



《第2次》北海道消費生活基本計画【案】

北 海 道

はじめに

平成27年3月

北海道知事 高橋 はるみ

目 次

	頁
北海道消費生活基本計画の全体像	1
第1章 計画策定に当たって	2
1 計画策定の趣旨	2
2 計画の位置付け	2
3 計画の期間	2
第2章 消費生活を取り巻く現状と課題	3
1 消費者を巡る現状と課題	3
2 消費者行政を巡る動き	8
第3章 消費者施策の基本的な方針	10
1 行政・事業者・消費者の責務、役割	10
(1) 道の責務	
(2) 市町村の役割	
(3) 事業者・事業者団体の責務	
(4) 消費者・消費者団体の役割	
2 道の施策の基本的な展開方針	12
(1) 健全で豊かな消費生活の実現に向けて（目指すべき姿）	
(2) 重点的に取り組む施策	
第4章 総合的、計画的に講ずべき施策の展開方向	15
第1節 重点的に取り組む施策	16
1 消費者教育の推進	16
2 高齢者等の被害の防止	17

第2節	基本的な展開方向	19
1	消費者の権利の尊重	19
	(1) 消費者苦情等の処理及び消費者被害の救済	
	(2) 公正な消費者取引の確保	
	(3) 消費者の安全・安心の確保	
	(4) 消費者意見の反映	
2	消費者の自立の支援	24
	(1) 消費者教育の推進	
	(2) 消費者啓発・情報提供の推進	
	(3) 消費者団体との連携、活動の促進	
	※施策体系図	28
第3節	社会経済情勢の変化への対応	29
1	全国を上回るスピードで進む人口減少・少子高齢化等への対応	29
2	環境に配慮した消費行動と事業活動の促進	30
3	高度情報通信社会の進展への対応	31
4	消費者と事業者が連携・協働した取組の促進	31
第5章	推進体制と推進管理等	32
1	計画の推進体制	32
2	計画の推進管理	32
3	計画の見直し	32
	※別表（指標項目・参考項目）	33
	《参考資料》	37
	※北海道消費生活条例、条例施行規則（本資料では添付なし）	

北海道消費生活基本計画の全体像

第1章 計画の策定に当たって

《計画策定の趣旨・位置づけ》

- ◇「北海道消費生活条例」に基づく、道民の消費生活に関する施策を総合的かつ計画的に推進するための基本的な計画
- ◇「消費者教育の推進」に関する法律に基づく消費者教育推進計画
- ◇「新・北海道総合計画」の特定分野別計画

《計画策定の趣旨・位置づけ》

- ◇平成26年度から30年度までの概ね5年間

第2章 消費生活を取り巻く現状と課題

◇消費者を巡る現状と課題

◇消費者行政を巡る動き

第3章 消費者施策の基本的な方針

《目指すべき姿》

行政・消費者・事業者が連携・協働した健全で豊かな消費生活の実現

第4章 総合的、計画的に講ずべき施策の展開方針

《重点的に取り組む施策》

◇消費者教育の推進

※「消費者教育の推進に関する法律」の制定等を踏まえた取組

◇高齢者被害の防止

※高齢者の消費者トラブルの深刻化を踏まえた取組

《基本的な展開方向》

◇条例の基本理念である「消費者の権利の尊重」及び「消費者の自立の支援」の2つの柱に沿って、法律・条例に基づく指導・監督や消費生活に関する教育の推進など、消費者施策全般を体系的に整理

《社会経済情勢の変化への対応》

◇本道の特性や環境への配慮、高度情報通信社会の進展など、施策の推進に当たって配慮すべき事項を掲げ、あらためて施策の方向性などを整理

第5章 推進体制と推進管理等

◇知事をトップとした消費生活安定会議による庁内連携、北海道消費生活審議会での調査審議など

◇毎年度、講じた消費生活関連施策等について、審議会へ報告並びに道民に公表

第1章 計画策定に当たって

この章では、本計画を策定するに当たっての経緯や目的など策定の趣旨、また、計画策定の根拠・位置付け、さらには、計画の期間について記載します。

1 計画策定の趣旨

北海道では、「北海道消費生活条例」（以下「道条例」という。）に基づき、平成23年3月に「北海道消費生活基本計画」（以下「基本計画」という。）を策定し、健全で豊かな消費生活の実現に向けて、消費生活相談体制の充実・強化や、迅速な消費者事故対応及び情報提供体制の整備などに取り組んできました。

この間にも、商品・役務に起因する身体への危害、高齢者等を狙った悪質商法、ホテルのレストラン等における不適切なメニュー表示問題など、消費者の安全・安心を揺るがす事案は後を絶たず、消費者問題の多様化・複雑化は進んでいます。

国においては、訪問購入を規制するための「特定商取引に関する法律」（以下「特定商取引法」という。）の改正や、消費者教育の総合的・一体的な推進を図る「消費者教育の推進に関する法律」（以下「推進法」という。）が制定されたほか、「不当景品類及び不当表示防止法」（以下「景品表示法」という。）や、「消費者安全法」の改正が行われました。

道では、この度の基本計画の改定に当たっては、こうした関係法令の制定・改正や、消費者を取り巻く環境の変化などを考慮するとともに推進法に基づく「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以下「基本方針」という。）を踏まえて、誰もがどこに住んでいても、生涯を通じて様々な場で消費者教育を受けることができる機会を提供し、効果的に消費者教育を推進するとともに、深刻化している高齢者等の消費者被害の防止などを盛り込み、道内の消費者行政をより一層推進することをその主たる目的としています。

2 計画の位置付け

- (1) この基本計画は、道条例第6条の2の規定に基づき、道民の消費生活に関する施策についての基本的な方針や、道が総合的かつ計画的に講ずべき施策等を定める計画です。
- (2) また、推進法第10条で定める消費者教育推進計画として位置付けるものとします。
- (3) なお、この基本計画は、北海道行政基本条例第7条第1項に基づき、道の総合計画が示す政策の基本的方向に沿って策定する消費生活に関する特定分野別計画となるものです。

3 計画の期間

この基本計画の期間は、平成26年度から30年度までの概ね5年間とします。

第2章 消費生活を取り巻く現状と課題

この章では、消費生活を取り巻く社会情勢の変化や道の消費者行政の取組等を通じて浮き彫りになっている、消費者を巡る現状や課題について記載するとともに、こうした状況の中で行われた国や道の消費者行政の機能強化等の動きについて記載します。

1 消費者を巡る現状と課題

(1) 消費者問題の多様化・複雑化

ア 高度情報通信社会や技術革新・規制緩和・国際化等の進展により、新たな商品や役務の提供など、消費生活の質や豊かさの向上にプラスとなる面が増える一方で、商品・役務の内容や取引方法が多様化・複雑化し、関連する知識や情報の専門化・高度化などが進み、消費者と事業者間における情報の格差はますます拡大する中、消費者の知識・経験不足につけ込む様々な悪質商法が発生しています。

イ 最近では、インターネットのサイトを介して、自宅で手軽に商品や役務を購入できるなど利便性の向上が図られましたが、一方で、ワンクリック詐欺*や有料サイトに係る不当請求などの悪質商法が発生しています。

また、利用者間のつながりを構築する場等を提供している会員制のウェブサービスである「SNS*」（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）や「オンラインゲーム」のトラブルも相次いでいます。

《語句の説明》

- ・ワンクリック詐欺：携帯電話やパソコン等に届いた広告メールや架空請求メールを開き、内容を確認しようとしてクリックしただけで「登録」となり、料金を請求されるトラブル。
- ・SNS：インターネット上で友人を紹介しあって、個人間の交流を支援するサービス（サイト）。「Facebook」や「mixi」など多くのサービスが存在。
Social Networking Service の頭文字をとった略語。

ウ こうした中、道の消費生活相談においても、インターネットを利用した有料サイトに係る不当請求などの相談は、依然として高い割合で推移しています。

【道センターにおける不当請求等の相談受付件数・割合の推移】

分類	H23	H24	H25
インターネットを利用した有料サイトに係る不当請求等（運輸・通信サービス）	1,611 (24.4%)	1,356 (23.9%)	1,289 (21.8%)
（相談件数合計）	6,596	5,689	5,918

エ また、近年、高齢者の消費者被害に関する相談の割合が、高齢者人口の伸び率以上に増加しており、一度被害にあった高齢者が再び狙われるケースも増えています。高齢者は、一人暮らしの人も多く、判断力が低下している場合も見受けられ、また、「お金」、「健康」、「孤独」といった高齢者の不安に悪質事業者がつけ込んでくるケースも多く見られます。

平成25年度に北海道立消費生活センター（以下「道センター」という。）に寄せられた消費生活相談のうち、60歳以上の人からの相談割合は全体の34.8%を占め、平成21年度の21.9%から約13%増加しています。相談内容をみると、「食料品」に関する相談が最も多く、このうち「健康食品」に関する相談においては60歳以上が約8割を占めています。また、「運輸・通信サービス」や「金融・保険サービス」に関する相談も多く、そのうち「預貯金・証券等」の相談では、60歳以上が75%を占めています。

なお、全国的な傾向として、障がい者等の相談件数が増加しており、中でも訪問販売でトラブルの多い「新聞」が最も多く、対面で強引な勧誘を受けるケースが多いことがうかがえます。これは、障がいのために、その場での確かな判断や対応ができにくいこと、被害を受けたことを他人に伝えにくいこと、さらにはそれらのために何度も悪質商法の標的にされてしまうことがあります。

