



# 第3次北海道消費生活基本計画

## (検討のためのたたき台)

R1.8.20 現在

### 第1章 計画の策定に当たって

- 1 計画策定の趣旨
- 2 計画の位置づけ
- 3 計画の期間

### 第2章 消費生活を取り巻く現状

- 1 消費者被害の現状
- 2 消費者を取り巻く社会環境の変化
- 3 国の消費者行政の動向
- 4 消費者の意識

### 第3章 消費者施策の基本的な方針

- 1 消費者施策の基本的な方向性
- 2 施策横断的な考え方

### 第4章 総合的、計画的に講ずべき施策の展開方向

- 1 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 消費者教育の推進
- 5 見守りネットワークの推進と消費者団体との連携

### 第5章 推進体制と推進管理等

- 1 計画の推進体制
- 2 計画の推進管理
- 3 計画の見直し

# 第 1 章 計画の策定に当たって

## 1 計画策定の趣旨

道は、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を策定するものとされており、第 2 次北海道消費生活基本計画の計画期間が令和元年度（2019 年度）末をもって終了するので、経済社会情勢の変化や第 2 次計画期間中の取組状況や課題を踏まえ、今後の施策のあり方を示すものとして「第 3 次北海道消費生活基本計画」を策定する。

## 2 計画の位置づけ

- (1) 道消費生活条例第 6 条の 2 の規定に基づく計画
- (2) 消費者教育推進法第 10 条の規定に基づく消費者教育推進計画
- (3) 道行政基本条例第 7 条第 1 項の規定に基づき、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
- (4) 持続可能な開発目標（SDGs）の達成に資する

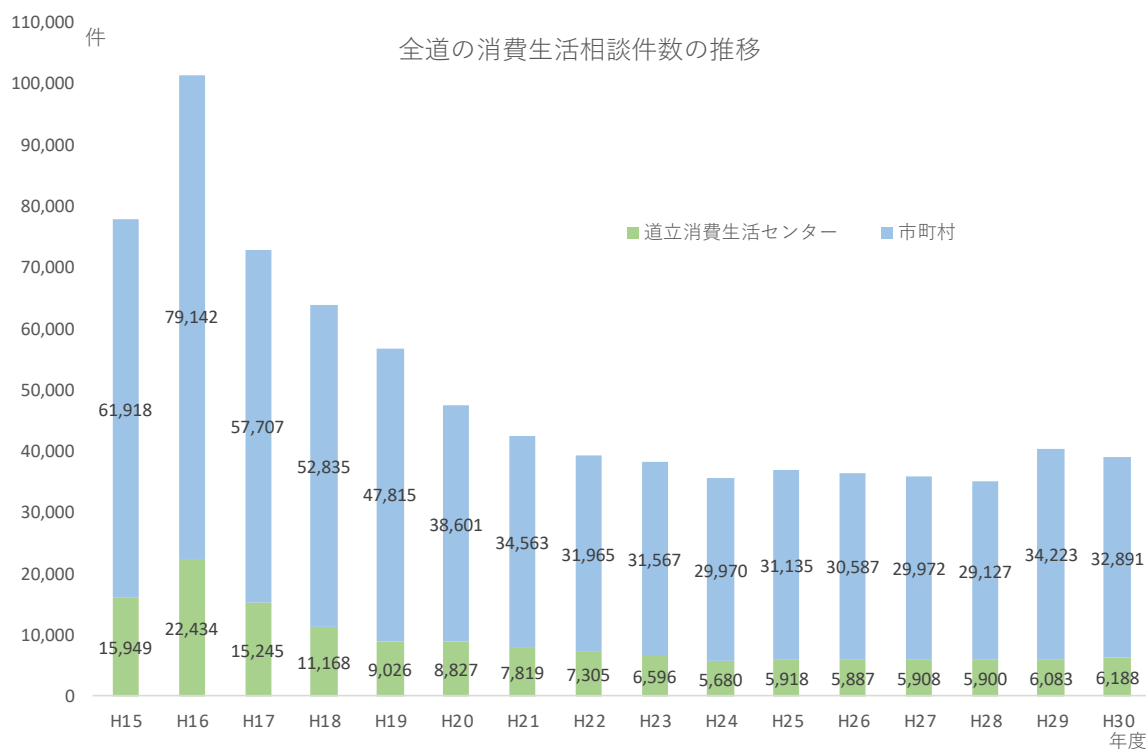
## 3 計画の期間

令和 2 年度（2020 年度）から令和 6 年度（2024 年度）までの概ね 5 年間

# 第 2 章 消費生活を取り巻く現状

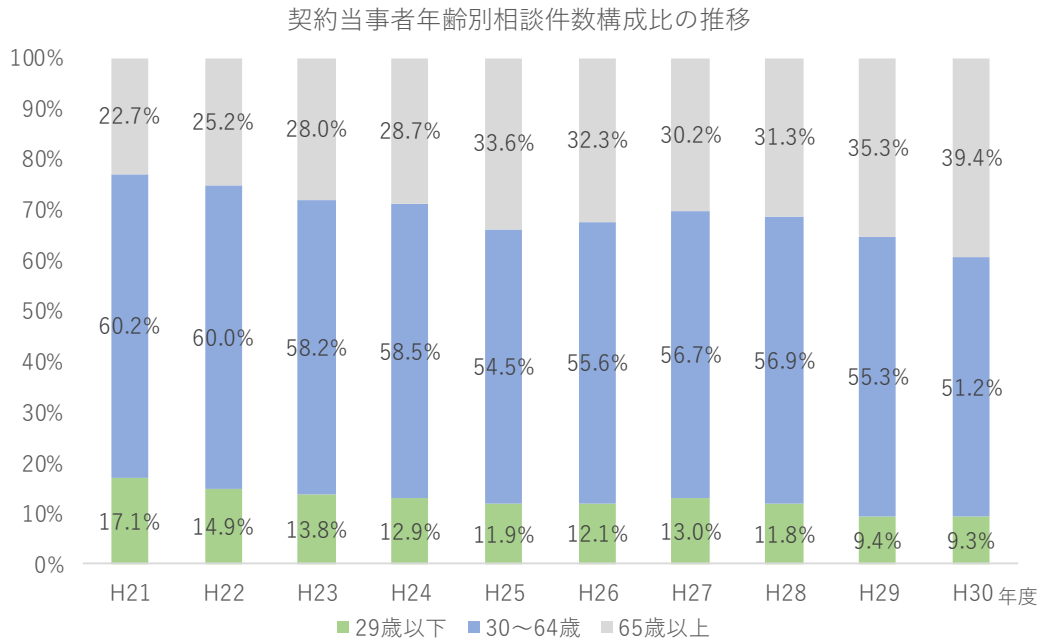
## 1 消費者被害の現状

（近年増加している相談件数）

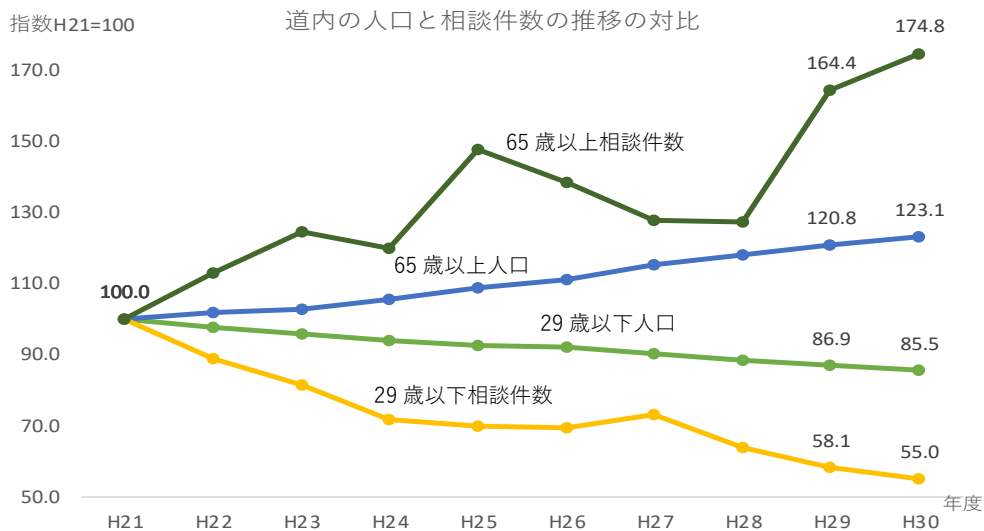


資料出所：北海道消費生活相談窓口実態調査結果から作成

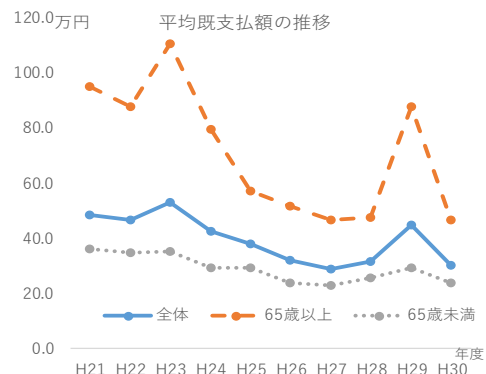
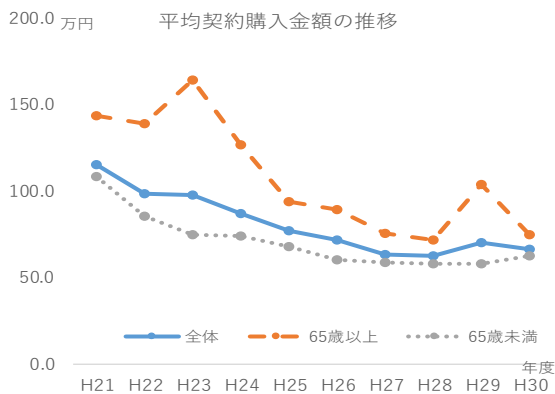
(高齢者の相談件数が増加傾向)



資料出所：PIO-NETに登録された全道の消費生活相談情報から作成  
年齢不明は総件数から除外して構成比を算出している。



資料出所：相談件数はPIO-NETに登録された全道の消費生活相談情報から作成。人口は住民基本台帳人口(道総合政策部)から作成。全道の平成21年度(2009年度)を100として指数化した数値の推移。



