑・多様化した相談に対して、相談員が弁護士の法的助言を受けて的確・迅速に対応

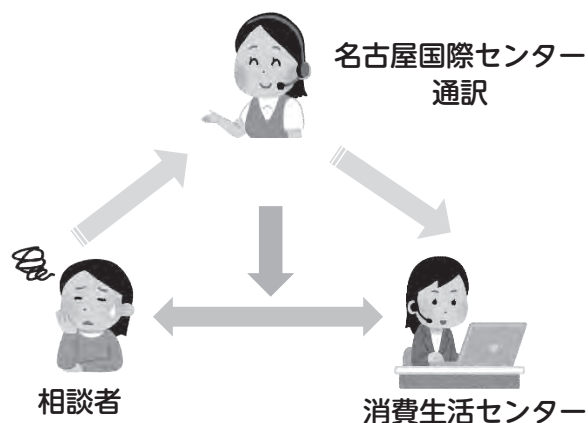
第3章 施策の展開

3 他の相談機関との連携

具体的施策	内容
障害者に関連する相談窓口との連携	障害者の特性を理解し、適切に対応できるよう必要に応じて障害者基幹相談支援センター等と連携
外国人に関連する相談窓口との連携	外国人が相談をする際に通訳が必要な場合はトリオフォン（3者通話システム）を活用する等国際センターと連携
ギャンブル等依存症に関連する相談窓口との連携	多重債務に陥りがちな依存症と思われる相談者の対応について市精神保健福祉センター（ここらぼ）等と連携
専門的な相談窓口の紹介	インターネット上のトラブルや海外事業者との取引等、専門性が高い相談について、独立行政法人情報処理推進機構（IPA）や独立行政法人国民生活センター越境消費生活センター（CCJ）などの専門的な相談窓口を紹介

トリオフォン（3者通話システム）

国際センターのトリオフォンを活用し、市内在住・在学・在勤の外国人からの相談に対して、相談者、通訳者及び当センター相談員の三者が同時に話すことが可能となります。



独立行政法人情報処理推進機構（IPA）

IPAが運営する「情報セキュリティ安心相談窓口」では、情報セキュリティ（主にウイルスや不正アクセス）に関する技術的な相談を受け付けています。

独立行政法人国民生活センター越境消費生活センター（CCJ）

インターネットでの海外事業者との取引（商品購入、宿泊予約等）や海外での現地取引（旅行先での商品購入、サービス利用等）の相談を受け付けています。

4 庁内関係部署との連携

具体的施策	内容
多重債務問題対策庁内連絡会議の開催	関係部署が実施する多重債務対策事業との連携を図るための会議を開催

第3章 施策の展開

5 消費生活センターの認知度向上と消費者被害防止のための情報発信

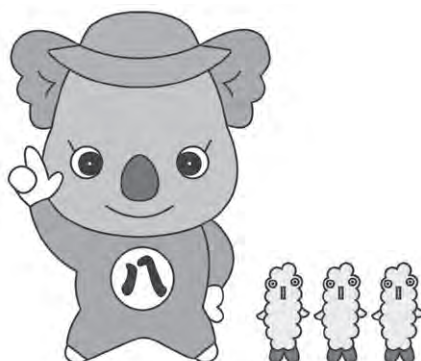
具体的施策	内容
マスコットキャラクター「コアラのハッピー」の活用	コアラのハッピーを活用した啓発資材の作成・配布や、各種イベントにコアラのハッピーが出向き、啓発活動を実施
各種広報媒体等による発信	消費生活センターの役割や講座の紹介、悪質商法の手口やその対処法、急増する消費者トラブルに関する注意喚起等について発信 【活用する広報媒体等】 ・消費生活情報誌「くらしのほっと通信」 ・消費生活センターウェブサイト「情報ナビ」 ・SNS、メールマガジン ・名古屋市 LINE 公式アカウントのチャットボット ・各種イベント ・市政広報媒体(広報なごや、市政ラジオ番組等)
報道機関の活用	地域で急増する消費者トラブル等について、積極的に報道機関に情報提供し、迅速な注意喚起を実施
庁内ネットワークを活用した情報発信	消費者トラブルに関する注意喚起等を掲載し、関係施策との連携のための情報を発信