こうした高齢者や障がい者等の消費者トラブルに際しては、本人だけではなく、周囲が気付いて被害に対応することが求められています。

【道センターにおける年代別相談受付件数・割合の推移】

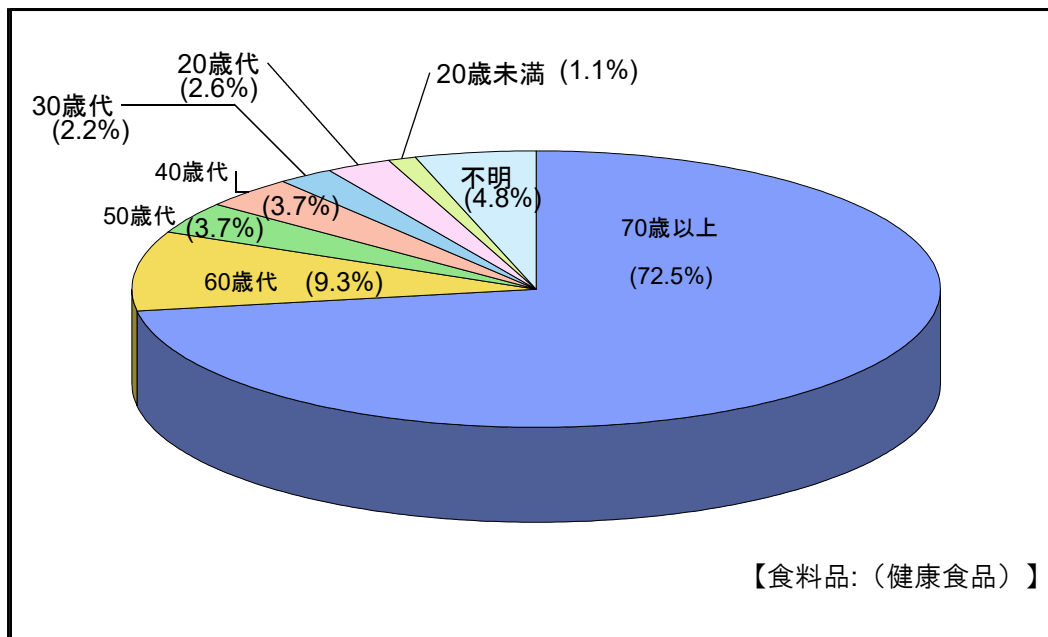
年度	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
H23	210 (3.2%)	739 (11.2%)	1,131 (17.1%)	1,078 (16.3%)	786 (11.9%)	835 (12.7%)	957 (14.5%)	860 (13.0%)	6,596
H24	141 (2.5%)	532 (9.4%)	879 (15.5%)	885 (15.6%)	720 (12.7%)	731 (12.9%)	946 (16.7%)	846 (14.9%)	5,680
H25	155 (2.6%)	485 (8.2%)	750 (12.7%)	868 (14.7%)	784 (13.2%)	892 (15.1%)	1,166 (19.7%)	818 (13.8%)	5,918

【道センター受付相談のうち主な商品・役務に関する年代別相談件数（上位3位）（H25）】

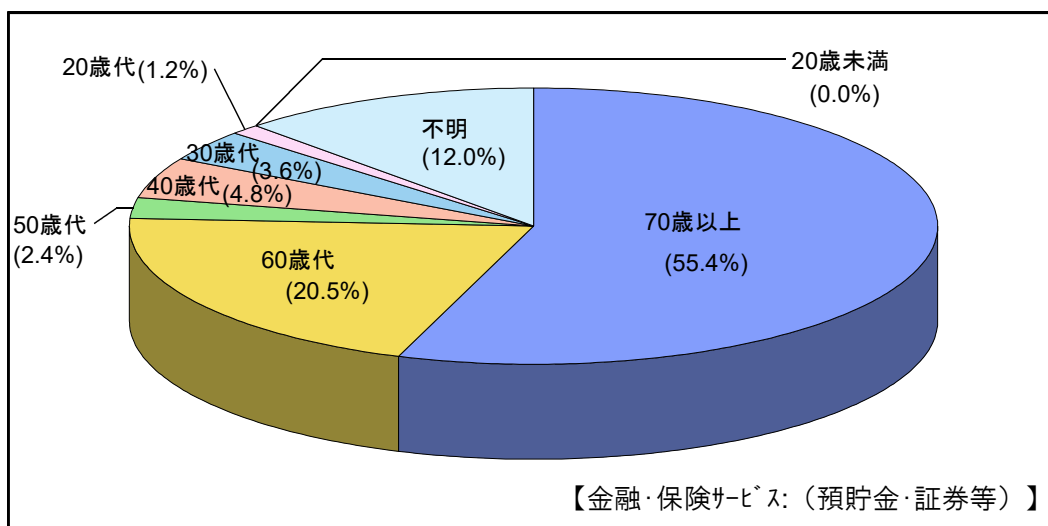
区分		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明	合計
商品	食料品	3	13	23	31	51	83	256	95	555
	（健康食品）	3	7	6	10	10	25	195	13	269
	（魚介類）	0	0	3	2	11	4	14	15	49
	教養娯楽品	12	36	50	67	56	68	81	47	417
	（パソコン等）	3	3	10	18	13	19	13	6	85
	（音響・映像製品）	1	4	4	9	9	16	13	9	65
	住居品	1	6	15	29	37	57	95	46	286
（家具・寝具）	1	2	3	6	9	8	49	11	89	
（食品・台所用品）	0	2	3	4	5	11	15	5	45	
役務	運輸・通信サービス	97	142	234	259	198	156	90	113	1,289
	（放送・コンテンツ）	95	108	176	195	145	99	45	39	902
	（インターネット通信サービス）	1	14	20	17	21	29	21	14	137
	レンタル・リース・賃借	3	82	106	82	61	44	20	102	500
	（集合住宅）	2	78	98	69	47	34	15	46	389
	金融・保険サービス	2	30	42	49	65	81	134	51	454
	（融資サービス）	0	18	28	25	23	13	12	17	136
（預貯金・証券等）	0	1	3	4	2	17	46	10	83	

（ ）内は該当する商品・役務の上位のもの

【食料品（健康食品）の契約当事者の年齢構成（H25）】

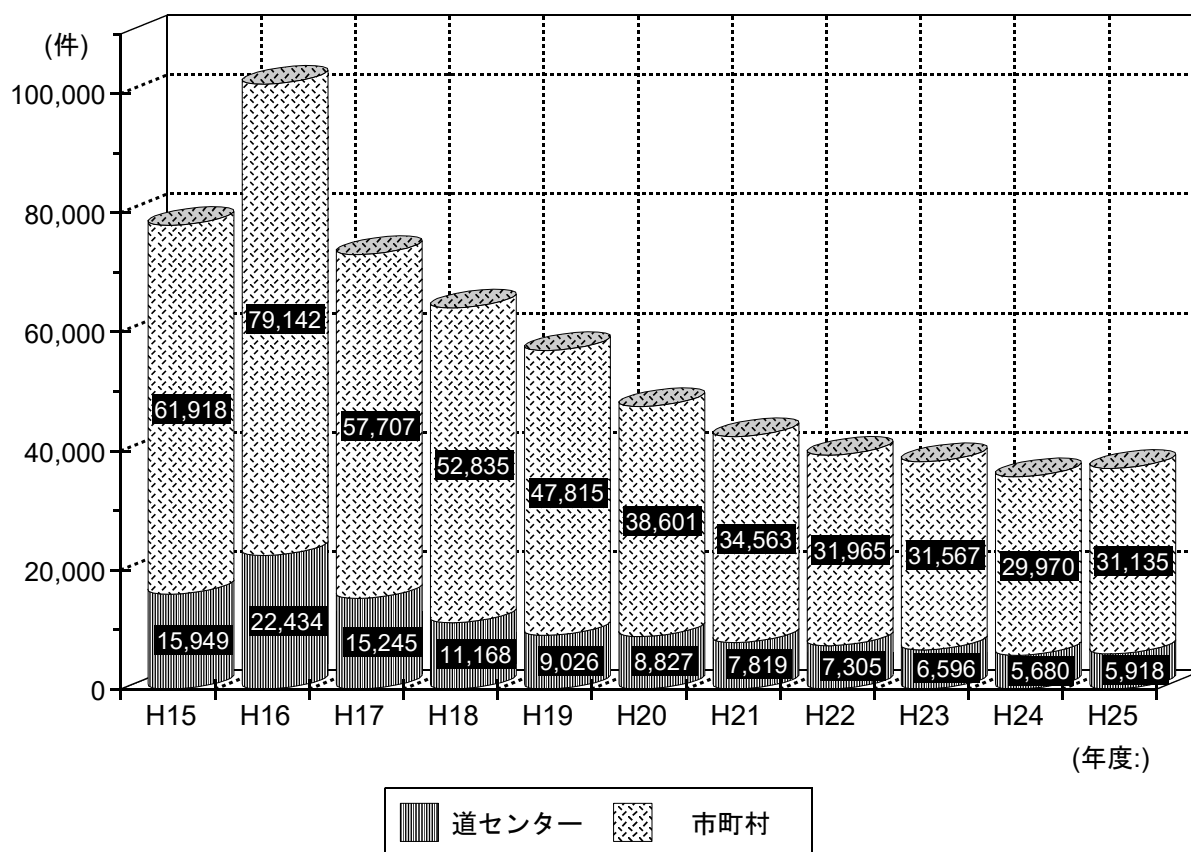


【金融・保険サービス（預貯金・証券等）の契約当事者の年齢構成（H25）】



オ このようなことから、消費者が様々なトラブルに巻き込まれた時に、どの地域に居住していても、最も身近な市町村において、安心して相談することができるよう、全ての市町村において、消費生活相談を処理できる体制を維持し、向上させていくことが重要であり、消費者被害の拡大防止のため悪質事業者に対する迅速かつ厳正な行政措置を行う必要があります。また、消費者自身も消費生活に関する合理的な意志決定を行い、被害を認識し、危害を回避したり、被害に遭った場合に適切に対処したりすることができる力を育てることが課題となっています。

全道の消費生活相談受付件数の推移



(2) 様々な消費者被害の発生

ア 国際化の進展や規制緩和などにより、消費者にとっては商品や役務の選択の幅が広がり、利便性の向上が図られてきていますが、一方で、全国的には外国産原材料の国産偽装や輸入加工食品による健康被害、冷凍食品への農薬混入など、消費者の食の安全・安心（食品の安全性・信頼性）に対する信頼を裏切る事件や、化粧品や介護ベッド用手すりの使用による身体的な被害の発生、実態のない「温泉付有料老人ホームの利用権」の販売による財産被害の発生など消費者に対し速やかな情報提供を要する事件が発生しています。

イ こうした中、北海道においても、全国的に注目を集めた牛肉以外の原材料を用いたミンチを牛肉と偽装した事案やホテルのレストラン等でメニュー表記と異なる食材を使用していた食材偽装事案など、安全・安心な北海道の食ブランドの信頼を揺るがす事案が発生しています。

ウ このようなことから、法律に違反した事業者に対する厳正な行政措置はもちろんのこと、消費者の生命・身体に危害を及ぼす重大事故や多数の消費者の財産被害が生じる事態に的確かつ迅速に対応し、商品や役務、取引による生命・身体・財産上の被害を未然に防止するため、必要な情報を消費者に迅速かつ的確に伝達することが求められています。