資料出所：PIO-NETに登録された全道の消費生活相談情報から作成

## (商品・サービス別の消費者被害の傾向)

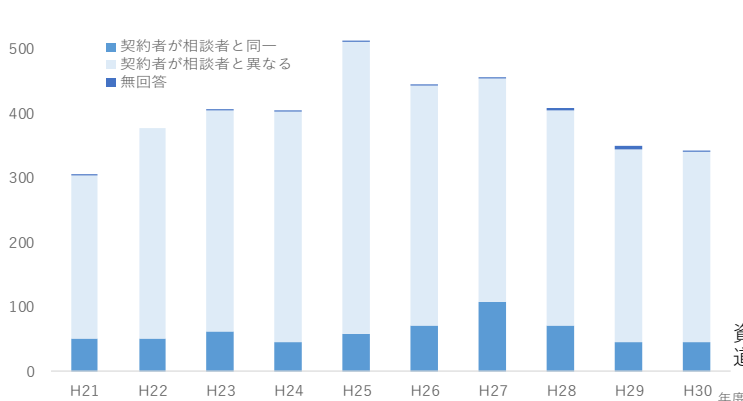
### ■商品・サービス別苦情相談件数（上位10位）

順位	平成26年度（2014年度）		平成27年度（2015年度）		平成28年度（2016年度）		平成29年度（2017年度）		平成30年度（2018年度）		構成比
	品目	件数	品目	件数	品目	件数	品目	件数	品目	件数	
1	放送・コンテンツ等	6,004	放送・コンテンツ等	5,989	放送・コンテンツ等	6,172	商品一般	6,906	商品一般	6,872	18.8%
2	レンタル・リース・貸借	2,337	レンタル・リース・貸借	2,312	レンタル・リース・貸借	2,343	放送・コンテンツ等	5,733	放送・コンテンツ等	3,777	10.3%
3	商品一般	1,501	インターネット通信サービス	2,049	インターネット通信サービス	1,446	レンタル・リース・貸借	2,258	レンタル・リース・貸借	2,271	6.2%
4	インターネット通信サービス	1,442	商品一般	1,265	商品一般	1,189	インターネット通信サービス	1,383	インターネット通信サービス	1,765	4.8%
5	工事・建築・加工	1,147	役務その他	1,060	役務その他	1,145	健康食品	1,258	健康食品	1,286	3.5%
6	融資サービス	1,046	移动通信サービス	996	健康食品	1,079	移动通信サービス	990	移动通信サービス	923	2.5%
7	役務その他	1,030	工事・建築・加工	994	移动通信サービス	963	工事・建築・加工	876	工事・建築・加工	861	2.4%
8	健康食品	853	健康食品	930	工事・建築・加工	879	役務その他	810	役務その他	818	2.2%
9	自動車	848	融資サービス	902	自動車	865	自動車	806	自動車	766	2.1%
10	移动通信サービス	808	自動車	855	融資サービス	713	化粧品	578	化粧品	711	1.9%

資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

## (認知症等の高齢者等の相談状況)

認知症等の高齢者に関する消費生活相談件数

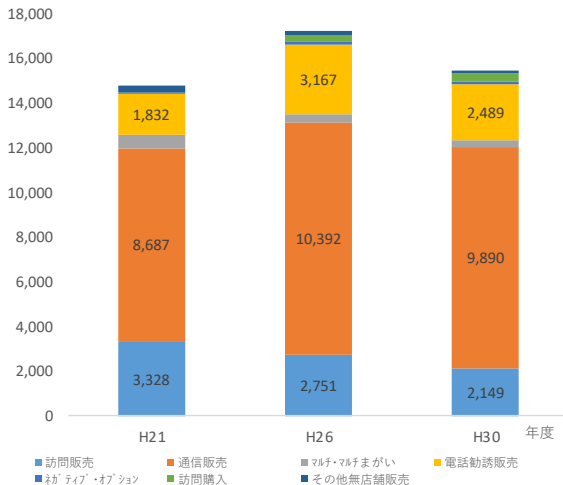


資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

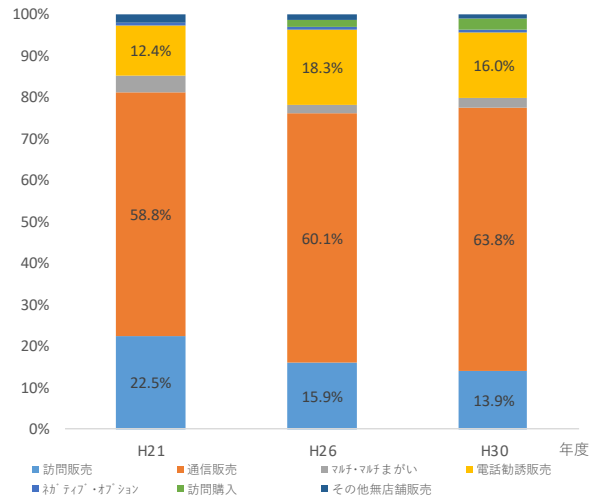
## (特殊販売に関する相談傾向)

資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

特殊販売に関する相談件数



特殊販売に関する相談件数（構成比）



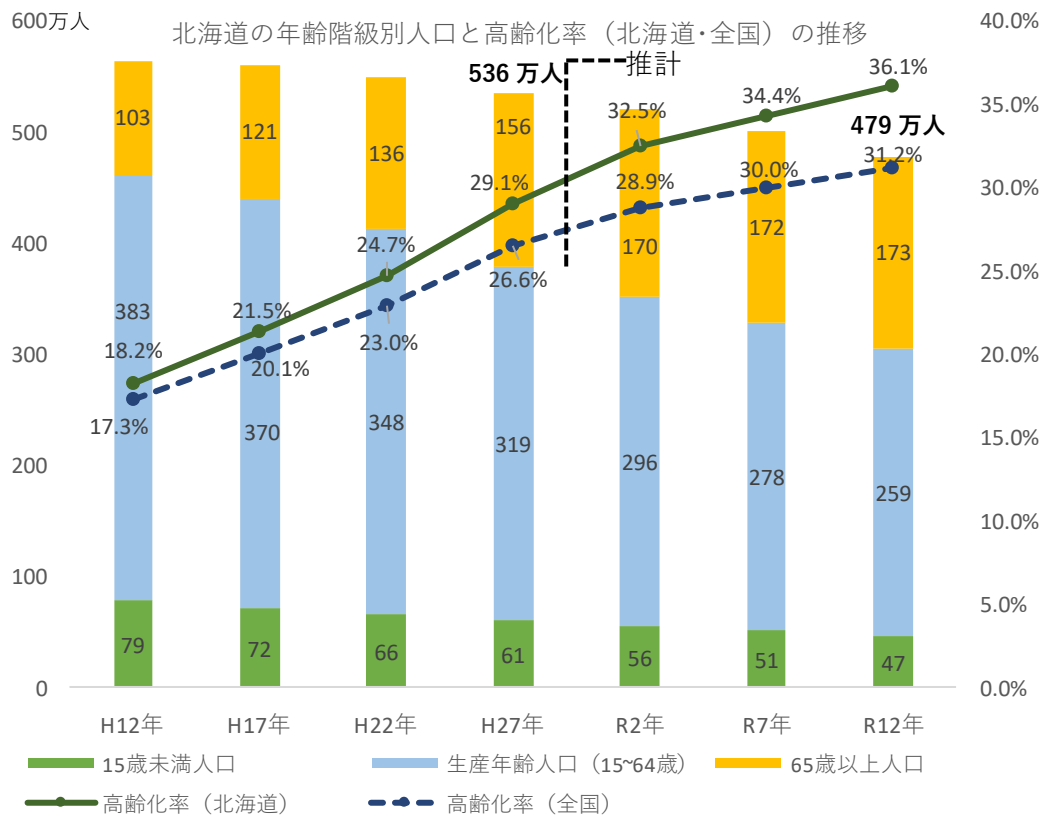
■特殊販売の形態別契約当事者年代別相談件数（平成30年度（2018年度））（単位：件、％）

販売購入形態	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他・不明	計
訪問販売	30	103	132	179	191	311	971	232	2,149
	1.4%	4.8%	6.1%	8.3%	8.9%	14.5%	45.2%	10.8%	100.0%
通信販売	383	882	1,087	1,825	1,889	1,742	1,511	571	9,890
	3.9%	8.9%	11.0%	18.5%	19.1%	17.6%	15.3%	5.8%	100.0%
マルチ・マルチまがい取引	5	117	36	39	42	35	48	13	335
	1.5%	34.9%	10.7%	11.6%	12.5%	10.4%	14.3%	3.9%	100.0%
電話勧誘販売	3	53	103	249	287	491	960	343	2,489
	0.1%	2.1%	4.1%	10.0%	11.5%	19.7%	38.6%	13.8%	100.0%
ネガティブ・オプション	4	7	9	9	7	17	45	13	111
	3.6%	6.3%	8.1%	8.1%	6.3%	15.3%	40.5%	11.7%	100.0%
訪問購入	0	10	14	33	31	55	203	29	375
	0.0%	2.7%	3.7%	8.8%	8.3%	14.7%	54.1%	7.7%	100.0%
その他無店舗販売	1	18	21	19	20	22	50	8	159
	0.6%	11.3%	13.2%	11.9%	12.6%	13.8%	31.4%	5.0%	100.0%
特殊販売全体	426	1,190	1,402	2,353	2,467	2,673	3,788	1,209	15,508
	2.7%	7.7%	9.0%	15.2%	15.9%	17.2%	24.4%	7.8%	100.0%

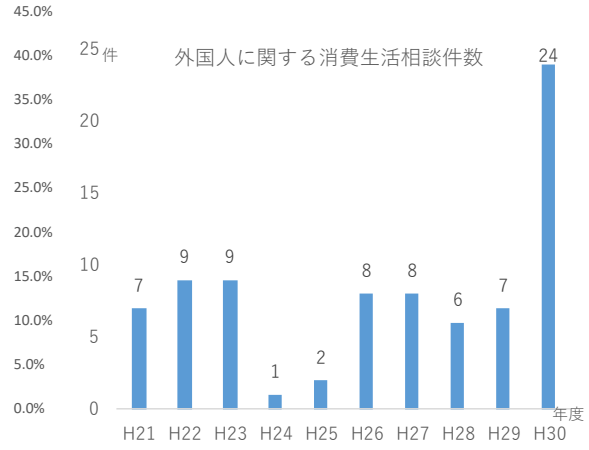
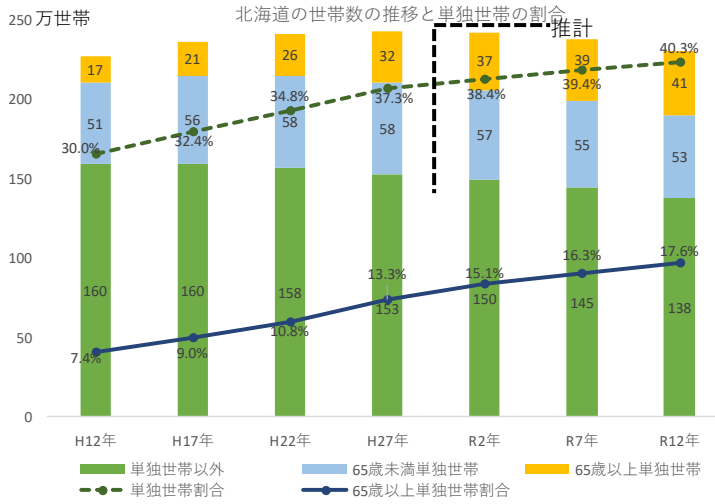
資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