消費者被害の防止及び救済に消費生活センターが機能しているかを検証するために、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を成果指標とします。

指標	基準値 (R2年度)	目標値 (R8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	54.8%	63.5%

※実績値は、毎年度実施する「名古屋市総合計画2023」の目標管理のため市民対象アンケートの調査結果によります。市総合計画では令和5年度62%、令和12年度65%を目標値としています。



第3章 施策の展開

施策の柱 2 取引行為の適正化の推進

関連するゴール・・・



不適正な取引行為が疑われる事業者について、早期の分析・調査を行い、不適正な取引行為が認められる場合は「名古屋市消費生活条例」に基づき指導を行います。また、被害が広域に及ぶような悪質な事業者に対しては、迅速に国、県等の関係機関と連携し、適切に対応します。

1 相談事例の早期分析及び適切な事業者指導 **重点**

具体的施策	内容
事業者指導検討部会の開催	消費生活センターに寄せられた苦情や相談等の内容を検討部会にてすみやかに分析し、不適正な取引行為を行う事業者を抽出し、対応方針を検討
不適正な取引行為が疑われる事業者への調査	事業者指導検討部会で抽出した事業者に対して聞き取り等を行うなどすみやかに調査を実施
不適正な取引行為を行っている事業者に対する指導	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、条例に基づき指導及び勧告を実施。勧告に従わない場合には、事業者名等を公表
国、県と連携した事業者指導	事業者指導検討部会で抽出した事業者の中で、被害が広域に及ぶものについては、業務停止命令等の処分権限を有する国や県と連携し、より効果的な事業者指導を実施



指標	基準値 (R2年度)	目標値 (R8年度)
不適正な取引行為を行う疑いのある事業者等に対する調査・指導の実施	適正に実施 (11 回)	適正に実施 (毎年度)

第3章 施策の展開

2 事業者、事業者団体との意見交換の実施

具体的施策	内容
事業者との意見交換の実施	事業者と面談を行い、相談件数及び相談内容を情報提供し、営業状況等の現状を確認する等、事業者の自主的な改善につながるよう意見交換を実施
事業者団体との意見交換の実施	業界内の問題等についてセンターに寄せられている相談事例等を情報提供し、自主的な是正を促すため、それぞれの団体との意見交換を実施

3 関係機関との連携

具体的施策	内容
国、県、警察との連携	事業者指導の状況や注視する事業者についての情報交換及び調査の対象となる事業者に関する相談情報の共有
弁護士会、適格消費者団体との連携	弁護士会及び適格消費者団体と定期的に情報提供や意見交換を実施
適格消費者団体の紹介	必要に応じて相談者に適格消費者団体の案内や、ウェブサイトにおいて同団体の活動等について紹介
捜査機関等への情報提供	振り込め詐欺にかかる相談情報や不正利用された預金口座情報を警察や東海財務局等へ提供

適 格消費者団体

事業者に対し、消費者全体の利益擁護のために不当な勧誘行為や契約条項、表示など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内閣総理大臣の認定を受けた消費者団体です。また、以下の要件を満たした団体は、被害回復裁判手続きを行うのに必要な適格性を有する特定適格消費者団体としての認定を受けることができます。

- ・ 差止請求関係業務を相当期間にわたり継続して適正に行っていること
- ・ 被害回復のための組織体制や業務規程を適切に整備していること
- ・ 理事に弁護士を選任していること など

第3章 施策の展開

施策の柱3 高齢者等を地域で見守る体制の構築 重点

関連するゴール・・・



高齢者や障害者等を悪質商法の被害から守るため、地域で見守る人材の確保・育成及び消費者被害を防止する見守りネットワークの構築・強化に取り組みます。

1 地域で高齢者等を消費者被害から守るための人材の確保・育成

具体的施策	内容
高齢者等を見守る人向けの講座の実施	地域団体や事業者等に消費生活相談員を派遣し、高齢者等が遭いやすい消費者トラブルやその対処法、見守りのポイントを伝える講座を実施
職員研修の実施	高齢者福祉等を担当する職員を対象に消費者被害に遭いやすい高齢者等を支援するため、見守りのポイント等について学ぶ研修を実施 新規