【道における行政措置の状況】

(1) 特定商取引法及び北海道消費生活条例に基づく措置

	特定商取引法		北海道消費生活条例			行政指導 ※4	計
	業務停止 命令	指示	勧告※1	事業者特定 情報提供※2	公表※3		
H23	0	0	0	0	0	31	31
H24	2	1	0	0	3	47	53
H25	2	1	0	2	3	35	43

※1 北海道消費生活条例(平成11年条例第43号。以下「条例」という。)第17条第3項の規定に基づく勧告

※2 条例第17条の2第2項の規定に基づく事業者を特定する情報の提供(不当請求事業者を除く。)

※3 条例第51条第1項の規定に基づく公表

※4 特定商取引に関する法律(昭和51年法第57号)及び条例の遵守を事業者に求める行政指導を行ったもの

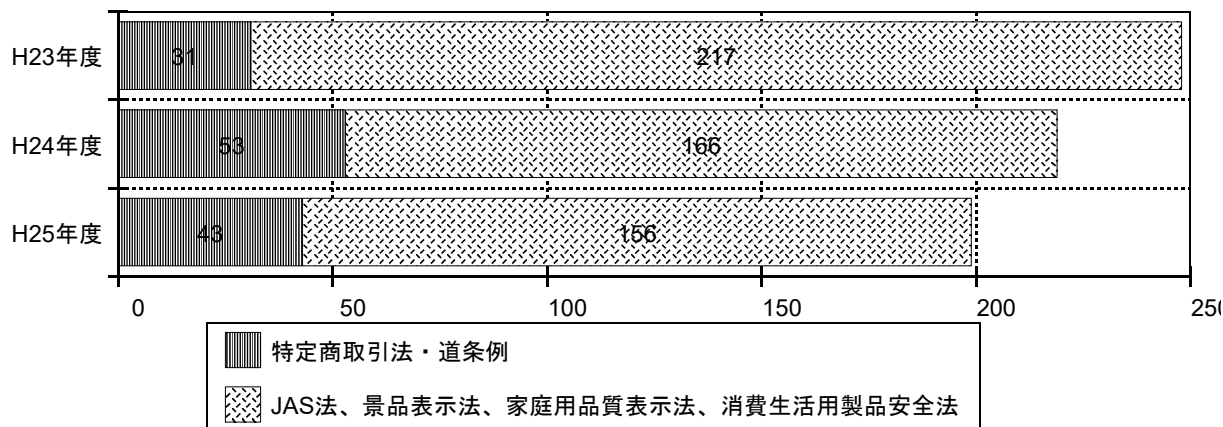
(2) JAS法、景品表示法、家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法に基づく措置

	JAS法		景品表示法※2		家庭用品 品質表示法	消費生活用 製品安全法	計
	指示	指導	指示	注意	指導	指導	
H23	6	191	3	11	2	4	217
H24	3	150	1	12	0	0	166
H25	2	111	36	7	0	0	156

※1 農林物資の企画か及び品質表示の適正化に関する法律(昭和5年法律第175号)

※2 不当景品類及び不当表示防止法(昭和37年法律第134号)

道における行政措置の状況



(3) 多重債務問題

信用購入あっせん業者(クレジット業者)や消費者金融業者が過剰な信用供与や貸付を行うことで、返済しきれない程の借金を抱えてしまう「多重債務者」が平成18年度末には過去最高の171万人となり、経済問題を背景とした生活保護受給者や児童虐待件数、さらには自殺者の増加が深刻な社会問題になったことから、国では割賦販売法や貸金業法を改正して「借り手」、「貸し手」双方に対する規制強化を行うとともに、「多重債務者対策本部」を発足させ国、地方公共団体、弁護士会、

民間団体等が一体となって実施する各種の対策に取り組んできました。
 これにより多重債務問題は一時に比べ落ち着きをみせていますが、多額の借入残高を有する層は現在も相当数存在し、今後も継続的に多重債務者対策を講じていく必要があります。

【道で受け付けた貸金業に関する苦情相談件数の推移】 (単位:件)

区分／年度	H23	H24	H25
全体	881	611	508
うち多重債務関係	202	40	17

(4) 環境問題の深刻化

我が国では、経済の高度成長により、私たちの暮らしの豊かさや利便性・快適性が向上しましたが、大量生産・大量消費・大量廃棄の産業構造・ライフスタイルは、資源やエネルギーの大量消費をもたらし、廃棄物による環境汚染問題や、地球温暖化などの地球環境問題を引き起こしました。

消費者は、これまでも、日常の消費生活が与える環境への負荷をできるだけ低減するよう、ごみの排出量の削減やエネルギーの節約に努めてきましたが、多様化する地球環境問題やエネルギー供給の不確実性などから、さらなる取組が求められています。

2 消費者行政を巡る動き

(1) 国の動き

国においては、各省庁の所管分野に横断的にまたがる事案に対し、いわば「消費者行政の司令塔」として、各行政機関の権限の円滑な調整を図るとともに、必要な事案に対しては、自ら迅速に対応する新たな組織として、「消費者庁」が平成21年9月に発足しました。また、消費生活上の生命・身体被害に係る事故の原因を究明するため、消費者安全調査委員会が平成24年10月に設置されました。

消費生活関連法の整備では、平成24年8月に被害の発生・拡大防止を図るために実施し得る他の法律に基づく措置がない、いわゆる「すき間事案」について、事業者に対する勧告や必要な措置を講ずる等の消費者安全法の改正、訪問購入業者に対する不当な勧誘行為（いわゆる押し買い）等を規制した特定商取引法の改正のほか、消費者教育に関する基本方針の策定や消費者教育推進会議の設置などを義務づけた推進法が制定されました。さらに平成25年6月には、食品衛生法、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）、健康増進法の三法に分散していた食品表示に関する基準を一元化する「食品表示法」が制定され、平成25年10月以降、ホテルのレストラン等のメニュー表示偽装が社会問題化したことを受け、平成26年6月に景品表示法が改正されました。合わせて消費生活相談員の地位向上を目指した資格制度の法制化や地域で高齢者等の消費者被害に遭いやすい人たちへの見守り活動を支援する制度を盛り込んだ消費者安全法の改正が行われています。

一方で、消費生活の現場は地域であり、消費に伴う様々な問題も地域で生じていることから、地方消費者行政の充実・強化なくして、消費生活の安定・向上はあり

得ないとの考えから、国では、平成21年度から平成23年度までを地方消費者行政の「集中育成・強化期間」と位置付け、地方消費者行政活性化基金（以下「基金」という。）造成のための交付金の創設や地方交付税措置の増額などを通じた地方公共団体への支援を行い、平成24年7月には、「地方消費者行政の充実・強化のための指針」を策定し、「集中育成・強化期間」後における地方消費者行政の充実・強化に向けた方向性が示され、平成25年度まで基金等活用期間が延長されました。その後、地域社会の消費者問題解決力の向上等を目指した、地方の計画的・安定的な取組に対する支援を強化していくため、さらに基金等の活用期間を最長平成39年度まで延長する方針が示されました。

(2) 道の動き

北海道としては、こうした国が実施する地方消費者行政の充実・強化のための施策により、平成21年2月に基金を造成し、道及び市町村の消費者行政の機能強化に関する施策を進めています。

また、行政組織の面からは、国における消費者行政の一元化や機能強化等の動きを踏まえて、道においても、消費者行政の機動的、効率的な推進体制の構築に向けて、庁内の消費者行政の集約・一元化を図り、平成22年4月に「消費者安全課」を設置しました。平成26年4月には、前年に表面化したホテルのレストラン等におけるメニューの不適切な表示問題を受け、食品表示の監視体制を強化し、表示の適正化を図っています。

このほか、平成25年2月に施行された特定商取引法の改正趣旨を踏まえ、道条例においては、事業者が消費者から物品を購入する行為等が、消費者を保護すべき対象となる取引に含まれることを明確にするため、平成26年10月に条例改正を行いました。

(3) 市町村の動き

こうした国や道の動きなどを踏まえ、道内の市町村では、基金を活用し、住民への相談窓口の周知や被害防止のための啓発を進めるとともに、消費生活センターや相談窓口の整備、消費生活相談員の資質向上を図るなど、消費者行政の機能強化に取り組んでいます。

また、複数の市町村により専任の消費生活相談員を配置し、相談に対応する地域もあり、今後、同様な対応を図るよう複数市町村で検討を進めている地域も見られます。

第3章 消費者施策の基本的な方針

この章では、道として、消費者施策を推進していく上で、行政・事業者・消費者それぞれが果たすことが求められる責務や役割を記載するとともに、北海道の消費生活の将来的に目指すべき姿について、その基本的なスタンスや方針などについて記載します。

1 行政・事業者・消費者の責務、役割

道民の消費生活の安定及び向上を図るためには、国や道、市町村がその責務を十分に果たすことはもちろんですが、消費者に商品や役務を提供する側の事業者・事業者団体の責務や、消費生活の主役を担う消費者・消費者団体の役割も重要です。

道条例においては、道及び事業者・事業者団体の責務、消費者・消費者団体の役割を明記しており、消費者の権利の尊重や自立の支援に向けて、それぞれがその責務や役割を果たしていくことが求められています。

また、消費者安全法においては、道及び市町村における消費生活相談業務の実施や消費生活協力団体及び消費生活協力員の育成・確保、消費者安全確保地域協議会の設置、消費者事故等の発生に関する情報の通知等に係る事務の実施が求められています。

(1) 道の責務

道は、社会経済の情勢や地域の実情に応じ、国や市町村と緊密に連携し、また、道民の意見や協力を得ながら、消費者の権利の尊重及び自立の支援に向けた施策を講ずる責務を有しています。そのため、道民の消費生活に関する総合的かつ計画的な施策を策定し、国の施策との調整を図りながら自ら必要な施策を実施するとともに、消費生活の主役を担う地域住民に最も身近な立場にある市町村が、消費生活関連施策を策定したり、消費生活相談業務などを実施するに当たって必要な助言を行うなどの支援を行う責務を有しています。

(2) 市町村の役割

市町村は、地域住民に最も身近な行政機関として、自主的かつ計画的に消費生活に関する施策を実施するとともに、国や道と緊密に連携し、地域住民の意見や協力を得ながら、消費者の権利の尊重及び自立の支援に向けた施策を講ずることが求められています。

(3) 事業者・事業者団体の責務

事業者は、供給する商品及び役務に係る消費者の安全や公正な取引を確保すること、必要な情報を明確かつ平易に提供すること、消費者との取引に際して消費者の知識・経験・財産等の状況に配慮すること、消費者の苦情に適切に対応すること、消費者の意見を事業活動に適切に反映すること、道の消費生活に関する施策に協力する責務を有しています。

