

第 3 次千葉市消費生活基本計画



平成 2 9 年 月
千 葉 市

表紙のイラストについて

【左側】 悪質商法ひっかからん蔵

千葉市消費生活センターが悪質商法に対する啓発を行うために、平成24年度に啓発グッズ用にデザインされたイラストです。平成26年度からは消費生活センターが発行する情報誌「暮らしの情報いずみ」のタイトルにも使用しています。

【右側】 ちばし消費者応援団シンボルマーク

平成26年度に消費者教育推進を目的とした、「ちばし消費者応援団」事業開始あたりデザインされました。

シンボルマークは、Chiba city Consumer Cheering Partyの3つの「C」をガッツポーズのように配し、また応援の力強さや熱意を、燃えるような暖色で表しています。

ちばし消費者応援団の団体会員及び個人会に対し、このシンボルマークを使用したステッカーやキーホルダーを配布しているほか、様々な消費者教育の啓発に使用しています。

目次

第1章 第3次千葉市消費生活基本計画とは	1
1 策定の経緯	1
2 計画策定の目的	1
3 計画の位置づけ	1
4 計画の期間	1
5 計画の点検・評価、実施状況の公表	2
6 計画の体系①（条例の基本理念と計画の基本的方向）	2
7 計画の体系②（基本的方向・課題・分類）	3
第2章 個別施策	10
基本的方向1 消費生活の安全・安心の確保	10
基本的方向2 適正な取引環境の確保	13
基本的方向3 相談による消費者被害の救済	15
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）	17

第1章 第3次千葉市消費生活基本計画とは

1 策定の経緯

本市では、平成2年に千葉市消費者保護条例を施行する以前から消費者施策を推進していたところですが、平成18年7月1日に条例を全部改正し、現在の千葉市消費生活条例を施行しました。この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：平成20年度～22年度、第2次：平成24年度～28年度）を策定しました。

また、平成24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。）」が施行されました。市町村においては、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するために、計画策定が努力義務として定められたことを受け、本市では消費者教育推進法第20条第1項に基づく「消費者教育推進地域協議会」の役割を兼ねている、千葉市消費生活審議会の審議を経て、平成27年度には第2次千葉市消費生活基本計画の下位計画にあたる千葉市消費者教育推進計画（平成27年度～28年度）を策定しました。

第3次千葉市消費生活基本計画は、千葉市消費者教育推進計画策定時に決められた方針に基づき、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するものです。なお、計画の策定にあたっては、平成28年8月に千葉市消費生活審議会において諮問を行い、その後、答申、パブリックコメントの実施を経ていきます。

2 計画策定の目的

千葉市消費生活条例に定める理念に基づき、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を推進することを目的とします。

3 計画の位置付け

10年・20年後を見据え、千葉市の未来を豊かなものとするため、市民・団体・企業・大学など、様々な主体と行政がともに取り組む「千葉市新基本計画（平成24年度～33年度）」の施策の方向性の一つである「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た個別計画です。