2 見守りネットワークの構築・強化

具体的施策	内容
見守り活動の推進	名古屋市消費者安全確保連絡会議を開催し、見守りに関する情報交換や見守り活動の推進についての検討を実施
構成員と連携した講座の実施	名古屋市消費者安全確保連絡会議の構成員と連携し、構成員が主催する研修の中で見守りに関する講座を実施
悪質電話被害防止のための啓発の実施	防犯に関する講座の中で、悪質電話対策装置付き電話機や留守番電話設定の有用性についての啓発を実施
消費者団体や事業者と連携した啓発の実施	見守り活動に関わる消費者団体や見守りに関する講座を受講した事業者等と連携し、消費生活センターや消費者ホットライン「188」の紹介等の啓発を実施 拡充(協力団体の拡充)
各種機関誌への啓発記事の掲載	名古屋市消費者安全確保連絡会議の構成員等が発行する機関誌に高齢者等が遭いやすい消費者トラブルについての記事を掲載
相談窓口との連携	いきいき支援センターや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と連携を図り、相互に適切な窓口を紹介

第3章 施策の展開

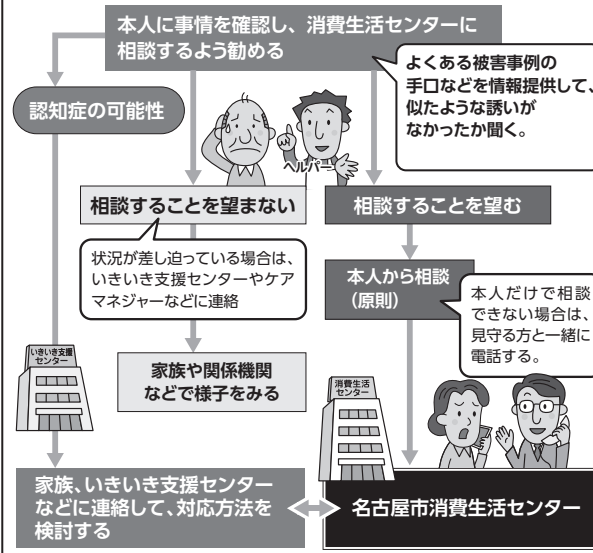
消費者安全確保地域協議会について

消費者安全法に基づき、高齢者や障害者等の消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行う見守りネットワークとして「消費者安全確保地域協議会」を設置できるようになりました。

名古屋市では令和元年度に、庁内関係部署や関係団体を構成員として、消費者安全確保地域協議会である「名古屋市消費者安全確保連絡会議」を設置しました。

相談窓口との連携（例）

家族、地域で見守る方 トラブルや変化に気づいたときは…



3 見守りにかかる啓発

具体的施策	内容
オンライン教材の作成・配信	高齢者等が遭いやすい消費者トラブルやその対処法、見守りのポイントをオンラインで学べる研修教材を作成し、ウェブサイトに掲載 新規
メールマガジンの配信	高齢者等が遭いやすい消費者トラブルや地域で急増する消費者被害への注意喚起を掲載したメールマガジンを配信 新規
見守りハンドブック等の作成・配布	見守りのヒントとなる相談事例やその対処法等を記載した地域で見守る人向けのハンドブック等を作成し、講座等で配布



見守り活動に参加する人材を育成・確保し、地域で見守る体制を構築するために、支援をした団体数を成果指標とします。

指標	基準値 (R2年度)	目標値 (R8年度)
消費生活センターが支援した高齢者等を見守る活動を行う団体数	22 団体	40 団体

※支援する団体（例）…いきいき支援センター、地域団体、消費者団体、事業者等

第3章 施策の展開

施策の柱 4 自然災害等の発生に関連した消費者被害の防止

関連するゴール・・・



自然災害の発生等の非常時はそれに便乗した悪質商法等が発生する傾向があります。非常時においても相談体制が脆弱にならないよう、国や県の動向を踏まえながら検討するとともに、非常時に増加する相談事例等の情報提供に取り組みます。