また、事業者団体は、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制整備や、消費者の信頼を確保するための自主的な活動を行う責務を有しています。

(4) 消費者・消費者団体の役割

消費者は、自ら進んで、消費生活に関する必要な知識を習得し、必要な情報を収集するなど、自主的・合理的に行動するよう努めることや、知的財産権の適正な保護へ配慮するよう努めることが求められます。

また、消費者団体は、それぞれの設立目的に応じて消費生活に関する必要な情報の収集や提供、意見の表明、消費者に対する啓発及び教育活動、消費者被害の防止や救済のための活動などを通じ、消費生活の安定及び向上を図るための健全で自主的な活動を行うことが求められます。

北海道消費生活条例（抜粋）

（道の責務）

第3条 道は、前条に定める基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、道民の消費生活に関する総合的かつ計画的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

2 道は、道民の消費生活に関する施策の策定に当たっては消費者の意見を反映することができるよう必要な措置を講ずるとともに、施策の実施について道民の協力を得るよう努めるものとする。

3 道は、道民の消費生活に関する施策について、国、独立行政法人国民生活センター、市町村、消費者団体その他の関係者と緊密に連携して、その推進に努めるものとする。

4 道は、市町村が消費生活に関する施策を策定し、及び実施しようとする場合には、市町村が果たす役割の重要性にかんがみ、助言その他の必要な支援を行うものとする。

（事業者の責務）

第4条 事業者は、基本理念にのっとり、次に掲げる責務を有する。

（1）消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。

（2）消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。

（3）消費者との取引に際して、消費者の知識、経験、財産等の状況に配慮すること。

（4）消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。

（5）消費者の意見を事業活動に適切に反映するよう努めること。

（6）道が実施する道民の消費生活に関する施策に協力すること。

2 事業者は、その供給する商品及び役務並びに事業者の物品購入等について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

（事業者団体の責務）

第4条の2 事業者団体は、基本理念にのっとり、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動を行う責務を有する。

（消費者の役割）

第5条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を習得し、必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

2 消費者は、消費生活に関し、知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

（消費者団体の役割）

第5条の2 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動を行うものとする。

2 道の施策の基本的な展開方針

道条例の第2条では、「消費者の利益の擁護及び増進は、道民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の権利が尊重されるとともに、消費者が自主的かつ合理的に行動することができるよう地域の状況に応じて消費者の自立が支援されることを旨として、行われなければならない」と、条例の基本理念が謳われています。

こうした基本理念の考え方にに基づき、道民の消費生活の安定及び向上を図るためには、長期的視点に立った将来のあるべき姿を見据え、消費者を取り巻く現状と課題を的確に踏まえ、行政・事業者・消費者の責務、役割を理解して、着実に施策を推進していく必要があります。

そのために、ここでは、北海道の消費生活の目指すべき姿、将来像を明らかにするとともに、目指すべき姿に向かって、特に本計画期間で重点的に取り組む施策について、その方向性を示します。

(1) 健全で豊かな消費生活の実現に向けて（目指すべき姿）

《目指すべき姿》

行政・消費者・事業者が連携・協働した健全で豊かな消費生活の実現

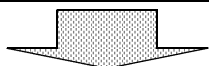
《公正な市場ルールの形成》

消費者と事業者との間の情報の質・量及び交渉力等の格差を埋めるため、行政は、消費者に対し様々な支援を行うとともに、事業者に対しては、法律や条例により事業活動の適正化、違法行為の是正等を図る必要があります。

消費者が自由に適切な商品等を選択できる環境を整え、消費者被害の未然防止等を図ることは、悪質な事業行為や事業者を排除するという面で、事業者にとっても公正で自由な競争が確保されることにつながります。

道では、以下の取組を通じて公正な市場ルールが形成される消費生活の実現を目指します。

- ① 道民が最も身近な市町村において安心して消費生活相談を受けることができる窓口の整備、消費者事故等への迅速かつ適切な対応及び情報提供体制の構築によって、消費者被害の救済や未然・拡大防止などを図ります。
- ② 特定商取引法、食品表示法、景品表示法、道条例など法令等の厳格な運用による監視・指導によって、適正な事業活動の促進を図ります。
- ③ 消費生活に関する様々な知識の習得や体験等ができる教育機会の一層の充実、各種広報媒体や地域のネットワークなどを通じた普及啓発活動の活発化などによって、消費者の自立に向けた自主的・合理的な行動の促進を図ります。



《行政、消費者、事業者が連携・協働した健全で豊かな消費生活の実現》

また、公正な市場ルールのもと、消費者による賢い消費行動や消費者利益を尊重する事業者への評価・支援が優良な事業活動を後押し、また、行政としてもさらに消費者・事業者の適切な活動を維持・促進する中で、「行政、消費者、事業者が連携・協働した健全で豊かな消費生活の実現」を目指します。

(2) 重点的に取り組む施策

特に、本計画期間内においては、法の制定・改正の状況や社会情勢等を踏まえ、次の施策について重点的に取り組むこととします。

◎ 消費者教育の推進

平成24年12月に消費者教育を総合的・一体的に推進することを目指した推進法が施行され、消費者が消費行動を通じて、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」*が定義付けられました。これを受け、平成25年6月には、消費者教育を推進するための基本方針が示され、「消費者市民社会の形成に寄与する消費者を育てる消費者教育とは、被害に遭わない消費者、合理的意思決定ができる自立した消費者にとどまらず、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する消費者を育成する教育を意味する」としています。

このため、道としても、消費者市民社会の形成に参画することの重要性を理解し、関心を深めるための教育を推進していく必要があります。

こうしたことから、道民がどこに住んでいても、生涯を通じて様々な場で消費者教育を受けられるよう、効果的な消費者教育を推進し、担い手間の連携・情報共有に努めます。

《語句の説明》

- ・消費者市民社会：一人一人の消費者が、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会経済情勢や地球環境にまで思いをはせて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味します。

◎ 高齢者等の被害の防止

高齢者の消費者トラブルに関する相談の割合が高齢者人口の伸び率を上回るペースで増加しており、その内容としては電話勧誘販売によるものの増加が目立ちます。今後も、高齢化・単独世帯化が進む中で、お金や健康、孤独など、高齢者の大きな不安につけ込む消費者トラブルの増加が懸念されます。

また、全国的な傾向として、障がい者の相談件数が増加しており、内容としては訪問販売によるトラブルが多くなっています。障がいによっては、的確な判断や対応ができていくこと、被害を受けたことを伝えにくいこと、そのため何度も悪質商法の標的にされてしまうことがあり、周囲がトラブルに気づいて対応することが求められています。

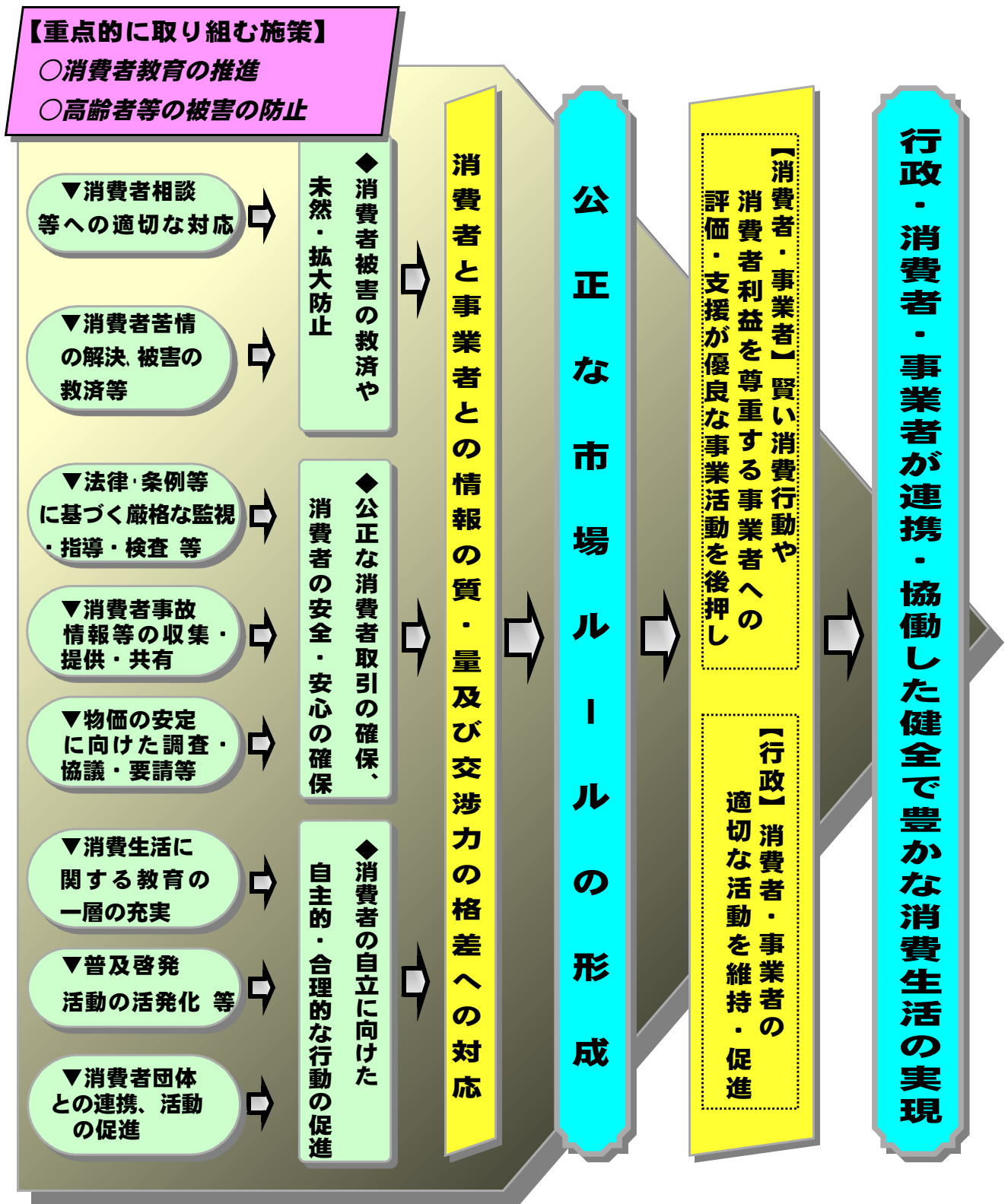
こうした背景から、道としても地域における消費者被害防止ネットワーク*づくりを進めるなど、高齢者等の被害の防止に努めます。