## 2 消費者を取り巻く社会環境の変化

### (1) 人口減少・少子高齢化・在住外国人の増加



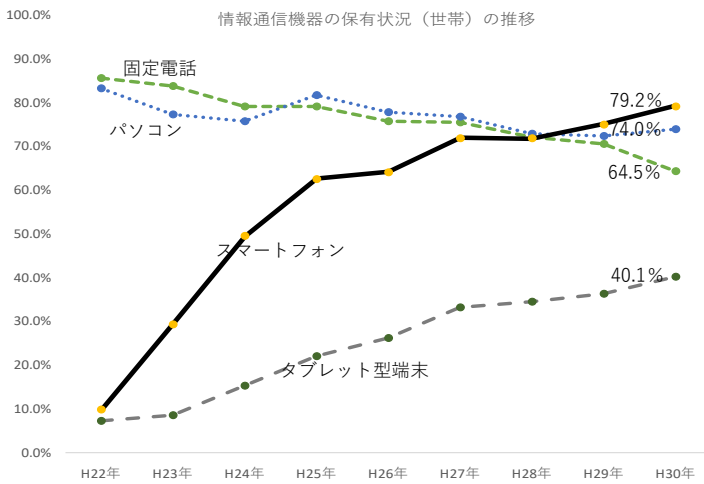
資料出所 平成27年（2015年）以前は「国勢調査」（総務省）、令和2年（2020年）以降は「日本の地域別将来推計人口」（国立社会保障・人口問題研究所）により作成。「高齢化率」は総人口に占める65歳以上人口の割合。



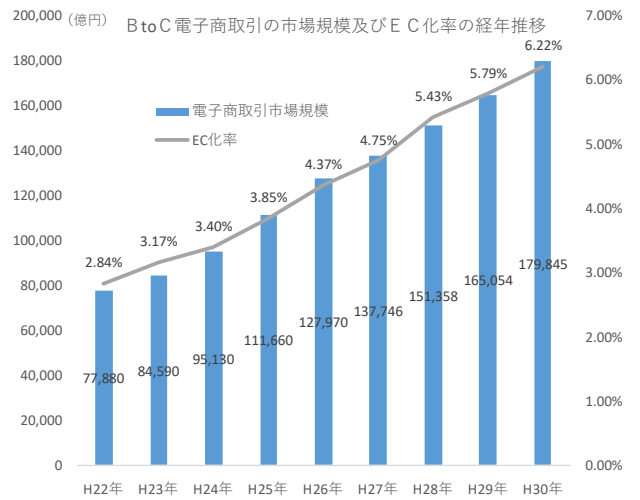
資料出所 平成 27 年（2015 年）以前は「国勢調査」（総務省）、2 令和 2 年（2020 年）以降は「日本の地域別将来推計人口」（国立社会保障・人口問題研究所）により作成。「高齢化率」は総人口に占める 65 歳以上人口の割合。

資料出所 PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

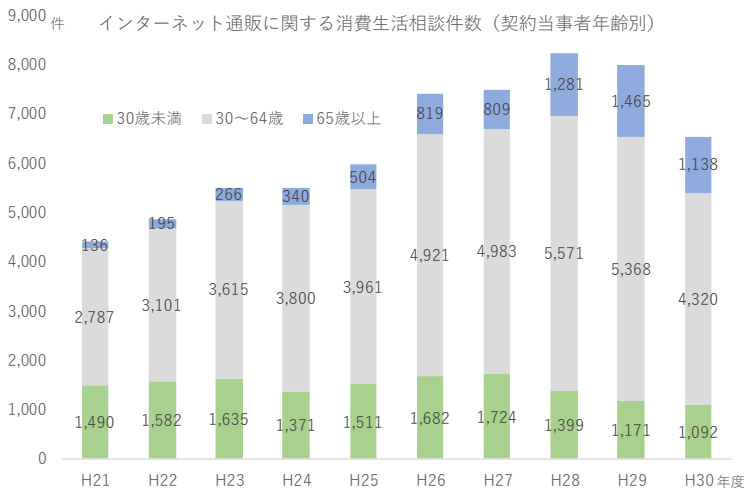
## (2) 高度情報通信社会化の進展



資料出所 通信利用動向調査（総務省）  
※当該比率は、各年の世帯全体に占める各情報通信機器の保有割合を示す。

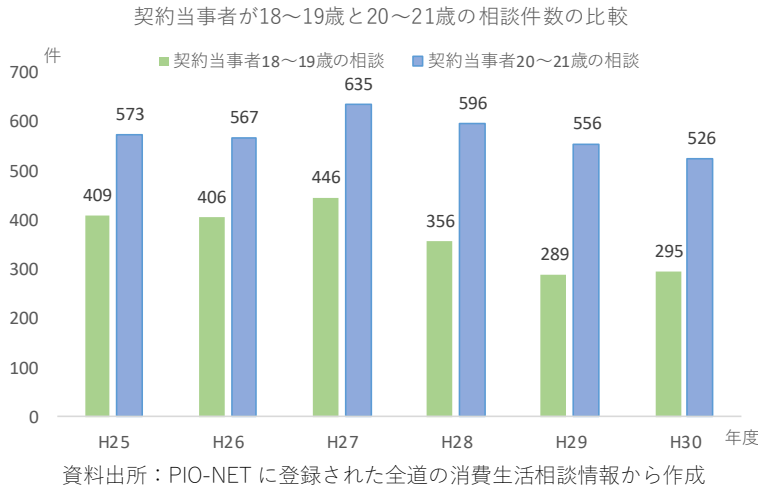


資料出所 平成 30 年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書（経済産業省）  
※ 「電子商取引（B to C-EC）市場規模」は、企業と消費者間での EC（電子商取引）による取引金額を示す。「EC 化率」は、電話、FAX、Eメール、相対（対面）等も含めた全ての商取引金額（商取引市場規模）に対する EC 市場規模の割合を示す。

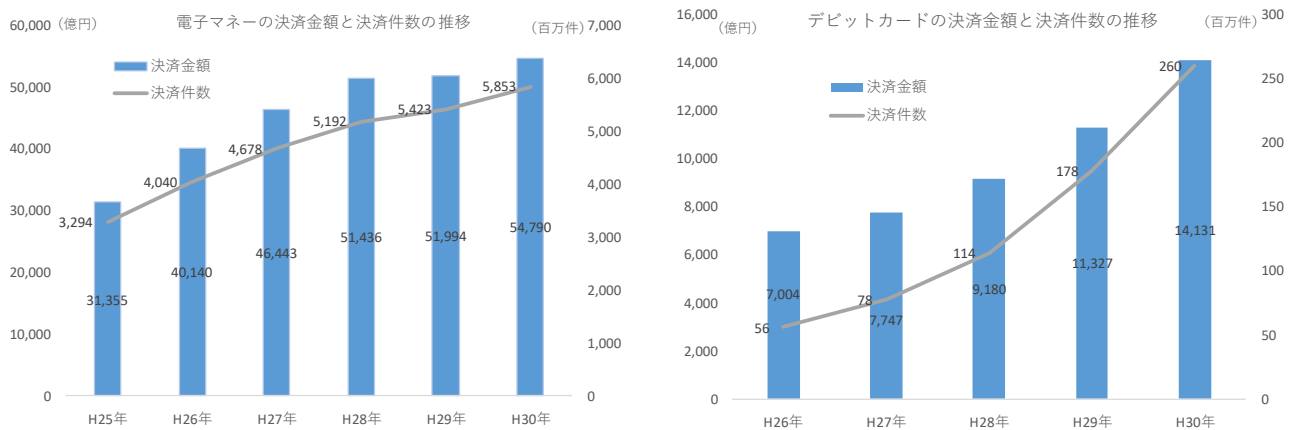


資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

### (3) 民法改正による成年年齢の引下げ

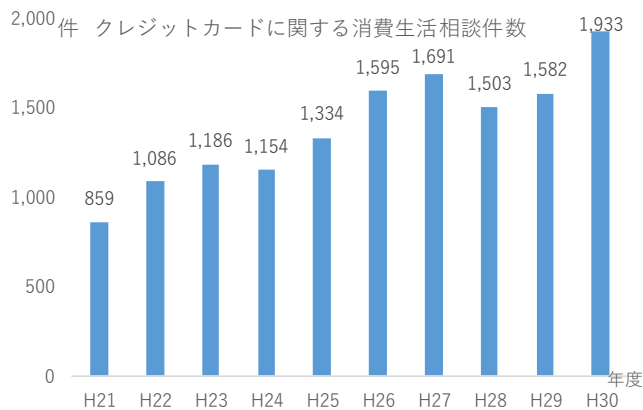


### (4) 決済手段の多様化・高度化

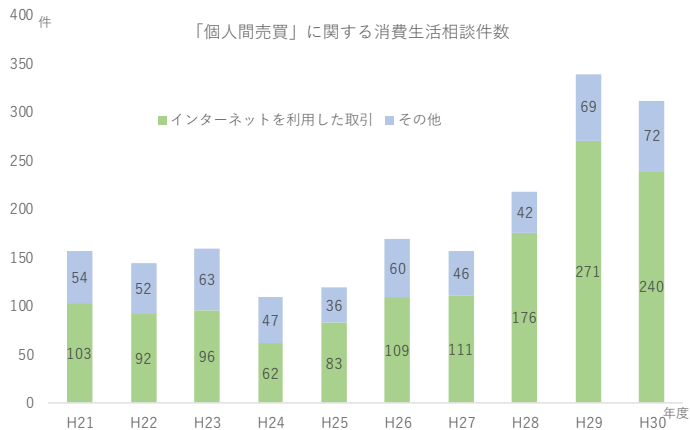


資料出所 決済動向（日本銀行）

※ 電子マネーは、プリペイド方式のうち IC 型の電子マネーが対象。楽天 Edy、SUGOCA、ICOCA、PASMO、Suica、Kitaca、WAON、nanaco のデータを集計したもの。交通系については、乗車や乗車券購入に利用されたものは含めていない。デビットカードは、本邦にてデビットカードを取り扱っている日本電子決済推進機構（JEPP）、株式会社ジェーシービー、ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社、銀聯国際日本支社の 4 調査先から提供された係数を集計したもの。国内外の加盟店取引と海外 ATM における利用を含む。国内 ATM における利用は含まない。



## (5) 消費者間取引の増加



資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

## (6) 社会や環境を意識した消費行動

- 国は、平成 28 年（2016 年）12 月に「持続可能な開発目標（SDGs）実施指針」を決定し、8 つの優先課題と 5 つの「実施のための主要原則」を掲げており、道も、平成 30 年（2018 年）12 月に、「北海道 SDGs 推進ビジョン」を策定し、SDGs の目標に向けて取り組む。
- SDGs は「持続可能な生産消費形態を確保する」を目標の一つに掲げており、SDGs 目標に沿って消費者市民社会の形成を担う消費者を育成するための消費者教育を推進していくことが必要。

## 3 国の消費者行政の動向

### (1) 基本政策

第 3 期消費者基本計画の策定（平成 27 年(2015 年)3 月）

「消費者行政新未来創造オフィス」を徳島県内に開設（H29(2017 年)7 月）

### (2) 地方消費者行政への支援等

「地方消費者行政強化作戦」の策定・改訂（平成 26 年(2014 年)策定、平成 27 年(2015 年)改訂）

地方消費者行政への財政支援（単年度交付金化を経て「地方消費者行政強化交付金」へ移行）

改正消費者安全法の施行（平成 28 年（2016 年）4 月）

### (3) 消費者被害回復・救済制度

消費者団体訴訟制度及び集団的消費者被害回復訴訟制度

### (4) 消費生活相談

消費者ホットライン「188」の開始（平成 27 年（2015 年）7 月）

改正消費者安全法の施行（平成 28 年（2016 年）4 月）

海外事業者との紛争解決及び訪日観光客からの相談



#### (5) 表示や消費者取引に関する法令

- 食品表示法の施行（平成 27 年 4 月）
- 不当景品類及び不当表示防止法の一部改正
- 食品表示に関する法令の改正
- 電気通信事業法の一部改正（平成 28 年（2016 年）5 月施行）
- 特定商取引に関する法律の一部改正（平成 29 年 12 月施行）
- 資金決済に関する法律の一部改正（平成 29 年（2017 年）施行）
- 消費者契約法の一部改正