また、新型コロナウイルス感染症の拡大により、「新たな生活様式」が普及し、消費生活のデジタル化が加速するなど、消費者を取り巻く環境が大きく変化しました。時代に即した持続可能な消費生活相談や消費者教育のあり方を検討し、消費者被害の防止に努めます。

1 非常時における相談体制の確保

具体的施策	内容
国民生活センターの特設ホットラインの案内	相談のバックアップ体制を確保するために国民生活センターが開設する特設ホットラインについて周知・案内
災害時に多い相談に対応するための研修参加	国民生活センター等が実施する災害時に多い相談（土地・住宅関連等）に対応するために研修へ参加
消費生活相談のデジタルトランスフォーメーション(DX)への対応	国が検討をすすめる消費生活相談のデジタルトランスフォーメーション(DX)について関係機関の動向等を踏まえながら迅速に対応 新規

国 国民生活センターの特設ホットライン

地震や豪雨等による自然災害等の発生後、被災した地方公共団体によっては、相談業務の継続が困難となることもあります。国民生活センターでは、被災した地方公共団体をバックアップし、切れ目のない相談体制を確保するために特設ホットラインを開設しています。

これまでに開設された特設ホットラインの例

令和元年 11 月	令和元年度秋台風関連消費者ホットライン
令和 2 年 5 月	新型コロナウイルス給付金関連消費者ホットライン
令和 2 年 7 月	給付金・豪雨消費者ホットライン
令和 3 年 2 月	新型コロナワクチン詐欺消費者ホットライン

第3章 施策の展開

デジタルトランスフォーメーション (DX)

2018年に経済産業省により「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや組織、プロセス、企業文化・風土を改革し、競争上の優位性を確立すること。」との定義がされました。

消費生活相談業務については、コロナ禍において様々な制約によりリモートワークに対応できないなどの課題が顕在化しました。そのような状況下において、デジタル化を通して相談業務の負担を軽減することで、より重要な業務に注力するなど相談機能を強化するために、令和3年度から消費者庁・国民生活センターはDXの進め方の検討を始めています。

2 非常時における情報発信

具体的施策	内容
非常時における情報発信	ウェブサイトや SNS 等を活用し、非常時に急増する消費者トラブルに関する迅速な注意喚起を実施

3 「新たな生活様式」の普及による消費者被害への対応

具体的施策	内容
デジタル化に対応した消費者教育	インターネットを利用して買い物をする際のトラブルの事例や注意点等について紹介する講座や啓発を実施 拡充(講座・啓発活動の機会の増加)
デジタル化に対応した消費者教育の担い手の育成	国民生活センター等が実施するインターネット関連のトラブルやキャッシュレス決済等についての研修に参加
オンラインによる講座の実施	受講者のニーズに合わせ、消費者教育コーディネーターや消費生活相談員等によるオンラインでの講座を実施 新規

基本方針Ⅱ 主体性のある消費者の育成 ～消費者の自立支援と持続可能な社会の形成～ ＜名古屋市消費者教育推進計画＞

自立した消費者を育成するため、また消費行動を通じ、持続可能な社会を形成するための施策を実施します。

施策の柱5 ライフステージや様々な場に応じた消費者教育の推進

関連するゴール・・・



消費者教育コーディネーター等を活用し、それぞれの発達段階や特性に応じた「いつでも」「どこでも」「だれでも」消費者教育を受けられる機会を提供します。

1 消費者教育の手法の充実

具体的施策	内容
消費者教育コーディネーターによる支援	消費者教育コーディネーターによる消費者教育の担い手である教員等に対する支援を実施
出張講座の実施	消費生活相談員を派遣し、悪質商法の被害に遭わないための講座を実施
オンラインによる講座の実施【再掲】	受講者のニーズに合わせ、消費者教育コーディネーターや消費生活相談員等によるオンラインでの講座を実施 新規
くらしのゼミナールの実施	くらしの情報プラザにおいて、希望する団体等に悪質商法への対処法や消費生活センターの役割を紹介する講座を実施
消費生活講座の実施	消費生活センターにおいて、「デジタル化の進展に伴う消費者トラブル防止」や「キャッシュレス決済」等のテーマを設定し、外部講師や消費生活相談員による講座を実施
オンライン教材の作成・提供	発達段階に応じた子ども向けコンテンツや高齢者等を見守る人向けの教材等を作成し、ウェブサイト等で提供 拡充(見守る人向けの教材を新規作成)
発達段階に合わせた教材の作成・配布	学校の授業や様々な講座等で活用できる教材の作成・配布