《語句の説明》

- ・消費者被害防止ネットワーク：行政・関係機関・団体が連携して、消費者に対し、消費生活に関する情報の提供及び消費者教育・啓発活動を推進するとともに適切な相談活動などを通じて悪質商法追放気運の醸成を図り、消費者被害の防止に資することを目的に設置される連絡会議。

【目指すべき姿の概念図】

目指すべき姿



第4章 総合的、計画的に講ずべき施策の展開方向

この章では、道民の消費生活に関し、本計画期間内で、道が総合的かつ計画的に講ずべき施策を第3章の2の「道の施策の基本的な展開方針」に沿って、具体的に掲げていきます。第1節では、特に重点的に取り組む施策について記載した上で、第2節では、総合的かつ計画的に講ずべき道の消費者施策全般に係る「施策の展開方向」について記載します。また、第3節では、第2節において体系的に整理した消費者施策について、「社会経済情勢の変化への的確な対応」という観点から、本道の特性や環境保全、高度情報通信社会など、施策の推進に当たって配慮すべき事項を掲げ、あらためて、消費生活に関する施策の方向性について記載します。

『総合的、計画的に講ずべき施策の展開方向』の全体構成

重点的に取り組む施策《第1節》

◆本計画期間内に重点的に取り組む「消費者教育の推進」と「高齢者等の被害の防止」に向けた施策について、法の制定・改正や基本方針を踏まえて整理

基本的な展開方向《第2節》

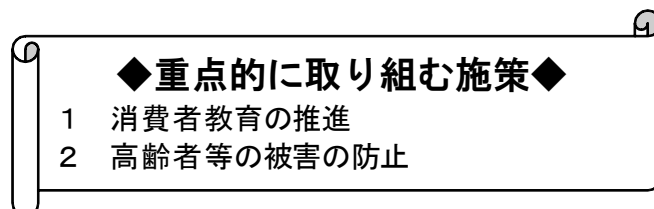
◆総合的かつ計画的に講ずべき道の消費者施策全般について、「消費者の権利の尊重」及び「消費者の自立の支援」を基本理念とする「北海道消費生活条例」の考え方にに基づき、体系的に整理

社会経済情勢の変化への対応《第3節》

◆本道の特性や社会経済情勢の変化など、施策の推進に当たって配慮すべき事項ごとに、あらためて施策の方向性等を整理

《第1節 重点的に取り組む施策》

ここでは、本計画期間中に重点的に取り組む「消費者教育の推進」と「高齢者等の被害の防止」に向けた施策について、法の制定・改正や基本方針を踏まえて整理し、着実に取り組んでいきます。



1 消費者教育の推進

【主な施策】

ア 学校における消費者教育

- 現行の学習指導要領において、消費者教育に関する内容の充実が図られていることを踏まえ、各学校に対してその趣旨等の周知徹底はもとより、消費者教育に携わる教員の指導力向上のため、関係機関や消費者団体等と連携しながら、指導者養成講座の開催や教員研修の充実に取り組み、児童生徒の発達段階に応じた消費者教育の充実に努めます。
- 学校教育において、児童生徒の発達段階に応じた消費者教育の充実が求められていることを踏まえ、関係部局等が有する情報や知識を活用した教育・啓発事業等については、教育委員会や学校との連携を図るとともに、外部の専門家などの協力を得ながら、学校における消費者教育に対する支援に努めます。

イ 地域における消費者教育

- 自立した消費者を育むためには、地域においても消費者教育に取り組むことが重要であることを踏まえ、関係部局等が有する情報や知識を活用した消費者教育用教材等の作成・配布、地域で開催される講座への講師派遣等については、市町村や教育委員会との連携を図るとともに、外部の専門家などの協力を得ながら、公民館などの社会教育施設を活用した地域における消費者教育に対する支援に努めます。
- 消費者が必要な情報を得て、自主的かつ合理的に行動できるようになるためには、幼児期から高齢期までの生涯にわたり、それぞれの時期に応じ、また、学校、地域、家庭、その他の様々な場において、消費者教育を総合的かつ一体的に推進することが必要であることを踏まえ、道センターが中心となって、消費生活に関する情報や学習機会の提供、消費者活動への援助等に努めます。
- 高齢者や障がい者等の消費者被害の未然防止と早期発見のためには、周囲による見守りが必要であることを踏まえ、町内会連合会等の地域の団体、福祉関係団

体などで構成する北海道消費者被害防止ネットワークを活用した消費者教育、情報提供等を推進するとともに、各地域における消費者被害防止ネットワークづくりを進め、消費者教育、啓発活動に努めます。

○ 市町村における消費者教育推進地域協議会の設置や消費者教育推進計画の策定について、必要な助言を行い、地域における消費者教育の推進が図られるよう支援に努めます。

ウ 職域における消費者教育

○ 消費生活に関する知識は、学校教育で得たものと、社会人として必要になるものが必ずしも一致せず、社会に出てからの学びの場も少ないため、推進法においては、従業者に対して研修等を実施することが事業者に求められていることを周知するほか、研修等に活用できる出前講座や講師に関する情報提供を通じ、職域における消費者教育の支援に努めます。

エ 消費者教育の担い手の育成等

○ 教職員等を対象とした消費者教育指導者養成講座や、消費者教育に関する内容を位置づけた各種教員研修の実施、消費者教育に係る実践資料等の作成・配付等を通じ、教職員の実践的な指導力の向上に努めます。

○ 地域での消費者教育の取組が進むよう、消費者教育の担い手育成に関する情報提供や、行政、消費者団体、事業者、事業者団体、大学等、関係機関、団体との意見交換や会議において、消費者教育に関する情報交換に努め、多様な担い手の連携を支援します。

2 高齢者等の被害の防止

【 主な施策 】

○ 高齢者や障がい者等の消費生活相談に当たっては、市町村の地域包括支援センターや相談支援の窓口など関係機関と連携することにより、消費者の年齢や障がいの特性などに配慮した相談対応を行うとともに、見守りなどの継続した支援が行われるよう努めます。

○ 高齢者や障がい者等の消費者被害の未然防止と早期発見のためには、周囲による見守りが必要であることを踏まえ、町内会連合会等の地域の団体、福祉関係団体などで構成する北海道消費者被害防止ネットワークを活用した消費者教育、情報提供等を推進するとともに、各地域における消費者被害防止ネットワークづくりを進め、消費者教育、啓発活動に努めます。

○ 道内の行政機関が情報共有を行う消費者行政メーリングリスト*を活用するほか、消費者被害防止情報「消費者ほっとメール」、ホームページ等による情報発信のほか、各地域レベルで自治会や社会福祉団体等と連携した消費者被害防止ネットワークの取組を拡げ、高齢者など様々な消費者へ効果的な情報周知が図られるよう努めます。

《語句の説明》

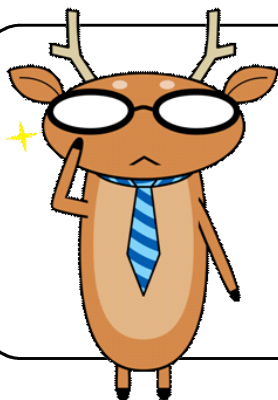
・消費者行政メールنگリスト：電子メールを使って、行政や警察、消費生活センター等の関係機関の職員間で、消費生活相談窓口における消費者苦情や消費者行政情報等に関する情報交換を行うシステム。

- 公正な消費者取引を確保するため、景品表示法に基づき過大な景品類や不当表示の監視・指導を行うとともに、特定商取引法等及び道条例に基づき事業者への行政処分や勧告・指導、事業者を特定する情報の提供を行うなど、関係法令等の適切な運用を図ることにより、消費者取引の適正化及び消費者被害の未然防止に努めます。

北海道の消費者教育PRキャラクター

道では、消費者教育の普及啓発や消費者被害の未然防止を図るため、道民の皆さんにより親しみやすく、関心を持っていただけるようPRキャラクターを一般消費者から公募しました。

このふたつのPRキャラクターが、様々な手口で忍び寄る悪質商法や契約トラブルを撃退したり、社会や環境に配慮したよりよい社会を作るために活躍します。



消費者教育PRキャラクター
かしこしか

北海道の消費者教育の啓発に使命を感じ、立ち上がった賢い鹿。よりよい行動を実践した人をあたたかく讃えたり、ときには愛のある叱咤を送って消費者を導きます。座右の銘は「鹿を追う者は山を見ず」…利益を得ることに熱中している者が道理を見失うたとえ。

消費者教育PRキャラクター
ちえ子さん

色々なことを知っているちえ子さん。マイバッグの中に「?(はてな)」を持っていて、いざというときに「あっ ちょっとまって」と「?(はてな)」を差し出して立ち止まって考える時間を与えてくれます。



《第2節 基本的な展開方向》

本計画期間を通じて、総合的かつ計画的に講ずべき道の消費者施策全般について、「消費者の権利の尊重」及び「消費者の自立の支援」を基本理念とする道条例の考え方に基づき、体系的に整理し着実に取り組んでいきます。

◆消費者施策全般にわたる基本的な展開方向◆

- 1 消費者の権利の尊重
- 2 消費者の自立の支援

1 消費者の権利の尊重

より多様化・複雑化する消費者問題に適切に対処していくため、道としては、専門化・高度化する苦情相談処理に対応できるよう、消費生活相談員の資質の向上など消費生活相談体制の整備を図るとともに、消費者被害の救済等を図ります。

また、悪質事業者に対して特定商取引法、道条例などに基づき、行政処分や勧告・指導、事業者を特定する情報の提供を行うなど、厳正に対処します。

さらに、近年、食品表示などを中心に不当な表示に関する事案が発生していることから、食品表示法や景品表示法などに基づき、表示の適正化を図るなど、消費生活関係法令等の適切な運用により、道民の消費生活の安定・向上に努めます。

また、食の安全・安心に対する消費者の信頼を損なう事案も発生している状況にあることから、再発防止と消費者の信頼回復を図るため、庁内の横断的推進体制により、情報の共有化を含め庁内関係部局が緊密に連携し、必要な対策を進めます。

このほか、消費生活モニターの配置や食品・家庭燃料の安定供給など価格安定対策に取り組むほか、「北海道食の安全・安心条例」などに基づき、消費者の視点に立った食の安全・安心の確保に努めます。