#### (6) 消費者の危害の防止

- 子どもの事故防止に関する関係府省庁連絡会議の設置

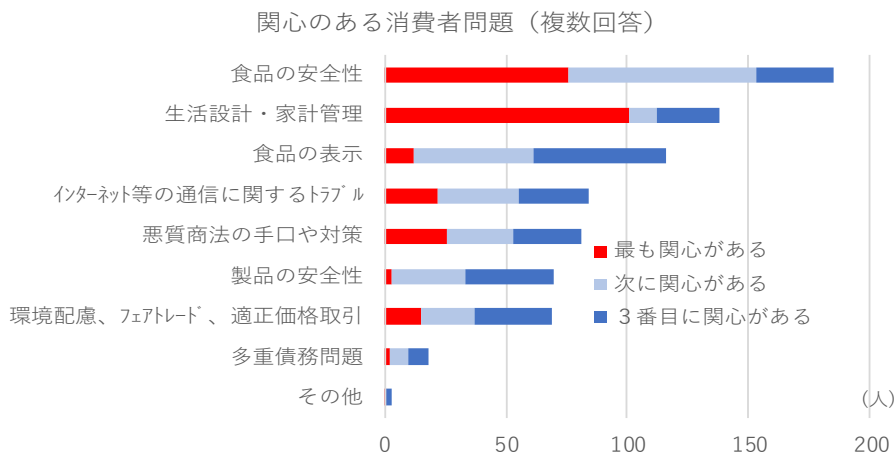
#### (7) 消費者教育

- 消費者教育推進のための法令の制定や基本方針の策定
- 成年年齢の引下げに向けた対応
- 学習指導要領の改訂
- 倫理的消費
- 食品ロスの削減の取組
- 架空請求対策パッケージ

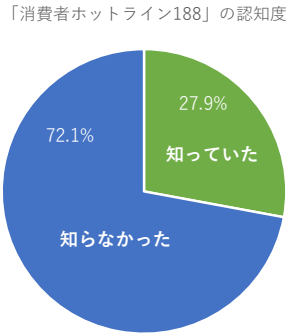
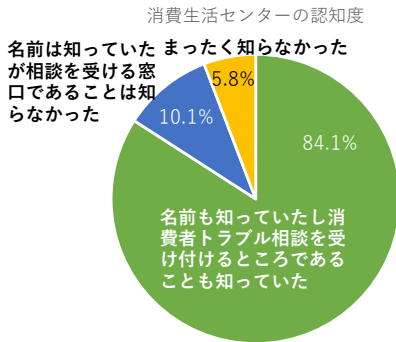
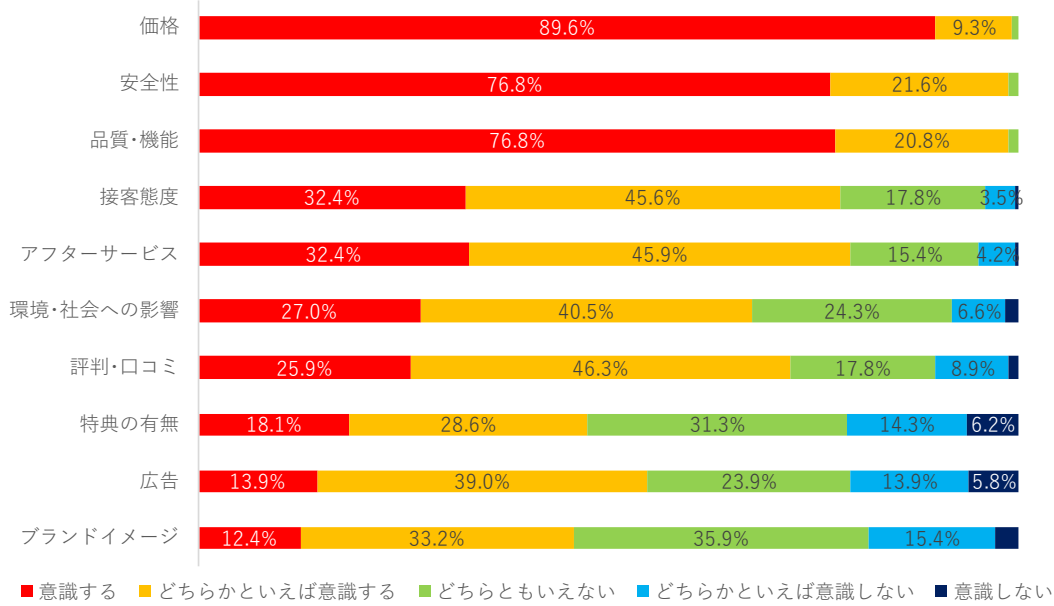
### 4 消費者の意識 令和元年度消費生活モニターアンケート調査 「消費者問題に関する意識調査」から

道内の消費者の意識を調査するため、令和元年（2019 年）7 月に、道内に配置している 300 名の消費生活モニターに対して調査（令和元年度消費生活モニターアンケート調査「消費者問題に関する意識調査」<sup>(※)</sup>）を実施。

※本調査の回答者の属性は次のとおり。  
回答者：北海道消費生活モニター 300 名（全道各市町村 1 名以上をモニターとして委嘱して調査を実施）  
性別：女性 91.1%、男性 8.9%  
年代：20 歳代 1.9%、30 歳代 12.0%、40 歳代 20.8%、50 歳代 22.4%、60 歳代 23.2%、70 歳以上 19.7%  
家族構成：単身 10.4%、2 人世帯 43.6%、3 人以上世帯：46.0%



商品の購入・サービスの利用の際に意識すること

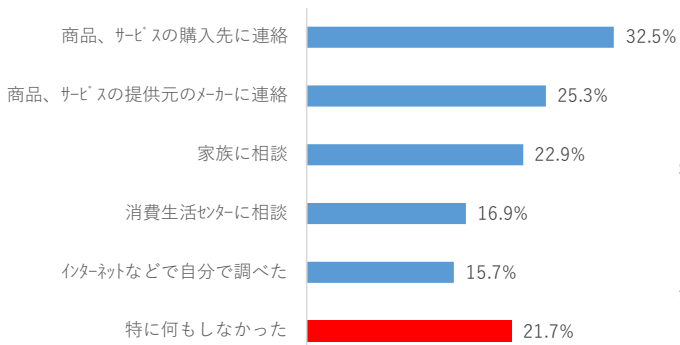


直近1年間の消費者トラブルの経験

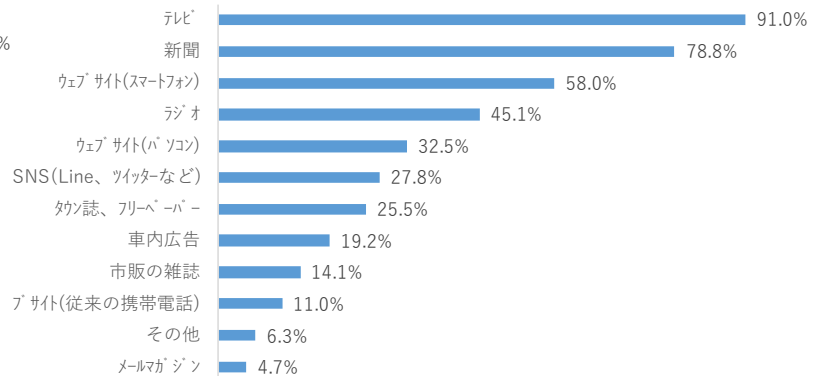
経験の有無	割合
ない	68.0%
ある	32.0%

トラブルの内容「架空・不当請求 (44.6%)」  
「商品やサービスの内容 (34.9%)」  
「販売方法 (25.3%)」  
「価格」「表示 (16.9%)」  
「解約・中途解約」 (8.4%)

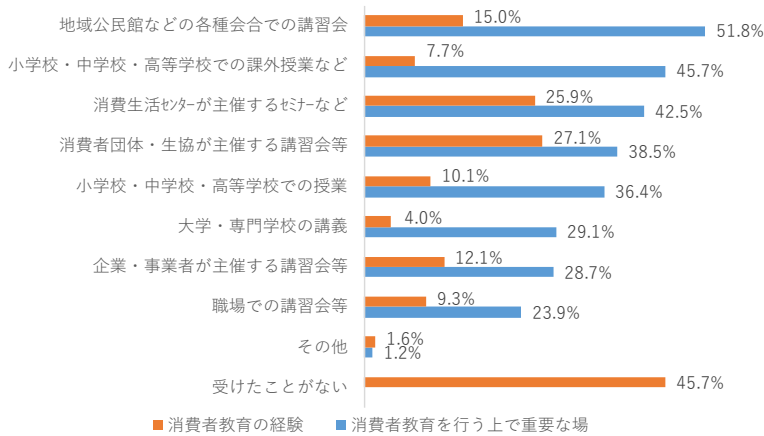
消費者トラブルに遭った際どのような行動をとったか (複数回答)



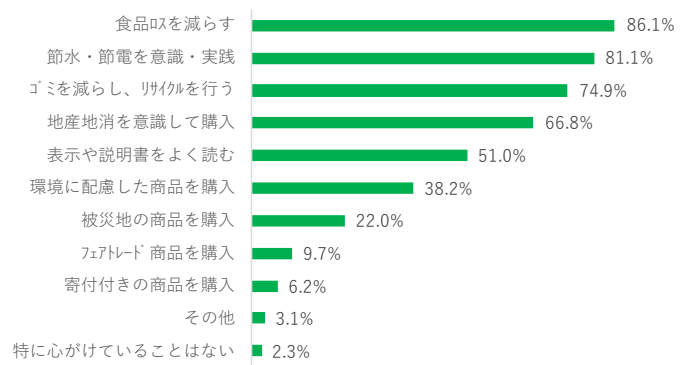
消費者トラブルに関する注意喚起情報を入手しやすいと思うメディア (複数回答)



