

第3次名古屋市消費者行政推進プラン

【概要版】

令和4年度～令和8年度

プランの策定にあたって

位置付け

名古屋市消費生活条例の規定に基づき、今後取り組むべき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策定します。

また、この第3次名古屋市消費者行政推進プラン（以下「第3次プラン」という。）の一部は消費者教育の推進に関する法律の規定に基づく「市町村消費者教育推進計画」として位置付けます。

計画期間

令和4年度から令和8年度までの5年間

持続可能な開発目標(SDGs)の理念を踏まえて

SDGsは、令和12（2030）年までの国際目標であり、17の目標を達成することにより、**誰一人取り残さない持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現に向けて取り組むもの**となっています。

SDGs達成のためには全ての関係者がその役割を果たすことが重要であり、例えばSDGsの12番目の目標「**つくる責任 つかう責任**」では、事業者だけでなく消費者自らが意識を持ち、行動することが重要となっています。

本市は令和元（2019）年に「SDGs未来都市」に選定されました。第3次プランにおいても、消費生活を通じたSDGsの達成に貢献します。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



第3次プランにおいてめざす姿

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

名古屋市消費生活センター
マスコットキャラクター
コアラのハッピー



現状と課題

- 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り、立場を悪用する事業者も出現している。多様化・複雑化する消費生活相談に対応する必要がある。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求められる。
- 依然として、高齢者からの消費生活相談が多く寄せられている。単身世帯の増加や地域社会におけるコミュニティ機能の低下等により、高齢者等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・拡大防止を図るために周囲の方の見守りを充実させる必要がある。
- 近年、地震や台風などの自然災害が多発化・激甚化している。また、令和2年には新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、新しい生活様式が普及した。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の発生にも対応していく必要がある。

取り組みの方向性

- ◆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

施策の柱・主な具体的施策

施策の柱1 消費生活相談の機能強化

- 1 相談体制の充実 《相談体制の強化 **拡充**》
- 2 相談員の対応力の向上
- 3 他の相談機関との連携
- 4 庁内関係部署との連携
- 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

施策の柱2 取引行為の適正化の推進

- 1 相談事例の早期分析及び適切な事業者指導 **重点**
- 2 事業者、事業者団体との意見交換の実施
- 3 関係機関との連携

施策の柱3 高齢者等を地域で見守る体制の構築 **重点**

- 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
《職員研修の実施 **新規**》
- 2 見守りネットワークの構築・強化
《消費者団体や事業者と連携した啓発の実施 **拡充**》
- 3 見守りにかかる啓発
《オンライン教材の作成・配信 **新規** / メールマガジンの配信 **新規**》



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

- 1 非常時における相談体制の確保
《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 **新規**》
- 2 非常時における情報発信
- 3 「新たな生活様式」の普及による消費者被害への対応
《デジタル化に対応した消費者教育 **拡充** / オンラインによる講座の実施 **新規**》

(注) 《 》内は新規・拡充の具体的施策を掲載しております。

現状と課題

- 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る。消費者被害に遭わない、主体的かつ合理的な意思決定ができる「自立した消費者」を育成する必要がある。
- 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たな取り組みを創出することが必要である。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、強化していくことが求められている。
- 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、「エシカル消費」の普及・啓発などに取り組む必要がある。

取り組みの方向性

- ◆ 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

施策の柱・主な具体的施策

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

- 1 消費者教育の手法の充実
《【再掲】オンラインによる講座の実施 **新規** / オンライン教材の作成・提供 **拡充**》
- 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**
《大学へのメール等による情報発信 **新規**》

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

- 1 コーディネート機能強化のための取り組みの実施
《消費者教育コーディネーターの育成 **拡充**》
- 2 多様な主体との連携・協働
- 3 消費者意見の反映

施策の柱7 ▶ SDGs達成のための消費行動の促進 **重点**

- 1 エシカル消費の普及・啓発
《エシカルフェアの開催 **新規** / エシカルセミナー・トークセッションの開催 **新規** / 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 **拡充**》
- 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
《消費者団体や事業者と連携したSDGsの普及・啓発事業 **拡充** / 庁内関係部署と連携したSDGsの普及・啓発事業 **拡充**》



現状と課題

- 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品による重大事故の発生件数が増加傾向にあり、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る。
- 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られる。
- 近年、地震や台風などの自然災害が多発化・激甚化している。また、令和2年には新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受け、新しい生活様式が普及した。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の発生に対応していく必要がある。【再掲】

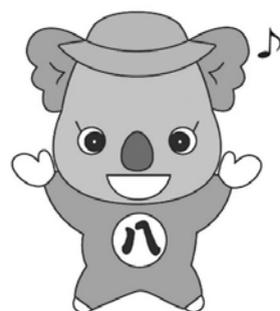
取り組みの方向性

- ◆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】

施策の柱・主な具体的施策

施策の柱8 消費者事故の未然・拡大防止

- 1 商品テストの実施
- 2 消費者事故情報等の発信 **重点**
《製品事故情報等の周知、商品テスト結果の情報発信 **拡充**》
- 3 食の安全・安心の確保



施策の柱9 商品の表示等の適正化

- 1 適正な表示の推進
- 2 適正な計量の推進

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

- 1 非常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 **拡充**》
- 2 非常時における相談体制の確保【再掲】
《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 **新規**》
- 3 非常時における情報発信【再掲】





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

プランの進行管理

- 毎年度、消費生活審議会にプランの進捗状況を報告し、検証を行う
- 審議会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う
- 消費者を取り巻く状況変化が激しいこと等を踏まえ、必要に応じてプランの見直しを行う

名古屋市消費生活センター をご利用ください



消費生活相談

契約のことでトラブル!
どこに相談すればいい?

クーリング・オフって
どんなときにできるの?

多重債務を解決したい!

この商品って、もしかして
不良品?

相談電話番号 **052-222-9671**

受付時間

くろーない
月～土曜日 午前9時～午後4時15分
(祝休日・年末年始(12月29日～1月3日)を除く)

相談は市内在住・在勤・在学の方が対象です。

または **消費者ホットライン** ☎局番なしの **188**
いやや
年末年始を除く毎日、お近くの消費生活相談窓口につながります。

消費者教育・啓発

消費者教育
って何をすればいいの?

講座の講師を派遣してほしい!

問合

TEL:052-222-9679 FAX:052-222-9678

名古屋市スポーツ市民局消費生活課

くらしの情報プラザ

消費者問題の学習や交流の場の提供、消費生活や消費者教育に関する情報提供、図書・DVDの貸出などを行っています。

利用日時

月～土曜日 午前9時～午後5時
(祝休日・年末年始(12月29日～1月3日)を除く)

問合

TEL:052-222-9677
FAX:052-222-9678

ウェブサイト

名古屋市消費生活センター

情報ナビ

コアラのハッピー



<https://www.seikatsu.city.nagoya.jp/>

Twitter @nagoyashishouhi