◆消費者の権利の尊重◆

- (1) 消費者苦情等の処理及び消費者被害の救済
- (2) 公正な消費者取引の確保
- (3) 消費者の安全・安心の確保
- (4) 消費者意見の反映

(1) 消費者苦情等の処理及び消費者被害の救済

【主な施策】

ア 道における苦情相談処理体制の充実

- 道は、広域的な見地を必要とする相談事案や、高度の専門性を必要とする事案について、あっせん等を行います。
- 道センター相談員の資質の向上や、弁護士、建築士、臨床心理士などの専門家による支援などにより、道センターにおける苦情相談処理機能や、住民に最も身近な市町村を的確に支援するための機能の高度化を図ります。

イ 市町村における苦情相談処理への支援

- 平成24年度当初には道内のほとんどの地域で消費生活相談を概ね処理できる体制が構築されたことを踏まえ、北海道全体としての問題解決能力の向上を図るため、道センターが中心となって、市町村に対して次の三つの柱による支援に引き続き取り組みます。
 - ・道センター相談員の地区別担当制や地区担当相談員に直接相談可能な市町村専用電話による市町村相談員等への助言等による支援
 - ・市町村の相談員や職員の資質向上のための人材育成への支援
 - ・被害情報、研修情報、啓発情報、苦情相談処理事例等の情報提供
- 市町村において、相談員の人材確保や研修受講などによる相談員の資質向上、相談対応の質の向上に必要な機器整備、執務環境の整備など、相談体制の整備が図られるよう、必要な助言・情報提供などを行います。
- 市や町の消費生活センターを中核とした複数の周辺市町村による広域的な体制整備が図られるよう、引き続き必要な調整に取り組みます。

ウ 相談等の処理に当たって取り組む事項

- 道センターでは、電話や面談による相談が困難な消費者のため、電子メールによる相談対応を行うなど、相談者の利便性や特性などにも配慮します。さらに、寄せられた相談情報等をもとに、悪質事業者の行政処分や勧告、指導などにも繋げていきます。
- 高齢者や障がい者等の消費生活相談に当たっては、市町村の地域包括支援センターや相談支援の窓口など関係機関と連携することにより、消費者の年齢や障がいの特性などに配慮した相談対応を行うとともに、見守りなどの継続した支援が行われるよう努めます。【重点的に取り組む施策】
- 多様化する消費者の苦情相談を処理し、消費者被害の未然防止を図るため、独立行政法人国民生活センターと都道府県の消費生活センター等をオンラインで結ぶ消費生活情報ネットワークシステムの積極的な活用を図ります。

- 道センターの商品テスト機能については、独立行政法人国民生活センターの商品テスト部門等とも連携し、消費者からの依頼や寄せられた苦情、危害情報に即した適切な対応を行うとともに、テスト機能を活用した体験学習など、消費者への普及啓発活動にも取り組みます。
- 北海道警察本部及び各方面本部（函館・旭川・釧路・北見）に設置した相談センターにおいて、振り込め詐欺やヤミ金融、悪質商法など消費者の不安に関する電話相談等に対応します。

エ 消費者被害の救済

- 解決が著しく困難な消費者の苦情についてのあっせん又は調停を行うため、独立行政法人国民生活センター紛争解決委員会の活用や、北海道消費者苦情処理委員会を開催し、消費者苦情の公正な解決を図ります。

オ 多重債務対策の推進

- 道に専門の貸金業相談員を配置するとともに、苦情相談専用フリーダイヤルを設置するなど、消費者等からの貸金業者の業務方法等に係る苦情相談や債務整理に係る相談等に対応します。また、道が平成19年から設置している「北海道多重債務者対策協議会」において関係機関との情報交換や対応策の検討を行うとともに、平成27年度より施行となる生活困窮者自立支援法に基づき市町村等が実施する家計相談支援事業などと連携した多重債務対策の普及啓発に取り組みます。

(2) 公正な消費者取引の確保

【主な施策】

ア 商品等の表示等の適正化

- 商品及び役務の表示などの適正化を図るため、食品表示法や計量法、家庭用品品質表示法など、関係法令や道条例に基づく監視・指導のほか、景品表示法に基づき不当表示等の監視指導を行うとともに、食品表示法に基づく食品表示基準の周知に努めます。

イ 不当な取引方法の禁止

- 公正な消費者取引を確保するため、景品表示法に基づき過大な景品類や不当表示の監視・指導を行うとともに、特定商取引法等及び道条例に基づき事業者への行政処分や勧告・指導、事業者を特定する情報の提供を行うなど、関係法令等の適切な運用を図ることにより、消費者取引の適正化及び消費者被害の未然防止に努めます。【重点的に取り組む施策】

- 消費者契約法の規定により内閣総理大臣の認定を受け、事業者の不当な勧誘行為や契約条項などに対する差止請求権を有する適格消費者団体と、適切な情報提供ルールのもとで連携を図り、適格消費者団体が行う差止請求等の業務を支援することを通じ、消費者取引の適正化及び消費者被害の未然防止に努めます。

- 資金需要者等の利益の保護を図るため、貸金業法に基づき、貸金業を営む者に対し必要な規制を行うことにより業務の適正な運営を確保します。
- アパートなど賃貸住宅を明け渡す際の敷金精算を巡るトラブルなど、宅地建物取引に関する消費者被害を防止するため、宅地建物取引業法に基づき、宅建業者及び取引主任者に対する指導監督等を行います。

(3) 消費者の安全・安心の確保

【 主な施策 】

ア 消費者事故情報等の収集・共有・周知

- 道センターや各市町村の消費生活センターに設置された消費生活情報ネットワークシステムを活用した消費者事故情報・悪質事業者情報等の収集や、市町村の消費生活相談窓口をはじめ、警察や保健所等の関係機関との連携による情報の収集・共有・住民への周知に努めます。
- 製品の瑕疵による重大事故など、消費者安全法に基づき消費者庁への通知が必要な事案について、庁内関係部局と連携し、迅速な情報の集約に努めます。
- 道内の行政機関が情報共有を行う消費者行政メーリングリストを活用するほか、消費者被害防止情報「消費者ほっとメール」、ホームページ等による情報発信のほか、各地域レベルで自治会や社会福祉団体等と連携した消費者被害防止ネットワークの取組を拡げ、高齢者など様々な消費者へ効果的な情報周知を図られるよう努めます。【重点的に取り組む施策】

イ 危害の防止

- 商品や役務による消費者の生命、身体又は財産に及ぼす危害の未然防止を図るため、消費者安全法、消費生活用製品安全法等の法令、及び道条例の適切な運用を図ります。

ウ 食の安全・安心の確保

- 食品衛生法等に基づき、営業の許可登録、施設の監視指導、食品等の検査、食中毒対策等を実施するとともに、食品の生産から製造、流通、販売に至る各段階において、H A C C P*導入などの食品等事業者による自主衛生管理の推進を図ることにより、飲食による衛生上の危害の発生防止と、食品の安全性の向上に努めます。

《語句の説明》

- ・ H A C C P : 原材料の受入れから最終製品の出荷にいたる各製造工程ごとに、食中毒菌の付着、異物の混入などの危害を予測し、対策を立て、特に重要な工程を集中的に管理する衛生管理手法。

Hazard Analysis and Critical Control Point の頭文字をとった略語。ハサップ。

- 食品表示法など食品の表示に関する関係法令の普及啓発に努め、適正な表示を促進するとともに、食品関係施設に対する立入検査等により関係法令の遵守状況を把握するなど、食品の表示に関する監視と違反事業者に対する指導等を行います。
- 食品の生産、製造・加工、流通、販売の各段階の過程を明らかにするトレーサビリティシステムの導入を促進するとともに、消費者や事業者のトレーサビリティに関する知識や理解の促進を図るための情報提供等に努めます。
- 消費者、生産者、事業者等の関係者が食品の安全性に関するリスクについての情報や意見の交換を図るリスクコミュニケーション*を実施し、食の安全・安心についての積極的な情報・意見交換による関係者間の相互理解の促進に努めます。

《語句の説明》

・リスクコミュニケーション：リスク評価の結果や、リスク管理の方法について情報を共有しつつ、消費者、生産者、事業者、研究者、その他の関係者がそれぞれの立場から相互に情報や意見を交換すること。意見交換会や意見募集等によって行われる。

- 食の安全・安心に係る通報等の内容やその対応状況に関する情報は、庁内 関係部局で構成する消費生活安定会議幹事会に設置した食品安全部会において共有し、一元的に管理を行います。

エ 価格安定対策

- 物価の安定は、道民生活安定の基礎であり、均衡のとれた経済発展の基本をなすものであることから、関係機関との協力のもとに、消費生活モニターによる価格動向や需給状況の調査を実施し、報道機関やホームページを通して情報提供します。
- 北海道地域灯油意見交換会など、消費者団体や関連事業者、行政機関の参加による協議の場を活用して、物資の供給確保や価格の安定等について意見交換を行います。
- 関係機関等と連携のもと、物価の安定に資する対策を適時・適切に推進するとともに、必要に応じ、関係団体や関係業界等に対し、物資の供給確保や価格の安定等についての要請を行います。

オ 緊急事態への対処等

- 道民の消費生活の安全を確保するため、商品又は役務により緊急の対応を要する事態が発生したときは、庁内関係部局が相互に十分な連絡と連携を図り、迅速かつ適切に対応することにより、道民の消費生活への悪影響の未然防止又は抑制に努めます。

(4) 消費者意見の反映

【主な施策】

ア 消費生活モニターの配置

- 全道に消費生活モニターを配置し、消費者行政に関する消費者意識や消費動向の実態把握、道条例や関係法令に基づく基準の遵守状況などを調査するとともに、消費生活に関する情報や意見を収集し、施策への反映に努めます。

イ 消費生活地域協議会の開催

- 地域の消費者や有識者、関係団体などの意見を聴取するため、「消費生活地域協議会」を総合振興局・振興局単位で開催し、地域の意向が道の施策へ適切に反映されるよう努めます。

ウ 道センターの利用者満足度調査の実施

- 道センターへ消費生活相談や施設利用等で訪れた消費者を対象に、職員対応や施設・設備などに関する満足度を調査、公表し、住民サービスの充実・向上に努めます。

エ 消費者からの申出の受理、調査及び措置の実施

- 道条例第30条の規定に基づく消費者からの申出を受理し、適切に調査・措置を行うことによって、消費者の利益の擁護及び増進に努めます。

2 消費者の自立の支援

近年の消費者問題は、消費者と事業者間における商品・役務についての情報量や、交渉力等の格差から生じる問題に加え、経済社会の高度情報化・国際化の進展により新たに生じる問題など、その内容の多様化・複雑化が進んでいます。