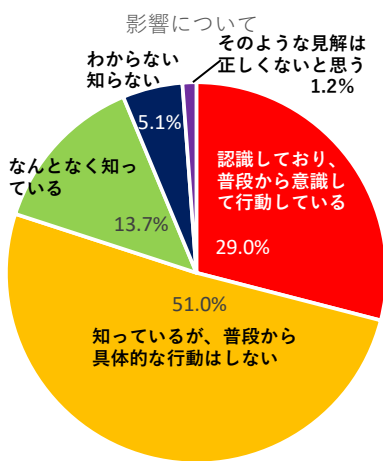
消費者教育を受けた経験・消費者教育を行う上で重要な場（複数回答）



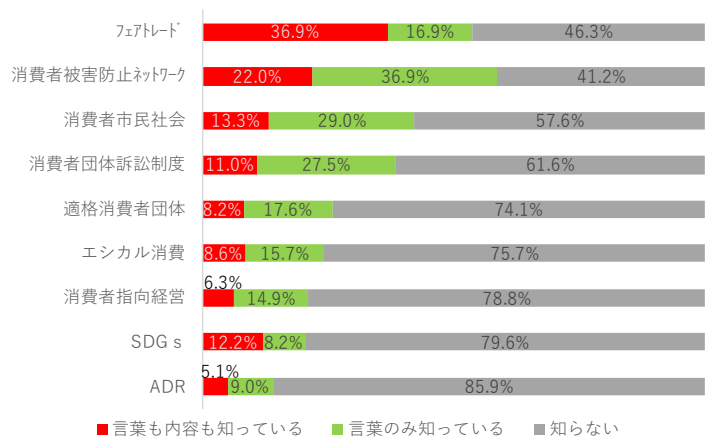
消費行動を行う上で心がけていること



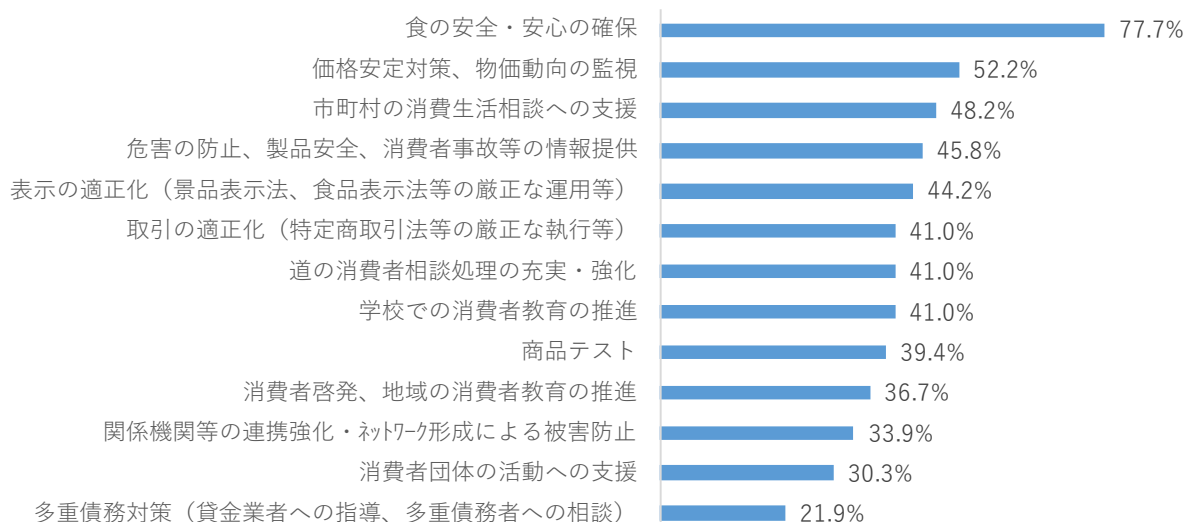
消費行動が経済社会環境に与える影響について



消費者問題に対する認識について



消費者問題に対する取組として道に力を入れてほしいこと（複数回答）



## 第3章 消費者施策の基本的な方針

### 1 消費者施策の基本的な方向性

消費者施策は、道民の消費生活の安定と向上を図ることを目的として、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策として、消費者の権利の尊重と消費者の自立が支援されることを基本理念として実施されなければならない旨、道消費生活条例で規定。この基本理念にのっとり、条例では、道の責務、事業者及び事業者団体の責務、消費者及び消費者団体の役割を規定。

基本理念（消費者の権利の尊重と自立の支援）が達成されている社会が、「目指すべき姿」。その実現のため、5つの施策を推進する。

#### 施策1 消費者被害の救済

#### 施策2 公正な消費者取引の確保

#### 施策3 消費者の安全・安心の確保

#### 施策4 消費者教育の推進

#### 施策5 見守りネットワークの推進と消費者団体との連携

### 2 施策横断的な考え方

第3次計画における各施策に横断的な考え方として、特に留意すべき以下の4点を掲げる。

#### (1) 様々な主体のつながりと連携による取組の強化

高齢化等を背景に、高齢者等の消費者被害が増加する中、地域での情報共有と見守りによって消費者被害を未然に防止し早期に救済するネットワーク組織を構築し、相談機関と見守り関係者が緊密な連携を図ることが重要であり、消費者教育を効果的に推進するには、消費生活センター等を拠点に、消費者教育の関係者や場をつないで、外部人材を活用するなど多様な主体が連携・協働し、情報伝達の連携体制を構築して消費者への迅速な情報提供を行う必要がある。

人口減少によって地域資源が不足している中、消費者行政を効果的に展開するには、行政機関、住民団体、消費者団体、事業者、福祉関係団体、教育関係機関など、地域の様々な主体がつながり、連携して、適切な役割分担のもと取り組む必要がある。

#### (2) 消費者の特性に配慮した施策の推進

消費者は、年齢、障がいの有無、知識の量、判断力の程度、就業や居住形態、情報通信機器の利用可能性、経済的自立の程度など多様な特性があり、その特性によっては、消費者被害が深刻化したり、十分な救済を受けることができなくなる可能性があることから、消費生活相談処理や消費者教育、被害防止のための見守りに当たっては、そうした多様な特性を踏まえたきめ細かな配慮を意識的に行う必要がある。

#### (3) 地域における人材の確保と道によるバックアップ機能の強化

消費者行政の現場は地域であり、どこに住んでいても消費者がより身近な地域で相談や消費者教育を受けられること、が非常に重要。人口減少と少子高齢化が全国を上回るペースで進行している本道において、道内各地域における消費者被害救済や消費者教育を担う人材の育成と確保は厳しさを増している。

地域の消費者問題への対応力を維持・向上し、地域全体の消費者力を底上げしていくための専門的な知識を有する人材の供給は、消費者行政全般に関わる大きな課題であり、あらゆる分野での人材の育成、確保の視点を意識して施策に取り組む必要があるとともに、担い手人材の供給が極めて厳しい地域に対する広域的な観点からの支援についても考慮する必要がある。

#### **(4) 高度情報通信社会化の進展に伴う消費者問題の複雑化・多様化への対応**

情報通信技術の発達と情報通信機器・サービスの急速な普及を背景として、スマートフォンの普及によるライフスタイルの変化やインターネットを利用した商品やサービスの取引の拡大、デジタル市場でのフリーマーケットや民泊等のシェアリングエコノミー取引の発展、電子マネー等決済手段の多様化等、インターネット通販の発達による消費生活のグローバル化やボーダレス化の進行等、消費者取引の大きな変化は消費者トラブルの一層の複雑化・多様化が進行している。

新たな消費者トラブルに対する適切な消費生活相談処理はもとより、新たな消費者取引やトラブルの情報を迅速に収集し、情報共有し、消費者教育・啓発を行うなど、高度情報通信社会化の進展に伴う消費者問題に対して消費者行政全体として迅速に対応する必要がある。

## 第4章 総合的、計画的に講ずべき施策の展開方向

### 1 消費者被害の救済

#### (1) 道による消費者被害の救済

##### 【これまでの主な取組】

- 道立消費生活センターの消費生活相談窓口消費生活相談員を配置。助言・あっせんを実施。
- 相談員の資質向上のため研修に派遣するとともに弁護士、臨床心理士等専門家から助言を受け体制を整備し複雑化・高度化する相談に対応。
- 相談処理に当たり地域包括支援センターや市町村の相談支援窓口等と連携するなど、高齢者や障がい者など消費者の特性に配慮。電子メール相談など消費者の利便性向上に努めている。
- 年2回個別テーマによる特別相談を実施し、集中的な相談対応による被害救済に努めている。
- 札幌市消費者センターと悪質業者の新手・悪質な手口等の情報交換を実施し、道内市町村にも情報提供。弁護士会等と連携して事例検討等を実施。
- 警察本部、各方面本部の相談センターや警察署で消費者が不安を感じる犯罪等の相談を受付。
- 消費生活センターで解決困難な消費者苦情事案について、北海道消費者苦情処理委員会が、解決に向けてあっせん又は調停を実施。
- 消費者安全課に貸金業相談員及び相談専用フリーダイヤルを配置し多重債務相談に対応。関係機関で構成される「北海道多重債務者対策協議会」を設置運営。
- 多重債務相談強化キャンペーン等の啓発事業を実施。

##### 【課題】

- 道立消費生活センターの相談窓口の一層の利用促進を図る必要がある。
- 特に、29歳以下の年齢層の相談件数が減少傾向にあり、成年年齢の引き下げを見据え、若年者の相談しやすい環境整備を検討する必要がある。
- 消費者ホットライン188の認知度が低く、一層の周知を図る必要がある。
- 高度専門化・複雑化・国際化する消費者トラブルに関する相談に今後とも適切に対応していくほか、消費者の特性に応じたきめ細やかな相談対応のため相談体制を維持強化する必要がある。（障害者差別解消法の趣旨に合致した相談対応、ギャンブル等依存症等に起因する消費者トラブルを抱える方からの相談対応、外国人からの相談対応など）
- 長時間対応の強要や暴言などを行う相談者について、相談員の精神的負担の軽減や道民の相談機会確保の公平性の観点から、適切に対応する必要がある。
- 消費者苦情処理委員会によるADR手続が積極的に活用されるよう、一層の周知を図る必要がある。
- 集団的消費者被害回復訴訟制度について、一層の周知を図る必要がある。
- 多重債務対策の取組を引き続き推進する必要がある。

##### 【施策展開の方向と具体的取組】

- 道立消費生活センターにおいて、消費生活相談を受け、適切に助言やあっせんを行う。
- 消費生活相談窓口や「消費者ホットライン188」の周知に一層取り組み、利用促進に努めるとともに、若年者の相談しやすい環境整備について検討を行う。

- 相談内容の複雑化・高度化に対応するため、消費生活相談員の資質向上のための研修に道立消費生活センターの相談員を派遣する。
- 弁護士、建築士、臨床心理士等専門家から助言を受けること等により高度専門的な相談に適切に対応する。
- 高齢者や障がい者、ギャンブル等依存症等に起因する消費者トラブルを抱える相談者など消費者の特性に応じ、適切な配慮のもときめ細やかな相談対応ができるよう、相談体制の充実・強化に取り組む。
- 今後増加する可能性のある道内に居住する外国人からの消費生活相談については北海道外国人相談センターとの連携のもと適切に対応する。
- 札幌市消費者センターや弁護士会等関係機関との連携に引き続き努める。
- 長時間・困難又は過剰な対応を要求する相談者への対応方法について検討を行う。
- 警察本部及び各方面本部の相談センターにおいて、特殊詐欺やヤミ金融、悪質商法など消費者が被害となる犯罪に関する電話相談等に対応する。
- 消費生活相談窓口での解決が困難な紛争について、公正かつ速やかな解決を図るため、消費者苦情処理委員会においてあっせんや調停を行うほか、同制度の周知を図る。
- 特定適格消費者団体が消費者に代わって訴訟をし、消費者の財産的被害を集団的に回復させることができる集団的消費者被害回復制度の周知に努める。
- 消費者安全課内に専門の貸金業相談員を配置し、苦情相談専用フリーダイヤルを引き続き活用するなど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する。
- 「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。
- ギャンブル等依存症対策基本法に基づく対策と連携した多重債務対策の普及啓発に取り組む。