第3章 施策の展開

2 ライフステージや様々な場に応じた消費者教育の推進 重点

(1) 幼児期

具体的施策	内容
幼稚園等における消費者教育	お金の使い方や買い物のマナーについて楽しみながら学べる講座を実施

(2) 小学生期

具体的施策	内容
小学校における消費者教育	啓発資材の提供や指導方法の提案等を通じて、教員が効果的で充実した消費者教育を実施できるよう支援
トワイライトスクールにおける消費者教育	お金の使い方や買い物のマナーについて楽しみながら学べる講座を実施
校外学習の受入れ	校外学習で消費生活センターを訪れる小学生に、消費生活センターや消費者ホットライン「188」の役割等について学ぶ講座を実施
小学生向け講座の実施	小学校の夏季休業期間等に、小学生とその保護者を対象に、物の買い方・選び方等について学ぶ講座を実施
外部講師による金銭教育講座の実施	小学生とその保護者を対象に、外部の専門家講師によるお金の流れ等の経済的な考え方を習得する講座を実施

(3) 中学生期

具体的施策	内容
中学校における消費者教育	啓発資材の提供や指導方法の提案等を通じて、教員が効果的で充実した消費者教育を実施できるよう支援
職場訪問の受入れ	職場訪問で消費生活センターを訪れる中学生に、契約の基本や消費生活センターの役割等について学ぶ講座を実施

(4) 高校生期

具体的施策	内容
高等学校等における消費者教育	市立高等学校を中心に、若者が遭いやすい消費者トラブルやその対処法等について学ぶ講座を実施
高校生向け講座の実施	消費生活センターにおいて、高等学校の夏季休業期間等に、若者が遭いやすい消費者トラブルやその対処法等について学ぶ講座を実施
市内高等学校と連携した啓発資材の作成	市内にある高等学校と連携し、消費者問題について学んだ高校生がその知識を生かし、若者向け啓発資材を作成する事業を実施

第3章 施策の展開

(5) 大学生期

具体的施策	内容
大学における消費者教育	入学時のオリエンテーション等の機会を捉え、若者が遭いやすい消費者トラブルやその対処法等を紹介する講座を実施
大学へのメール等による情報提供	若者が遭いやすい消費者トラブルについて、大学に対してメール等によるタイムリーな情報提供を実施 新規
大学等と連携した啓発の実施	若者が遭いやすい消費者トラブルについて、大学等に依頼しポータルサイト等を通じて学生に対する啓発を実施
大学生の発表の場の提供	消費生活フェアでのブース出展やステージ出演を通じて、学生が消費生活に関する研究成果を発表する場を提供
大学生によるエシカル消費の普及・啓発活動	大学生が消費者志向経営(サステナブル経営)に取り組む事業者等とともに、エシカル消費について学び、普及・啓発するための企画を立案・実践

(6) 教員に対する支援

具体的施策	内容
教員向けセミナーの実施	中学校・高等学校の教員を対象に、若者の消費者トラブルに関する講座や授業を実践するためのワークショップ等を開催
くらしの情報プラザにおける教員向けコーナーの設置	くらしの情報プラザ内に教員向けコーナーを設置し、授業に役立つ情報の提供や学習用 DVD・図書の貸出しを実施
学習指導要領を踏まえた授業内容の提案	指導要領に基づいたアクティブ・ラーニング等による教育手法を考案し、学校等に提供

(7) 地域における消費者教育

具体的施策	内容
高齢者向け講座の実施	老人クラブ等を対象に、高齢者が遭いやすい消費者トラブルについて事例や対処法等を紹介する講座を実施
保護者向け講座の実施	PTA 研修会等での子どもが消費者トラブルに遭わないための講座やくらしの情報プラザでの金銭教育を実施
高齢者等を見守る人向け講座の実施【再掲】	地域団体や事業者等に消費生活相談員を派遣し、高齢者等が遭いやすい消費者トラブルやその対処法、見守りのポイントを伝える講座を実施