このような状況に適切に対応するために、消費者は自ら主体的に判断、選択し、合理的に行動することにより、消費者の権利を実現していくことが求められています。

道では、これまでも「消費生活に関する教育の推進」、「消費者啓発・情報提供の推進」、「消費者団体との連携、活動の促進」を柱に、消費者の自立の支援に努めてきましたが、平成24年8月に推進法が制定されたことを踏まえ、引き続き、消費者教育や広報啓発活動の推進、消費者団体の自主的な活動促進に向けた連携、支援等に努めます。

◆消費者の自立の支援◆

- (1) 消費者教育の推進
- (2) 消費者啓発・情報提供の推進
- (3) 消費者団体との連携、活動の促進

(1) 消費者教育の推進 【重点的に取り組む施策】

【主な施策】

ア 学校における消費者教育

- 現行の学習指導要領において、消費者教育に関する内容の充実が図られていることを踏まえ、各学校に対してその趣旨等の周知徹底はもとより、消費者教育に携わる教員の指導力向上のため、関係機関や消費者団体等と連携しながら、指導者養成講座の開催や教員研修の充実に取り組み、児童生徒の発達段階に応じた消費者教育の充実に努めます。
- 学校教育において、児童生徒の発達段階に応じた消費者教育の充実が求められていることを踏まえ、関係部局等が有する情報や知識を活用した教育・啓発事業等については、教育委員会や学校との連携を図るとともに、外部の専門家などの協力を得ながら、学校における消費者教育に対する支援に努めます。

イ 地域における消費者教育

- 自立した消費者を育むためには、地域においても消費者教育に取り組むことが重要であることを踏まえ、関係部局等が有する情報や知識を活用した消費者教育用教材等の作成・配布、地域で開催される講座への講師派遣等については、市町村や教育委員会との連携を図るとともに、外部の専門家などの協力を得ながら、公民館などの社会教育施設を活用した地域における消費者教育に対する支援に努めます。
- 消費者が必要な情報を得て、自主的かつ合理的に行動できるようになるためには、幼児期から高齢期までの生涯にわたり、それぞれの時期に応じ、また、学校、地域、家庭、その他の様々な場において、消費者教育を総合的かつ一体的に推進することが必要であることを踏まえ、道センターが中心となって、消費生活に関する情報や学習機会の提供、消費者活動への援助等に努めます。
- 高齢者や障がい者等の消費者被害の未然防止と早期発見のためには、周囲による見守りが必要であることを踏まえ、町内会連合会等の地域の団体、福祉関係団体などで構成する北海道消費者被害防止ネットワークを活用した消費者教育、情報提供等を推進するとともに、各地域における消費者被害防止ネットワークづくりを進め、消費者教育、啓発活動に努めます。

○ 市町村における消費者教育推進地域協議会の設置や消費者教育推進計画の策定について、必要な助言を行い、地域における消費者教育の推進が図られるよう支援に努めます。

ウ 職域における消費者教育

- 消費生活に関する知識は、学校教育で得たものと、社会人として必要になるものが必ずしも一致せず、社会に出てからの学びの場も少ないため、推進法においては、従業者に対して研修等を実施することが事業者に求められていることを周知するほか、研修等に活用できる出前講座や講師に関する情報提供を通じ、職域

における消費者教育の支援に努めます。

エ 消費者教育の担い手の育成等

- 教職員等を対象とした消費者教育指導者養成講座や、消費者教育に関する内容を位置づけた各種教員研修の実施、消費者教育に係る実践資料等の作成・配付等を通じ、教職員の実践的な指導力の向上に努めます。
- 地域での消費者教育の取組が進むよう、消費者教育の担い手育成に関する情報提供や、行政、消費者団体、事業者、事業者団体、大学等、関係機関、団体との意見交換や会議において、消費者教育に関する情報交換に努め、多様な担い手の連携を支援します。

(2) 消費者啓発・情報提供の推進

【主な施策】

ア 消費生活に関する啓発・情報提供

- 消費者被害を防止するために、道センターが中心となり設立した北海道消費者被害防止ネットワークを活用した消費者啓発に努めるとともに、「ネットワークニュース」により最新の消費者被害情報などの提供を行います。
さらに、消費生活全般に関する情報について、啓発用パンフレット、ホームページ等を活用し、消費者啓発や情報提供を行います。
- また、若年者や高齢者、障がい者など消費者の年齢や障がいの特性などに配慮した効果的な消費者啓発や情報提供を行うため、北海道消費者被害防止ネットワークを活用するほか、市町村や地域の各種団体などとの連携を図り、啓発・情報提供を行います。
- 製品事故についての情報提供をはじめ、消費者の健康や消費生活に必要な食品衛生、計量、住宅、省エネなどの各種情報を提供することにより、消費者の自主的活動を支援し消費者意識の高揚を図るほか、金融に関する情報提供や児童・生徒に対する金銭教育等の推進を図ります。
- 食品の安全に対する消費者の関心が高まる中、消費者に生産者の顔が見える関係を築くため、農産物の直売等の活動を通じた消費者との交流促進や、ホームページなど様々な媒体を活用し、食品の安全性に関する情報提供の取組を促進するとともに、消費者自らが正しい知識を習得する機会の拡大を図りながら、「地産地消」や「食育」などを総合的に推進する「愛食運動」を展開し、消費者への普及啓発を推進します。
- 環境に配慮した循環型のライフスタイルの定着を図るため、3Rを意識した取組が必要です。消費者が買い物時、使用時及び廃棄時などの各段階において、3Rのうち、特に2R*を優先して取り組むよう、循環型社会形成に関する各種イベントの開催、各種制度・取組を取りまとめた情報誌やホームページなどによる情報提供により、市町村やNPO等と連携した普及啓発に努めます。

《語句の説明》

- ・ 2 R : 3 R (リデュース : ごみの発生抑制、リユース : 再使用、リサイクル : 再生利用)
のうちリデュースとリユースのこと。

(3) 消費者団体との連携、活動の促進

【 主な施策 】

ア 消費者団体の活動の促進

- 消費者の自主的な活動を促進し、消費者団体の活性化・体制強化等を図るため、(一社)北海道消費者協会など消費者団体の活動を支援します。

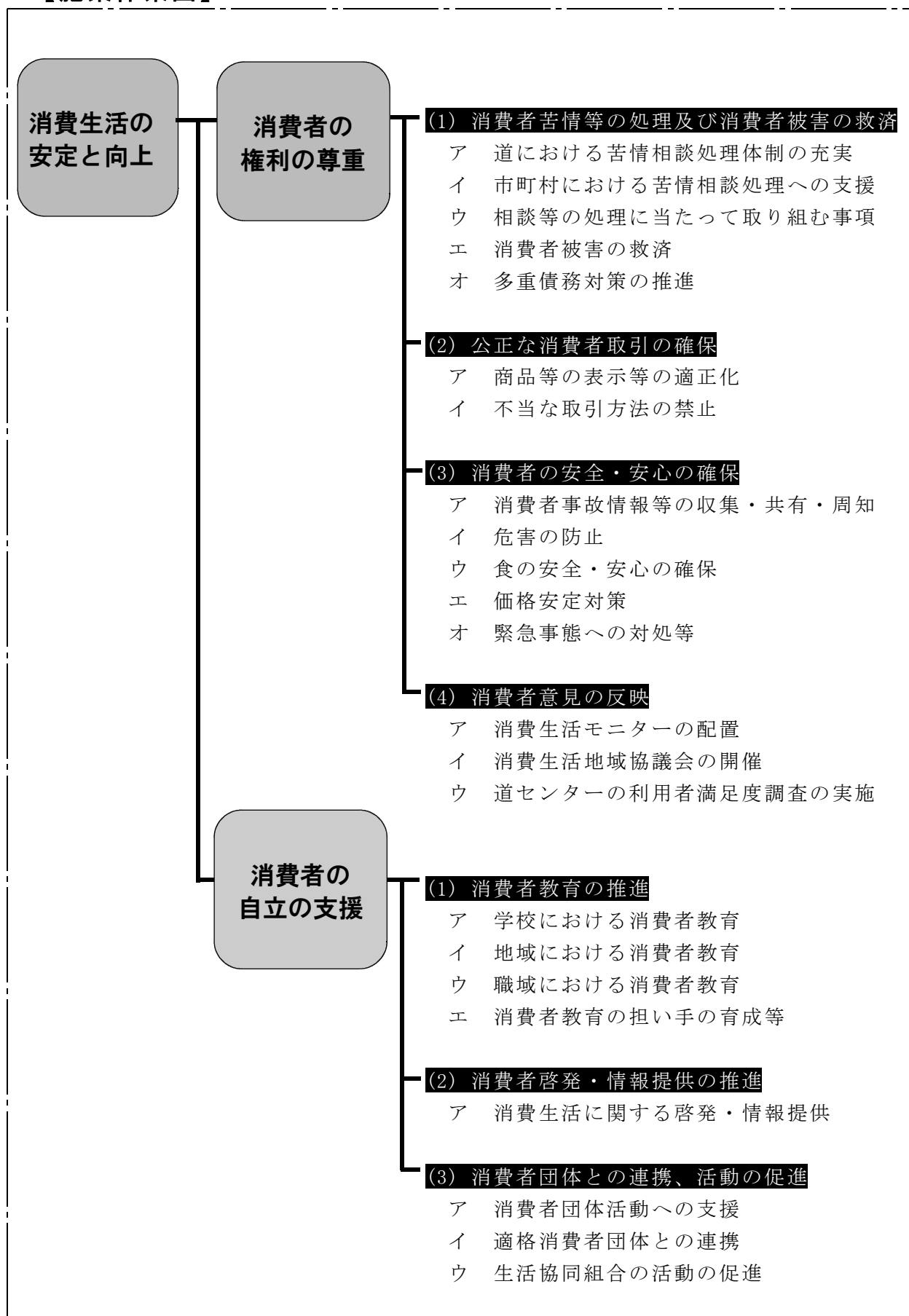
イ 適格消費者団体との連携

- 適格消費者団体は、消費者契約法に基づく差止請求関係業務のほかにも、消費者・事業者に対する啓発事業などの活動も行っており、当該団体の専門的知見が生かされ、自主的活動の促進が図られるよう、必要な連携に努めます。

ウ 生活協同組合の活動の促進

- 生活協同組合の自主的活動や社会的役割を促進するための情報交換や連携などに努めるとともに、組合運営等の適正を図るため、消費生活協同組合法に基づき、調査・指導等を行います。