## (2) 市町村の消費生活相談処理に対する支援

### 【これまでの主な取組】

- 消費生活相談窓口状況調査を毎年実施し、相談体制の現状と取組内容、課題を詳細に把握し、必要に応じて広域処理に向けた調整等を実施。
- 平成 31 年（2019 年）4 月現在、道内市町村の消費生活センター設置数は 40 箇所、専任の消費生活相談員は 234 名、103 の市町村において広域連携により相談が処理。
- 消費生活相談員による相談処理実施市町村は 145 市町村。消費生活相談員による相談処理が実施されておらず、かつ広域相談体制に参加していない市町村は 34 町村。市町村の消費生活相談員の法定資格の取得率は 34.6%、有資格相談員がいるのは 37 市町村。
- 経験別、地域別の集合研修、道立消費生活センターの相談員を市町村に派遣して実施する現地研修などを実施し、資質向上に努めている。
- 消費者安全法の規定に基づく指定消費生活相談員を道立消費生活センターの消費生活相談員を指定。同センターに市町村専用電話を設置し、消費生活相談員の地域担当制を導入して、市町村の相談窓口の状況に合わせた支援を実施。
- 相談処理の円滑化と迅速な消費者被害の救済を図るため、行政措置情報や新手・悪質な手口に関する情報、事業者に関する情報等、様々な情報を消費者行政メーリングリストで提供。
- 有資格相談員の配置が進むよう、消費生活相談員資格取得のための研修を開催して資格取得を支援し消費生活相談員人材の育成に努めている。

- 北海道消費生活相談員人材バンクを整備し、人材情報を市町村に提供するほか、登録者に対して消費生活に関する情報を年4回提供し、市町村の消費生活相談員人材確保を支援。

### 【課題】

- 消費生活相談の内容が多様化・複雑化し、処理に当たって高度専門的な知識や対応力を求められる相談案件が増加している中で、消費生活相談員の配置人数は減少傾向で推移しており、消費生活相談員の資格保有率は非常に低い。
- 専門の消費生活相談員の配置のない市町村もあり、相談事案の蓄積や処理の検討体制の不足などから、小規模市町村の一部は相談体制が未だ脆弱な状態。どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けることができる地域体制を整備するため、市町村による相談処理の質の維持・向上を図る体制を構築するために、道によるきめ細かな支援が必要。

### 【施策展開の方向と具体的取組】

- 消費生活相談窓口状況調査を毎年度実施し、相談体制の現状と取組内容、課題を詳細に把握し、その結果を毎年度公表する。
- 専門の消費生活相談員を配置していない市町村における広域連携に向けた働きかけなど、消費生活相談員による適切な相談処理が行われるよう必要な調整に取り組む。
- 市町村の消費生活相談員（又は相談に対応する市町村職員）の資質の向上のための経験別、地域別研修を開催するほか、必要に応じて道立消費生活センター相談員を市町村に派遣するなど支援に取り組む。
- 道立消費生活センター相談員の地域担当制や地域担当相談員に直接相談可能な市町村専用電話の設置などにより、市町村職員と道立消費生活センター相談員が顔の見える関係を構築し、道立消費生活センターがきめ細やかに助言等を行う。
- あっせんに係る助言、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を行うことにより、市町村の相談処理の円滑化と迅速な被害救済に向けた支援を行う。
- 消費生活相談員資格取得を支援する講座を開催し、有資格の消費生活相談員が市町村に配置されるよう支援する。
- 消費生活相談員人材バンクを整備し、市町村に人材情報を提供するとともに、登録者に対する消費者行政情報など消費生活に関する最新の情報をきめ細かく提供するなど、市町村における消費生活相談員の人材確保、専門的人材の発掘と育成に努める。

## 2 公正な消費者取引の確保

### (1) 商品等の表示等の適正化

#### 【これまでの主な取組】

- 食品表示に関する各種情報の受付窓口（食品表示 110 番）を開設。表示実態調査及び消費生活モニターによる食品表示への監視を実施し、法令違反に係る通報案件に調査・行政措置を実施。
- 道消費生活条例第 14 条の規定に基づく基準の遵守状況について監視調査を実施。
- 景品表示法に基づく調査、行政措置を実施。食品表示監視員による監視、景品表示法ホットラインの開設による事業者への相談対応を実施。



### 【課題】

- 食品表示法違反の発生は後を絶たず、事業者の法令遵守状況を監視する必要がある。
- 事業者における表示管理体制が不足する恐れがあることから、不当表示の防止に向け、事業者に景品表示法の考え方を周知し、法令遵守を促す取組を行う必要がある。

### 【施策展開の方向と具体的取組】

- 食品表示に関する情報の受付、食品表示実態調査や消費生活モニターによる法令遵守状況の監視、食品表示法に基づく行政措置など、食品表示関係法令を厳正に執行し、食品表示の適正化を図る。
- 不当表示疑義事案について、消費者等からの情報の受付、景品表示法に基づく行政措置など、同法を厳正に執行し、表示の適正化を図る。
- 景品表示法ホットラインによる相談対応、メニュー表示の適正化に関する調査・啓発を実施するなど、事業者の消費者指向経営の推進に努める。
- 計量法、家庭用品品質表示法、道消費生活条例（規格、表示等の適正化）等を厳正に執行し、規格・表示等の適正化を図る。

## （２）消費者取引等の適正化

### 【これまでの主な取組】

- 特定商取引法及び道消費生活条例に基づき、法令違反や不当な取引方法を用いている疑いのある事業者に対して、国、都府県、市町村等の関係機関及び適格消費者団体と連携の下、調査を行い、行政措置を厳正に実施。
- 貸金業法等に基づく事業者への指導監督や立入検査を行っているほか、無登録で貸金業を営む者や行政庁の登録を詐称する者、道知事登録業者の廃業後の貸付に関する関係機関への情報提供を実施。
- 宅地建物取引業法に基づき、宅建業者及び取引士に対する指導監督を実施。
- 架空請求・不当請求事業者について、道消費生活条例の規定に基づき、消費者に対し、当該事業者を特定する情報の提供を実施。

### 【課題】

- 行政措置後も廃業・名称変更を繰り返して同様の行為を行う事業者が存在するなど、悪質商法の手口が巧妙化していること等から、引き続き悪質事業者に対する行政措置を行う必要がある。
- 平成 29 年度（2017 年度）以降、はがき等による架空請求・不当請求に係る相談件数が急増し、依然として高水準で推移していることから、今後とも消費者への情報提供等を着実にを行う必要がある。

### 【施策展開の方向と具体的取組】

- 国等関係機関と連携して、特定商取引法、割賦販売法、景品表示法（景品規制）、消費者安全法、ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律並びに道消費生活条例に基づく行政調査、行政処分、勧告等の行政指導、公表及び事業者を特定する情報の提供を行い消費者取引の適正化及び消費者被害の未然防止・拡大防止に努める。

- 執行に当たっては、道内の市町村や消費生活センターから最新の被害情報を収集し、行政措置情報を市町村等関係機関へ提供することにより、地域における消費者被害の救済や未然防止の取組を支援する。
- 道消費生活条例第 30 条及び特定商取引法第 60 条の規定に基づく消費者からの申出に対し行政調査や行政措置等適切に対応する。
- 適格消費者団体に必要な情報提供等の支援を行うことにより、消費者取引の適正化及び消費者被害の未然防止・拡大防止に努める。
- 貸金業法に基づき貸金業を営む者に対し必要な指導監督を行うことにより、業務の適正な運営を確保する。
- 宅地建物取引業法に基づき、宅建業者及び取引士に対する指導監督等を行う。
- 架空請求・不当請求を行っていると思われる事業者について条例第 17 条の 2 の規定に基づく重大被害防止措置を実施することなどにより、架空請求・不当請求被害の未然防止に努める。

### 3 消費者の安全・安心の確保

#### (1) 消費者事故情報の収集・共有・周知

##### 【これまでの主な取組】

- 事故情報の収集体制や注意喚起等の情報提供体制を構築して情報の収集と共有を図っている。消死亡事故等の重大事故等や消費者事故等の情報を消費者安全課に集約し、国に対して消費者安全法第 12 条に基づく通知を実施。
- 消費者庁から発表される重大事故情報や消費生活用製品の重大製品事故情報をホームページやメールマガジンで周知。関係行政機関との間で「消費者行政メーリングリスト」を運用し、消費者苦情情報、行政調査・行政措置情報、消費者事故情報を関係機関で即時に共有。
- 道立消費生活センターで商品の安全性や性能などに関する苦情や問い合わせ、商品テストや専門技術相談への対応や試買テストを実施。

##### 【課題】

- 消費者事故情報等の消費者への周知について、今後、高齢者や障がい者など、多様化する消費者の特性に応じた情報提供の方法について検討する必要がある。

##### 【施策展開の方向と具体的取組】

- 消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）や市町村等関係機関と連携して消費者事故情報を収集する。
- 庁内各部局で入手した重大事故等の情報等を消費者安全課に集約し、消費者安全法の規定に基づき確実に国に情報を伝達する。
- ホームページやメールマガジンで消費者事故等の情報を発信するとともに、消費者行政メーリング・リストや地域消費者被害防止ネットワークを活用した周知など、様々な経路で効果的に消費者に情報提供が行われるよう努める。
- 道立消費生活センターは、関係機関と連携して、商品の安全性や性能等に関する商品テストや技術相談対応を行うとともに、試買テストを行い、それらの結果をとりまとめ、公表することにより、消費者被害の未然防止を図る。

- 消費者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消費生活条例の適切な運用を図る。
- 緊急事態発生時においては、道民の消費生活の安全の確保が最も重要であるという認識のもとに、庁内関係部局が相互に十分な連絡及び連携を図りつつ、事故等による危害情報の収集、整理及び分析、収集した情報の評価等の緊急時対応を迅速かつ適切に行う。

## (2) 食品の安全性の確保

### 【これまでの主な取組】

- 食品衛生法等に基づき食品製造・販売施設への立入検査、食品や添加物の試験検査等を実施。
- 「米トレーサビリティ制度」についての普及を図るためパンフレットの配布、飲食店への巡回調査等を行うほか、道独自のトレーサビリティ制度の手引きや国の食品トレーサビリティ実践マニュアル等の情報提供を実施。
- 関係機関・団体と連携しながら食の安全に関する道民意見の把握や情報共有を行っている。
- 食の安全・安心に係る通報等を消費者安全課に一元的に集約の上、消費生活安定会議幹事会食品安全部会において情報共有し、関係機関と通報内容に関する情報交換や相互確認を実施。
- 情報伝達訓練を行い連絡手順や伝達ルート等を確認し、伝達に遺漏がないように努めている。
- 食の安全・安心に関する通報相談窓口を明確化し、周知を図るとともに、申出や通報等に関する措置の状況を四半期ごとにホームページで公表している。

### 【課題】

- 食品の安全性や食品表示に対する消費者の関心は高く、食の安全・安心に係る通報は、表示や食品衛生を中心に依然として多数寄せられており、今後ともその処理や伝達の遅滞や漏れがないように、関係部局が連携し情報を共有しながら対応していく必要がある。