4 計画の期間

計画の実施期間については平成29年度から平成33年度までの5年間とします。

なお、社会経済情勢の変化や計画の進捗状況などに応じて必要な見直しを行うこととします。

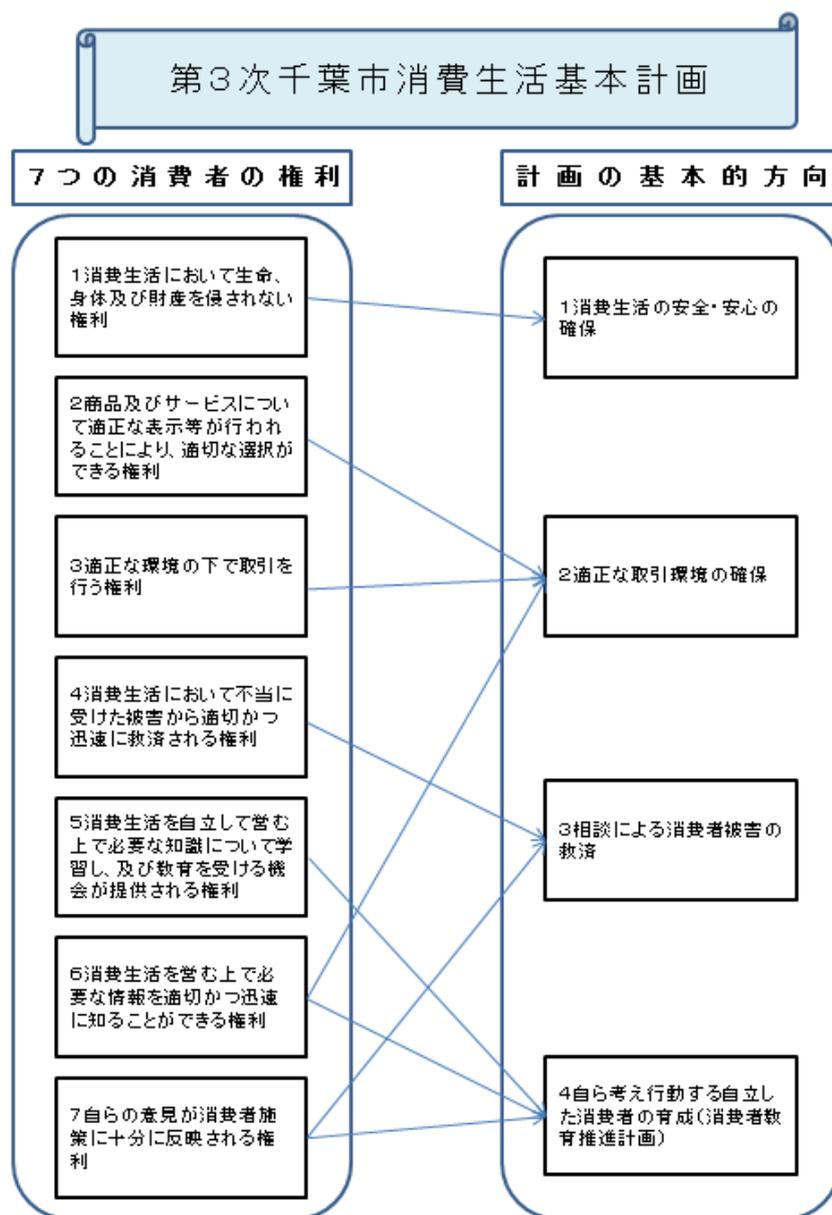
5 計画の点検・評価、実施状況の公表

年度当初に実施予定を定め、年度終了後には実施状況の確認を行います。

施策・事業の進捗状況については、年度ごとに様々な方向から点検・評価を行い、その結果を千葉県消費生活審議会に報告の上、市民に公表します。

6 計画の体系①（条例の基本理念と計画の基本的方向）

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を推進するため、本計画では条例の基本理念に定めた7つの消費者の権利を基礎として、消費者の状況に適切に対応するために4つの計画の基本的方向を定め、個別・具体的な施策を体系的に展開します。



7 計画の体系②（基本的方向・課題・分類）

本計画では4つの基本的方向と14の課題を定め、それぞれに掲げた個別施策を効果的に推進します。なお、基本的方向4の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）については施策数が多いことから、課題の下に分類を定めることとします。

基本的方向1 消費生活の安全・安心の確保

【関連する7つの消費者の権利】

1 消費生活において生命、身体及び財産を侵されない権利

消費者が安全で安心できる暮らしを実現するためには、消費生活の安定及び向上が必要不可欠です。関係機関と連携しつつ、指導や検査、相談業務等を実施することで、市場で流通している商品・サービスに対する安全性の確保を図ります。

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

【関連する7つの消費者の権利】

2 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

3 適正な環境の下で取引を行う権利

6 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

適正な取引環境においては、市場に流通する商品を、消費者が正しく選択し、消費します。そのためには商品の内容、品質や製造者の情報等が適切に表示されるとともに、その量目が正確であるよう、事業者に対する検査や指導が必要です。また、商品がいかなる場合も滞りなく流通するよう、事業者に対し必要な措置を行います。

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

【関連する7つの消費者の権利】

- 4 消費生活相談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
- 7 自らの意見が消費者施策に十分に反映される権利

平成27年度に千葉市消費生活センターでは6,524件もの相談が寄せられました。消費者と事業者の間には情報の質・量や交渉力等に格差があり、また、悪質商法等の手口は日々進化しています。消費生活相談を行うにあたり、相談員の資質向上や消費者が利用しやすい体制の整備、他の窓口との連携などについて配慮します。

課題1 消費者被害の救済

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）

【関連する7つの消費者の権利】

- 5 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
- 6 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
- 7 自らの意見が消費者施策に十分に反映される権利

消費者と事業者との間に生じる消費者トラブルは深刻な問題ですが、その一方で、消費者の行動が内外の社会経済情勢や地球環境に大きな影響を与えることも見過ごすことはできません。消費者が自ら考え行動する自立した消費者として成長できるよう、市は消費者教育を積極的に提供しつつ、事業者や消費者団体、地域団体等の様々な担い手と連携し、消費者教育の効果を相乗的に定める施策を進めていきます。

課題1 消費者被害防止のための教育

（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）消費者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

（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

（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

（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

8 重点課題

本計画に掲載している、基本的方向や課題ごとに分類されている個別施策は、どれも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を実現する上で、必要なものです。

しかし、近年、消費生活相談が千葉市を含め、全国的に増加傾向にあり、また、消費者教育の範囲が広く、幼児期以降の消費者全てを対象としており、消費者教育を進めていくためには、その担い手である地域団体、消費者や事業者等と連携が必要であることから、それらに関連する施策を推進するためには、特に注意が必要です。

このため、計画の実施にあたり、以下の3つの課題を重点課題として設定し、それぞれに掲げた個別施策を効果的に推進していきます。

【重点課題】

- 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