【施策体系図】



《第3節 社会経済情勢の変化への対応》

第2節においては、道条例の基本理念における考え方に沿って、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」という体系のもと、個別の施策についての展開方向を述べてきましたが、これらの施策推進に当たっては、本道の特性や環境の保全、高度情報通信社会の進展などについて、的確に対応するよう配慮すべき旨が、道条例に合わせて規定されています。

ここでは、こうしたことを踏まえ、施策の推進に当たって配慮すべき事項を掲げ、それぞれの視点から、あらためて消費生活に関する施策の方向性について記載します。

◆社会経済情勢の変化への対応◆

- 1 全国を上回るスピードで進む人口減少・少子高齢化等への対応
- 2 環境に配慮した消費行動と事業活動の促進
- 3 高度情報通信社会の進展への対応
- 4 消費者と事業者が連携・協働した取組の促進

1 全国を上回るスピードで進む人口減少・少子高齢化等への対応

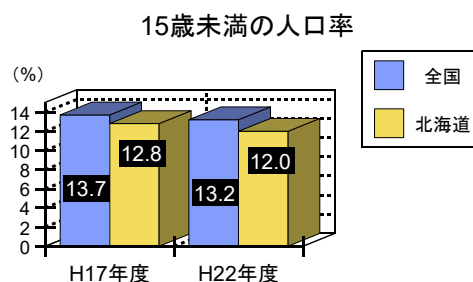
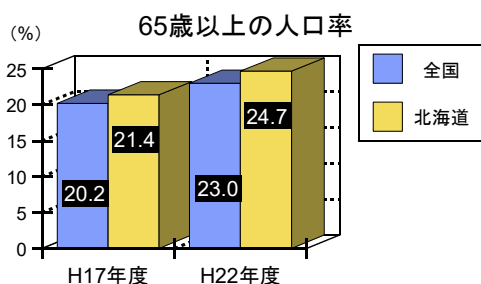
《配慮すべき事項》

北海道の総人口は全国に先駆けて減少に転じ、少子高齢化についても、全国を上回るスピードで進んでいます（国勢調査結果）。

また、国立社会保障・人口問題研究所による将来人口の推計では、平成52年の本道の総人口が約419万人となり、平成22年から約130万人減少すること、15歳未満の人口率は、平成22年の12.0%から平成52年には8.4%まで低下すること、65歳以上の人口率は、平成22年の24.7%から平成52年には40.7%まで上昇することが見込まれ、人口減少や高齢化率の上昇は今後も長期にわたり続くことが予想されています。

	人口増加率		15歳未満人口率		65歳以上人口率	
	H17	H22	H17	H22	H17	H22
北海道	▲1.0%	▲2.2%	12.8%	12.0%	21.4%	24.7%
全国	0.7%	0.2%	13.7%	13.2%	20.2%	23.0%

平成22年国勢調査（総務省統計局）



このことは、生産年齢人口の減少や高齢化等に伴う購買力の減少により、本道の経済活動の規模縮小が懸念されることはもちろんですが、全国に比べ、広大な面積に人口が分散する、広域分散型の地域構造となっているため、人口減少・高齢化が集落の機能低下に及ぼす影響がより強く表れやすく、さらには、集落を包含する市町村レベルでも、その機能を十分に果たせなくなることが懸念されています。

一方で、消費生活の分野においては、その主役が消費者個人、すなわち地域の住民であり、住民と最も密接に接する市町村の役割が重要であることから、市町村が果たすべき機能を維持し、向上させていく方策が不可欠となっています。

《施策の方向性》

個別の市町村における機能維持・向上に向けた努力はもちろん必要ですが、特に本道においては、市町村の枠を越えた住民の生活圏における複数の市町村が連携・協力し、必要な機能を維持・向上させる方策も有効であることから、各地域の実情や各市町村の意向なども十分に踏まえ、地域に合った効果的な市町村連携の促進に努めます。

また、人口減少や高齢化の進行により、集落の機能低下や地域コミュニティ活動を支える人材の不足を招き、若年者や高齢者、障がい者などを狙った悪質商法などが拡大しやすくなる懸念があることから、地域全体でフォローするようなネットワークづくりの推進など、地域の実情に応じた効果的な対応策の促進に努めます。

2 環境に配慮した消費行動と事業活動の促進

《配慮すべき事項》

世界自然遺産に登録された知床やラムサール条約登録湿地の釧路湿原に代表されるように、豊富な森林、湿原や湖沼などが織りなす雄大な北海道の自然や、さわやかな大気やきれいで豊富な水資源など、本道の環境は世界に誇れる貴重な財産です。

この豊かな環境の恵みのもと、安全・安心な農水産物の生産などの産業が成り立ち、安らぎのある生活が営まれてきましたが、近代の大量生産・大量消費・大量廃棄の経済社会システムやライフスタイルが、今日の環境問題を引き起こし、世界に誇れる貴重な財産である本道の環境を損ない、ひいては生活の基盤をも脅かすことにも繋がります。消費者や事業者には、これまでのライフスタイルや社会経済活動を見直し、環境に配慮した消費行動や事業活動を行うことが求められています。

道条例においては、道は「道民の消費生活に関する施策の策定及び実施に当たっては、消費生活が環境に及ぼす影響に配慮すること」、事業者は「商品又は役務の提供に当たっては、環境の保全に資するため、再商品化が容易な容器及び包装の使用など必要な措置を講ずるように努めること」、消費者は「商品の選択、使用及び廃棄並びに役務の選択及び利用に当たっては、環境に及ぼす影響に配慮するよう努めること」が規定されています。

《施策の方向性》

日々の消費生活における環境への配慮は、本道の豊かな自然環境や生産基盤を守り、将来世代に引き継いでいくため、現世代に課せられた責務であり、消費者や事業者のそれぞれが自分の役割や責務を十分理解し、3Rや省エネの実践など、環境に配慮した行動を積極的に取り組むことができるよう、情報提供や普及啓発などに努めます。

3 高度情報通信社会の進展への対応

《配慮すべき事項》

インターネットや携帯電話の普及による高度情報通信社会の進展は、くらしの利便性の向上をもたらしました。近年、情報化による利便性を幅広く地域に普及させるため、国の施策をはじめとして、公的資金による情報通信基盤の整備が進められています。特に、本道においては、人口密度が薄く広域分散型となっているため、近隣に商店がなく日常の買い物にも支障を来す地域もあり、こうした本道の特性に鑑みると、自宅に居ながらにして様々な商品を比較検討し選択できるなど、情報化の進展が利便性の向上に寄与することも期待されています。

一方で、情報化社会の進展により新たな消費者問題も生じており、特に、高齢者や子どもなど、専門的な知識や判断力などで事業者には及ばない消費者の消費行動に係る安全・安心の確保が重要となっています。

《施策の方向性》

情報化の特性に留意しながら、消費者の安全・安心を確保するため、公正な取引確保のための事業者の監視・指導をはじめ、高齢者や子どもなどに対する地域での見守りや、消費者各層に対する教育・啓発活動の実施などの必要な施策の推進に努めます。

また、道民の豊かな消費生活の向上に繋げていくため、情報通信基盤の整備などの公共投資を有効に活用し、情報化のメリットをより効果的かつ適切に享受するという観点も踏まえながら、市町村や関係団体などと連携した、情報化に関する必要な情報提供や普及啓発などに努めます。

4 消費者と事業者が連携・協働した取組の促進

《配慮すべき事項》

2000年代以降、消費者は、行政に保護される者から「自立した主体」へと位置づけられ、消費者政策は、消費者の「保護」を中心とする考え方から、消費者の「権利の尊重」と「自立の支援」を中心とする考え方へと変わってきました。

消費者は、自らの消費行動が、社会・経済・環境等に影響を及ぼすことを自覚し、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わっていくことが求められています。

また、事業者は、消費者のニーズと消費者の利益を考えた事業活動により、消費者や消費者団体から選択される事業者でなければ存続・発展していくことが難しい状況になっています。

こうした社会経済構造の変化により、これまでの消費者被害の防止や悪質事業者対策といった施策だけでは、豊かな消費生活の実現を図ることは困難な時代となっており、合わせて、消費者と事業者の相互理解や相互利益の実現に向けた取組も重要となっています。

《施策の方向性》

消費者が、商品の選択などを通じて企業を評価し、消費者利益を尊重する事業者を応援することや、企業や行政に積極的に意見提案するなど、消費者市民社会の一員として社会の発展に寄与できるよう支援に努めます。

また、消費者の適切な消費行動により、優良事業者の成長を促し、地域産業の発展に繋がるよう、生産物の直販など消費者と事業者の様々な交流の促進や消費者団体等による優良事業者の表彰を通じた信頼関係の構築など、消費者と事業者が連携・協働した取組のさらなる拡大を目指して、情報提供や普及啓発などに努めます。

第5章 推進体制と推進管理等

この章では、本計画を着実かつ効果的に推進していく上での推進体制や推進管理、さらには、計画の見直しについて記載しています。

1 計画の推進体制

- 知事をトップとした消費生活安定会議を活用するなど、庁内関係部局及び総合振興局・振興局の連携・協力等により、消費者行政の総合的・効果的な推進を図ります。
- 知事の附属機関として設置されている北海道消費生活審議会において、消費政策に係る諸課題について調査審議し、計画の見直し等に反映します。
- 消費者庁と地方公共団体の幹部が意見交換を行う「消費者行政ブロック会議」や全道35市で構成する「北海道都市消費生活行政連絡協議会」などにおいて、道の施策に係る情報提供や意見交換等を図ります。

2 計画の推進管理

- この計画の推進管理に当たっては、計画で掲げる施策を効果的に推進するため、別表に掲げる指標項目や参考項目なども用いて、毎年度、基本計画の施策体系に沿って、消費生活関連施策の推進状況や目標の達成状況などについて、取りまとめます。
- 消費生活関連施策の推進状況や目標の達成状況などについては、毎年度、北海道消費生活審議会へ報告するとともに、道民に公表します。

3 計画の見直し

- 消費生活関連施策の推進状況や目標の達成状況、消費者を取り巻く社会経済情勢の変化、国の施策の動向などを見極めながら、北海道消費生活審議会の意見も踏まえ、必要に応じ見直しを行います。

北海道消費生活基本計画

発行 北海道

編集 北海道環境生活部くらし安全局消費者安全課

〒060-8588

札幌市中央区北3条西6丁目

TEL(011)231-4111 内線 24-521

TEL(011)204-5212 ダイヤルイン

FAX(011)232-3640

E-mail kansei.shouan@pref.hokkaido.lg.jp

平成27年3月