### 【施策展開の方向と具体的取組】

- 北海道食品衛生監視指導計画に基づき、食品関係施設の監視指導や食品の検査、食中毒予防の普及啓発を実施する。
- HACCP に沿った衛生管理の導入など食品等事業者による自主衛生管理の取組を促進する。
- 食品表示法や食品表示基準など食品の表示に関する法令等の周知・普及啓発を充実し、適正な表示を促進するとともに、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実施する。
- トレーサビリティシステムの導入を促進するため、法令遵守事項の確実な履行を促進するとともに、当該制度の普及・啓発に努める。
- 消費者、生産者等が、食の安全・安心についての相互理解と知識を深め、参加しやすく自由に意見を述べられるよう、リスクコミュニケーションの充実に努める。
- 道が受理した通報等の情報を関係部局間で共有し、一元的に管理するため、消費生活安定会議幹事会食品安全部会で処理状況を確認・点検するほか、通報や対応の状況をホームページで公表する。

## (3) 価格安定対策

### 【これまでの主な取組】

- 消費生活モニターによる生活関連物資の価格や出回り状況を調査・監視。

- 年末年始の物価及び消費者保護に関する取組を消費生活安定会議でとりまとめ、対策を実施。
- 北海道胆振東部地震の発生に伴い、生活関連物資等について道職員による緊急価格調査を実施。

#### 【課題】

- 生活関連物資の価格動向等は、道民生活に直接影響を及ぼすため、引き続きその動向を監視し、消費者等に対し情報を提供し、必要に応じて、価格の安定に向けた対応を行う必要がある。

#### 【施策展開の方向と具体的取組】

- 道消費生活条例の規定に基づき選定・指定された商品等について、全道に配置した消費生活モニターによる物価動向や需給状況の調査・監視を毎月実施し、結果を消費者に情報提供する。
- 災害の発生に伴い道民の生活に関連性の高い商品等について、緊急価格調査を実施して迅速・正確な情報の収集と発信を行う。
- 年末年始における生鮮食料品の需給や価格動向を把握し、その供給の確保と価格の安定を図る。

## 4 消費者教育の推進

#### 【消費者教育の基本的な方針】

- 消費者教育は「消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつけることができる実践的な能力を育むこと」「消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができる消費者を育成すること」を目指し行われる。
- 消費者市民社会の形成を目指し、消費者教育を推進することは、消費者の権利の尊重や消費者被害の防止に良い影響を及ぼし、消費者に持続可能な開発目標（SDGs）についての理解を促し、主体的・能動的に学ぶことはSDGsの達成につながるものである。
- 消費者教育は、学校、地域、職域等のライフステージに応じた様々な場を活用して、各主体が連絡・調整を密にし、連携、協働して、役割分担と協力のもとにとり進める効果的かつ体系的に、消費者の特性に配慮して実施する必要がある。
- 以上の考え方にに基づき、道では、「被害に遭わない消費者」「合理的意思決定のできる消費者」を育成するとともに、「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」を育成することを目指して、道立消費生活センターを消費者教育の拠点として、消費者教育に関するコーディネイト機能を確保・活用することにより、地域における様々な主体と連携しながら、消費者の特性に応じた体系的な消費者教育が全道に行き届くよう消費者教育を推進する。

### （1）消費者教育の推進

#### 【これまでの主な取組】

##### （学校における消費者教育）

- 小学校、中学校、高校及び特別支援学校において、生活科、社会科、技術家庭科、公民科等の学習指導要領に基づき指導。道教育委員会で毎年度作成・配布している「高等学校教育課程編成・実施の手引」に盛り込まれている具体的指導内容に沿って実践的な指導を実施。
- 道では、専門的な知見を有する講師を小学校、中学校、高校及び特別支援学校に派遣する「学校訪問講座」の取組を実施。

#### **(地域・職域における消費者教育)**

- 消費生活に関連するテーマの講座や、高齢者等を対象としたセミナーを開催しているほか、講師派遣や商品テスト機能を活用した体験学習等を実施し、知識の普及や情報の提供等を実施。
- 金融経済や金銭教育に係る普及・広報活動を北海道金融広報委員会とともに実施。
- 道立高等技術専門学院において金融講習会を実施。
- 消費者教育に関する様々な情報を提供するサイト「北海道の消費者教育」を運営。

#### **(消費者教育の担い手の育成等)**

- 教職員を対象に「消費者教育支援セミナー」を開催。
- 講師派遣事業である「消費者教育サポートセミナー」を実施。
- 見守り人材の育成を目的とした「消費者被害防止ネットワーク促進セミナー」を開催。
- (一社)北海道消費者協会が実施している「消費生活リーダー養成講座」等に助成。
- 専門的知見を有する人材の育成のため消費生活相談員試験対策講座を開催。

### **【課題】**

#### **(学校における消費者教育)**

- 成年年齢の引下げに伴い18～19歳の年齢層に該当する者に対して、契約をはじめとする消費生活に関する知識や対処能力を身につけるための消費者教育を充実させる必要がある。

#### **(地域・職域における消費者教育)**

- 職域における消費者教育は、取組の実態が必ずしも十分に把握されていない状況もあることから、取組実態について情報収集するなどして、体系的な消費者教育の推進を図る必要がある。

#### **(消費者教育の担い手の育成等)**

- 消費者教育において実務経験者の有する知識や経験を有効に活用するため、消費者教育を担う関係者や消費者教育の場をつなぎ、必要とされる教育資源が必要な場所に供給されるよう調整を図る消費者教育のコーディネート機能を担う体制の整備が必要である。

### **【施策展開の方向と具体的取組】**

#### **(学校における消費者教育)**

- 各学校に対する新学習指導要領の趣旨の周知・徹底。
- 関係部局や外部の専門家等の有する情報や知識が活用されるよう、調整・支援する。
- 成年年齢の引下げを見据え、契約トラブルの防止に向けた効果的な消費者教育が18歳になるまでに行われるよう「社会への扉」を活用した授業の実施を推進する。
- 大学、大学生協等と連携して若年者層の消費者教育の推進を図る。

#### **(地域・職域における消費者教育)**

- 道において消費者教育に関するコーディネート機能を発揮し、多様な場への講師派遣、教材の提供、講座開催情報の発信などにより、社会教育施設を活用した消費者教育や家庭における消費者教育を支援する。
- 道立消費生活センターは本道の消費者教育の拠点。消費生活相談窓口に集積された消費者被害情報を活用し、講座・セミナーを開催するほか、消費者教育に役立つ内容の情報提供等を実施する。
- 高齢者、障がい者等消費生活上特に配慮を要する消費者に対しては、町内会や地域の学習会、消費者被害防止ネットワークの枠組みを活用するなど、消費者の特性に応じた効果的な消費者教育の手法を検討する。

- 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、地域において体系的な消費者教育の推進が図られるよう支援に努める。
- 事業者には、従業員に対する消費者教育の取り組みが進むよう、必要な周知を行うほか、職場における研修など消費者教育の実践事例に関する情報の収集・把握に努め、出前講座や講師、教材等に関する情報提供を行う。

#### （消費者教育の担い手の育成等）

- 教職員等を対象とした講座や、各種教員研修の実施、実践的な資料等の作成・配付等を通じ、教職員の実践的な指導力の向上に努める。
- 消費者教育の担い手となる人材育成の取組への支援、消費者教育に関する様々な情報を提供するサイトの運営・発信を行い消費者教育に係る人材等の発掘と情報の集約・発信を行う。
- 多様な主体との連携・調整を行うため、道において消費者教育のコーディネート機能を担う体制を整備するとともに、専門的知見を有する人材を育成することなどにより、地域における消費者教育の担い手確保に努める。

## （2）消費生活に関する啓発・情報提供

### 【これまでの主な取組】

- 道立消費生活センターでは啓発用パンフレットの作成・配布、道民ホールにおける消費生活展の開催、ホームページによる周知、道立消費生活センター広報誌「きらめっく」の発行、消費者関連情報を掲載したパネルの作成、貸出など様々な広報媒体による消費者啓発・情報提供を実施。
- 消費者安全課ではメールマガジン「消費者ほっとメール」の配信、若年者向けのリーフレット等や多重債務問題のリーフレットの作成・配布、ラジオ CM や新聞広告を実施。
- 札幌市、北海道消費者協会、札幌消費者協会及び道警と連携して毎年度街頭啓発イベントを開催。消費者啓発事業の実施について道と札幌市は定期的に連絡・調整を実施。
- 市町村の消費者教育・啓発の取組状況について毎年度実態を調査し、市町村に情報提供するとともに、市町村や地域の団体に対し、セミナー等への講師の派遣や啓発資材の配布等を実施。
- 道立消費生活センターの会議室の貸し出しを実施。
- 北海道消費者被害防止ネットワークは「ネットワークニュース」を発行するとともに、「消費者行政メーリングリスト」を利用して消費者被害情報等を関係機関で情報共有。

### 【課題】

- 情報提供の内容を工夫するとともに消費者啓発や情報提供手段について一層の周知を図る必要がある。
- SNS は多くの世代で急速に普及が進んでおり、特に若年者層に消費生活情報を確実に届けるため、新たな広報手法を検討する必要がある。
- より包摂性ある社会の実現に向け、本道における消費者啓発・情報提供においても、消費者の多様な特性に可能な限りきめ細かく配慮した方法や内容の工夫が求められる。

### 【施策展開の方向と具体的取組】

- メールマガジンの配信、センターニュースの発行、啓発イベントの開催、教材の貸出、啓発資材等の提供、ホームページへの掲載、道立消費生活センターにおける展示等、様々な媒体、機会を利用して消費生活に関する様々な情報を、様々な手法により重層的に提供する。

- 高度情報通信社会化等の進行に伴い生じる新たな消費者取引による消費者トラブルの情報を速やかに収集・分析し、消費者に対して迅速・正確に提供する。
- 若年者や高齢者、障がい者など消費者の年齢や特性などに配慮した内容や手法による、効果的できめ細やかな消費者啓発・情報提供に努める。若年者向けの新たな情報発信の手法、高齢者、障がい者などに向けてより積極的に情報を届ける手法等を検討する。
- 市町村等における消費者啓発・情報提供の円滑な実施が図られるよう、消費者行政メーリング・リストや消費者被害防止ネットワークニュース等により、情報の共有を密接に行う。

### (3) 消費者市民社会の形成

#### 【これまでの主な取組】

- 「公正かつ持続可能な社会の形成」は、全世界的により一層重要な課題であり、地球環境を守り、多様性と包摂性のある社会の実現に向けて、平成 28 年（2016 年）1 月に正式に発効した「持続可能な開発目標（SDGs）」は国際社会において取組が広がっている。道も、平成 30 年（2018 年）12 月に、「北海道 SDGs 推進ビジョン」を策定。
- 国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」において、消費者に SDGs についての理解を促し、より多くの人々が SDGs に関する情報を得、主体的・能動的に学ぶことは、SDGs の達成につながり、消費者市民社会の形成に参画する消費者、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ことにつながるものとされている。
- SDGs の達成のためには、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼしうるものであることを自覚して、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を目指す必要がある。
- 国の消費者基本計画では「地域活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動」を「倫理的消費（エシカル消費）」と称し、社会や環境に対する負担や影響、公平性の確保、持続可能性を意識した消費活動に取組む必要があるとしている。
- いわゆる「食品ロス」について社会的関心が高まっており、道では、食品ロスの削減に向け、「どさんこ愛食食べきり運動」を推進。
- 環境問題への関心を持ち、日常生活の中から積極的に環境に配慮した行動の実践や、環境保全活動への積極的参画が期待されている。道としても、3R 推進に向けた取組がライフスタイルに定着するよう、市町村や NPO と連携した普及啓発の取組等を実施。