第3章 施策の展開

(8) 職域における消費者教育

具体的施策	内容
新入社員向け講座の実施	新入社員等を対象に、若者が遭いやすい消費者トラブルへの対処等を紹介する講座を実施
高齢者等を見守る人向け講座の実施【再掲】	地域団体や事業者等に消費生活相談員を派遣し、高齢者等が遭いやすい消費者トラブルやその対処法、見守りのポイントを伝える講座を実施

(9) 障害のある人への消費者教育

具体的施策	内容
特別支援学級・学校における消費者教育	教員と連携し、児童・生徒の特性に応じて、お金の大切さや使い方、守り方について伝える講座を実施
障害者及びその保護者・支援者向け講座の実施	消費生活センター等において、障害のある人が遭いやすい消費者トラブルやその対処法、早期発見のためのポイント等を参加者とともに考える講座を実施
事業所等における消費者教育	学校卒業後の継続的支援として、障害のある人を雇用する事業所等において金銭教育等の講座を実施



ライフステージや様々な場に応じた消費者教育が行われているかを検証するため、講座等の実施回数を成果指標とします。

指標	基準値 (R2年度)	目標値 (R8年度)
消費生活センターが実施する講座等の実施数	166 回	260 回 (毎年度)

第3章 施策の展開

施策の柱6 つながりを創出するためのコーディネート機能の強化

関連するゴール・・・



生涯を通じて切れ目なく消費者教育を受けられる機会を提供し、また、消費者教育に主体的に取り組む人を増やすため、様々な立場の人がつながり、それぞれの知識・活動を結び付けるためのコーディネート機能を発揮、強化します。

1 コーディネート機能強化のための取り組みの実施

具体的施策	内容
消費者教育コーディネーターの育成	消費者教育を担う多様な主体や場をつなぐ人材を育成するため、研修会への派遣や外部講師による研修会を実施 拡充(研修会の実施)
消費者教育コーディネーター会議への参加	他都市と情報交換するため、消費者庁が実施する消費者教育コーディネーター会議に参加

2 多様な主体との連携・協働

(1) 市民参加型イベントの実施

具体的施策	内容
消費生活フェアの開催	消費者団体、事業者、大学、行政機関など多様な主体が連携・協働し、さまざまな消費者問題やエシカル消費の普及・啓発をテーマに消費生活フェアを開催

【過去の消費生活フェアの様子】



指標	基準値 (R2年度)	目標値 (R8年度)
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	43 団体	60 団体

第3章 施策の展開

(2) 学校現場との連携

具体的施策	内容
消費者教育コーディネーターによる支援【再掲】	消費者教育コーディネーターによる消費者教育の担い手である教員等に対する支援を実施
教員向けセミナーの実施【再掲】	中学校・高等学校の教員を対象に、若者の消費者トラブルに関する講座や授業を実践するためのワークショップ等を実施

(3) 消費者団体との連携

具体的施策	内容
活動の場の提供	消費生活センターの研修室等を消費者団体の研修や打合せの場として提供
くらしの情報プラザでの活動紹介	くらしの情報プラザに消費者団体の広報誌やイベントの案内を掲示する常設展示コーナーを設置

(4) 事業者団体との連携

具体的施策	内容
消費者志向経営(サステナブル経営)の促進	事業者を対象とした消費者志向経営セミナーを実施
くらしの情報プラザでの活動紹介	くらしの情報プラザに事業者団体の取り組みの紹介や資料を配布する常設及び企画展示コーナーを設置

消 費者志向経営～サステナブル経営～

消費者志向経営とは、事業者が消費者全体の視点に立ち、健全な市場の担い手として、消費者の信頼を獲得するとともに、持続可能で望ましい社会の構築に向けて、社会的責任を自覚して事業活動を行うことです。消費者志向経営は、SDGsとも関連深いものであり、消費者庁において「サステナブル経営」という愛称を活用して取り組みの更なる普及に努めています。

第3章 施策の展開

(5) 消費者と事業者との交流の機会の確保

具体的施策	内容
交流の場の提供	各種会議等で消費者団体と事業者団体が交流できる機会を提供
消費生活フェアの開催【再掲】	消費者団体、事業者、大学、行政機関など多様な主体が連携・協働し、さまざまな消費者問題やエシカル消費の普及・啓発をテーマに消費生活フェアを開催

3 消費者意見の反映

具体的施策	内容
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
市民意見の把握	市政アンケートや各イベント・講座のアンケートを実施し、市民の意見・要望を把握
事業者・事業者団体との意見交換の実施【再掲】	消費生活センターに寄せられた消費者の意見をもとに事業者や事業者団体との意見交換を実施

第3章 施策の展開

施策の柱7 SDGs 達成のための消費行動の促進 重点

関連するゴール・・・



多様な主体と連携・協働し、持続可能な社会の実現に向けた消費行動を促進します。

1 エシカル消費の普及・啓発

(1) エシカル消費の普及・啓発のためのイベントの開催

具体的施策	内容
エシカルフェアの開催	市民が実際に体験しながらエシカル消費について学ぶイベントを開催 新規
エシカルセミナー・トークセッションの開催	エシカル消費に取り組む学生や事業者等を対象にエシカル消費の専門家によるセミナーやトークセッションを開催 新規

(2) 多様な主体と連携・協働したエシカル消費の普及・啓発

具体的施策	内容
大学生によるエシカル消費の普及・啓発活動【再掲】	大学生が消費者志向経営(サステナブル経営)に取り組む事業者等とともに、エシカル消費について学び、普及・啓発するための企画を立案・実践
消費者団体や事業者と連携したエシカル消費の普及・啓発事業	エシカル消費に取り組む消費者団体や事業者と連携・協働し、様々な機会をとらえ普及・啓発事業を実施 拡充(普及・啓発活動の機会の増加)



イベントに参加することによって、エシカル消費についての理解が促進されたかを検証するため、アンケート結果における理解度を成果指標とします。

指標	基準値 (R2年度)	目標値 (R8年度)
エシカル消費の普及・啓発イベント等における理解度	87.7%	90%

第3章 施策の展開

2 パートナーシップによる SDGs達成に向けた取り組みの実施

具体的施策	内容
消費者団体や事業者と連携した SDGs の普及・啓発事業	消費者団体や事業者と広く連携・協働し、SDGs 達成に向け、様々な機会をとらえ普及・啓発活動を実施 拡充(普及・啓発活動の機会の増加)
庁内関係部署と連携した SDGs の普及・啓発事業	環境や人権、福祉等を管轄する部署と広く連携・協働し、SDGs 達成に向け、普及・啓発事業を実施 拡充(連携先の拡充)

基本方針Ⅲ 消費生活の安全・安心の確保

市民の消費生活の安定・向上に向け、市民が安心して安全な商品を選択・使用できる環境をつくるための施策を実施します。

施策の柱 8 消費者事故の未然・拡大防止

関連するゴール・・・



消費者事故の未然・拡大防止のために、他機関と連携した商品テスト、相談者から寄せられた重大事故情報の国への報告等を実施します。また、消費者の安全を害する商品やサービス、食中毒等についての情報を収集し、ウェブサイトやSNS等を通じて消費者へ速やかに提供します。

1 商品テストの実施

具体的施策	内容
商品テスト及び技術的助言の実施	商品テストや技術的助言による迅速な相談解決
他機関と連携した商品テストの実施	国民生活センター、製品評価技術基盤機構(以下、NITE)等と連携し、高度な技術を要する商品テストを実施

2 消費者事故情報等の発信 重点

具体的施策	内容
消費者事故情報の収集・報告	消費者事故情報を収集し、消費者安全法に基づき消費者庁へ報告
消費生活実習講座の実施	製品の安全な利用方法等をテーマとする消費生活実習講座を実施
製品事故情報等の周知、商品テスト結果の情報発信	国、NITE 等からの製品に関する注意情報や商品テスト結果等をウェブサイト、SNS、消費生活情報誌等で発信 拡充(発信媒体の増加)

第3章 施策の展開

3 食の安全・安心の確保

具体的施策	内容
食に関する消費者への情報提供	ウェブサイトや消費生活情報誌等において食の安全・安心等に関する情報を提供
食に関するリスクコミュニケーション事業の実施	消費者、食品関係事業者及び行政で食に関する情報共有や意見交換を実施



消費者事故の未然・拡大防止には、製品事故情報やリコール製品情報、食の安全・安心に関する注意喚起等をより消費者の目に触れるよう発信することが効果的であるため、情報発信回数を成果指標とします。

指標	基準値 (R2年度)	目標値 (R8年度)
消費者事故の未然防止に関する情報発信回数	208 回	230 回

第3章 施策の展開

施策の柱 9 商品の表示等の適正化

関連するゴール・・・



消費者が安心して商品を選択し、購入することができるよう立入検査等を実施します。

1 適正な表示の推進

具体的施策	内容
事業者に対する検査・指導	製品安全に関する各法律等（消費生活用製品安全法、電気用品安全法、ガス事業法、家庭用品品質表示法）に基づく立入検査の実施

2 適正な計量の推進

具体的施策	内容
事業者に対する検査・指導	計量法に基づく「はかり（質量計）」の定期検査及び商品の りようもく 量目（内容量）検査の実施

量目検査について

商品を計量して販売する際は計量法により認められた許容誤差（不足の場合にのみ適用されます。）の範囲内でなければなりません。量目検査により、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許容誤差の範囲内であるかを確認します。

第3章 施策の展開

施策の柱 10 自然災害の発生等の非常時における消費生活の安全・安心の確保

関連するゴール・・・



生活基盤を揺るがすような自然災害の発生等の非常時においては、消費生活の安全が損なわれる恐れがあります。自然災害の発生時のために、あらかじめ物資の調達元を確保することや、自然災害だけでなく新型コロナウイルス感染症の拡大など、非常時に便乗した悪質商法の未然・拡大防止を図ること等により、非常時においても消費生活の安全・安心が確保されるよう努めます。

1 非常時における生活関連物資の安定供給

具体的施策	内容
物資供給協定の締結事業者の拡充	全国的な流通ネットワークを持つ大規模小売業者等の民間事業者と応急生活物資の供給協定を締結し、集配体制を強化 拡充(締結事業者の増加)
物資供給協定の締結事業者会議の開催	情報の共有化を図るため、物資供給協定の締結事業者と定期的に会議を開催



指標	基準値 (R2年度)	目標値 (R8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	34 事業者	40 事業者

2 非常時における相談体制の確保【再掲】

具体的施策	内容
国民生活センターの特設ホットラインの案内	相談のバックアップ体制を確保するために国民生活センターが開設する特設ホットラインについて周知・案内
災害時に多い相談に対応するための研修参加	国民生活センター等が実施する災害時に多い相談（土地・住宅関連等）に対応するために研修へ参加
消費生活相談のデジタルトランスフォーメーション(DX)への対応	国が検討をすすめる消費生活相談のデジタルトランスフォーメーション(DX)について関係機関の動向等を踏まえながら迅速に対応 新規

第3章 施策の展開

3 非常時における情報発信【再掲】

具体的施策	内容
非常時における情報発信	ウェブサイトや SNS 等を活用し、非常時に急増する消費者トラブルに関する迅速な注意喚起を実施

第3章 施策の展開

4 成果指標等

区分	指標等	基準値 (R2)	目標 (R8)
基本方針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	54.8%	63.5%
	②不適正な取引行為を行う疑いのある事業者等に対する調査・指導の実施	適正に実施 (11件)	適正に実施 (毎年度)
	③消費生活センターが支援した高齢者等を見守る活動を行う団体数 新規	22団体	40団体
基本方針Ⅱ 主体性のある 消費者の育成 ～消費者の自立 支援と持続可能 な社会の形成～	④消費生活センターが実施する講座等の実施数	166回	260回 (毎年度)
	⑤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	43団体	60団体
	⑥エシカル消費の普及・啓発イベント等における理解度 新規	87.7%	90%
基本方針Ⅲ 消費生活の安全・ 安心の確保	⑦消費者事故の未然防止に関する情報発信回数 新規	208回	230回
	⑧災害時における応急生活物資供給協定の締結事業者数	34事業者	40事業者