#### 【課題】

- 消費者の多くは、「商品の購入やサービスの利用に当たって環境・社会への影響を意識する」としている反面、「普段から具体的な行動はしていない」という状況。「エシカル消費」や「SDGs」という用語の認知度は未だに低い状況。
- これまで、食品ロス削減や廃棄物の排出抑制、フェアトレード、地産地消などの領域で、消費者教育・啓発が既の実施されているが、以上のような国際的潮流や国内の情勢を踏まえ、エシカル消費の概念、エシカル消費に取り組む必要性への理解を一層促進し、人や社会、環境、地域等に配慮した、消費者市民社会の形成を担う消費者を育成していく必要がある。

### 【施策展開の方向と具体的取組】

- 「消費者市民社会」の形成推進のために、消費者団体等の団体と連携し、エシカル消費に関連する講座の開催、フォーラムの開催、講師派遣、消費生活展やイベントでの普及啓発、教材等の作成、ホームページの作成など、様々な機会やツールを活用して普及・啓発し、理解の促進を図る。
- 食品ロスの現状や社会へ与える影響、削減の意義等について、理解の促進を図るとともに、様々な主体と連携して、「どさんこ愛食食べきり運動」を推進する。
- 3Rのうち、特に2Rを優先した環境に配慮するライフスタイルの定着に向け、「3R推進月間」での各種イベントの開催、リサイクルの現状や取組事例などを取りまとめた情報誌の作成等により、3Rに関する普及啓発や環境教育を推進する。

## 5 見守りネットワークの推進と消費者団体との連携

### (1) 地域における消費者被害防止に向けた連携体制の構築

#### 【これまでの主な取組】

- 消費者被害に遭う可能性の高い方々の消費者被害の防止、早期発見・救済のため消費者被害情報を共有し、連携して対応する「地域消費者被害防止ネットワーク」の構築を推進。平成10年度（1998年度）から30年度（2018年度）までの20年間で、89市町村で69のネットワークが設置。
- 道は、平成15年（2003年）12月に「北海道消費者被害防止ネットワーク」を設立し、関係機関との情報共有や「消費者被害防止ネットワークニュース」を発行するなどしており、平成28年度（2016年度）からは消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会」（以下「法定協議会」という。）とした。
- 平成27年度（2015年度）及び28年度（2016年度）に「地域消費者被害防止ネットワーク活動実態調査」を実施し、活動状況について調査。また、28年度（2016年度）に消費生活相談窓口と地域の見守り関係者との連携関係の構築状況を把握するため「消費者被害防止のための地域連携状況実態調査」を実施。
- 道では平成28年度（2016年度）に「地域消費者被害防止ネットワーク活動強化事業」を実施し、優良活動事例の調査、地域ブロックごとの説明会の開催、法定協議会への移行の働きかけを実施。

#### 【課題】

- 未だに約半数の市町村において、ネットワークが構築されておらず、今後とも一層その設置に向けた働きかけを行う必要がある。
- 既存のネットワーク組織は基本的に法定協議会への移行が可能であるが、現状、道内の法定協議会の設置は10組織にとどまっており、今後とも移行等を働きかける必要がある。
- ネットワークの中には活動を休止している組織もあり、既存のネットワークの活動状況を継続的に把握し、活動の維持・活性化のため、働きかけや支援を行う必要がある。
- 市町村の消費生活相談窓口と地域の見守り関係者との間で、現状は必ずしも十分な連携関係が図られていない地域もあり、引き続きその連携が図られるよう助言や支援を行う必要がある。

#### 【施策展開の方向と具体的取組】

- 「地域消費者被害防止ネットワーク」の新規設立を市町村に強く働きかけるとともに、設立に向けた助言をきめ細かく行うことにより地域の見守り体制の構築を推進する。



- 北海道消費者被害防止ネットワークでは、地域ネットワークの活動実態を調査・把握し、見守り関係者や地域ネットワークに対して最近の被害情報や各地の活動状況に関する情報を提供するなど、地域におけるネットワーク活動の維持・活性化が図られるよう取組を強化するとともに、法定協議会への移行を推進する。
- 地域の消費者被害の未然防止のため、消費生活相談窓口と見守り関係者との連携関係が構築されるよう、実態調査と適切な情報提供に努める。

## (2) 消費者意見の反映及び消費者団体との連携・活動促進

### 【これまでの主な取組】

- 消費生活モニターを対象に意識調査を実施するほか、「モニター通信紙」の提出により随時消費者意見等を受け付け、対応。
- 道消費生活条例第 32 条の規定に基づき、振興局において消費生活地域協議会を開催し、消費者、学識経験者等の意見を聴取。
- LP ガスや灯油の流通について懇談会や意見交換会を開催して消費者意見の聴取に努めている。
- 各地の消費者団体の活動促進のため、(一社)北海道消費者協会が行う消費生活リーダー養成講座などの事業に助成。
- 消費者団体の法人化に向けて取り組み事例や法人化によるメリットなどについて調査し、消費者団体に対し情報提供を実施。
- 消費生活協同組合法に基づき調査及び措置を行い組合運営の適正化を図るとともに、消費生活協同組合が行う消費者利益の擁護・増進を図る活動に対して、後援名義の使用承認や必要な助言を行うなど、連携・協力を努めている。

### 【課題】

- 地域消費者協会の数は近年減少傾向で推移しており、今後とも消費者運動を担っていく後継人材の育成・確保と協会活動の活性化のため、支援をしていく必要がある。

### 【施策展開の方向と具体的取組】

- 全道に配置する消費生活モニターに対し消費者意識調査を実施するとともに、「モニター通信紙」等によって随時消費者としての意見を聴取し、消費者施策への反映に努める。
- 消費者行政に対する道内各地域の消費者、消費者団体、有識者等の意見を聴取するため、「消費生活地域協議会」を(総合)振興局単位で開催する。
- 液化石油ガスや石油製品の流通に関する本道の地域事情、需給や取引上の諸課題について、消費者意見を聴取するとともに、必要な情報の提供や意見交換を行う。
- 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、道内の消費者団体の実態を把握し、人材育成の取組を支援するなど、消費者団体の活動の活性化を図る。
- 道内で活動する適格消費者団体や消費者問題に取り組む専門家団体と意思疎通・情報共有に努め、消費者利益の擁護・増進に向けて一層の連携強化に努める。
- 消費生活協同組合の組合運営等の適正化を図るため、消費生活協同組合法に基づき調査・措置を厳正に行うとともに、その活動が適切に行われるよう、必要な助言と連携に努める。

## 第5章 推進体制と推進管理等

### 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・効果的な推進を図る。

知事の諮問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、消費者政策に係る諸課題について調査審議し、計画の推進を図る。

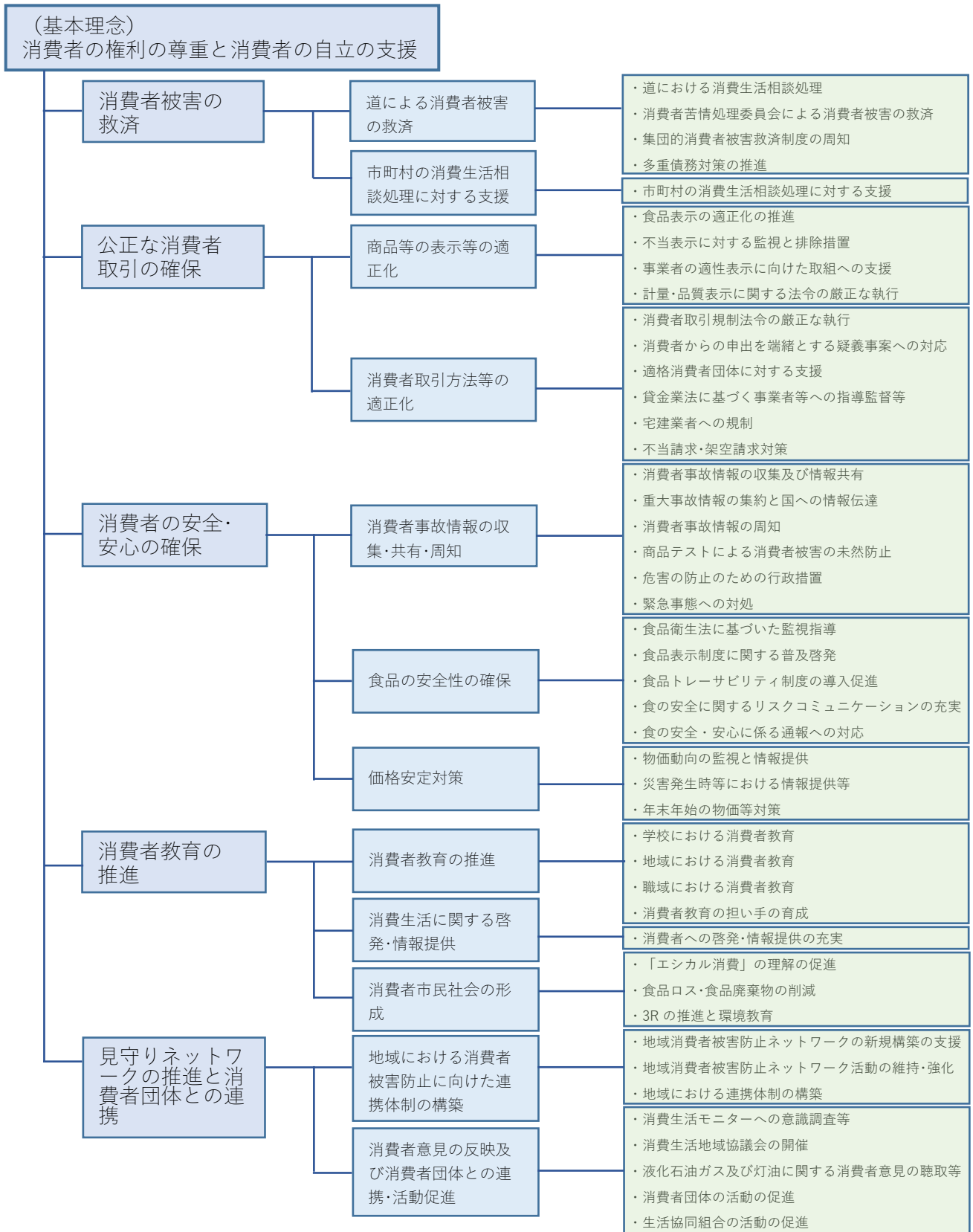
### 2 計画の推進管理

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等について取りまとめる。

### 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も見極めながら、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う。

(資料) 施策の体系



## 別表 第3次北海道消費生活基本計画における指標項目（目標指標・参考指標）

### 施策1 消費者被害の救済

#### 1 道による消費者被害の救済

消費者ホットライン 188 を知っていると答えた消費者の割合（目標指標）

道の消費生活相談員研修参加率（目標指標）

消費生活相談件数（道立消費生活センター）（参考指標）

うち契約当事者 65 歳以上の消費生活相談件数（参考指標）

うち契約当事者 29 歳以下の消費生活相談件数（参考指標）

うち電子メールによる消費生活相談件数（参考指標）

あっせん率（参考指標）

市町村専用電話相談件数（参考指標）

専門家の助言等依頼回数（参考指標）

北海道消費者苦情処理委員会処理係属件数（参考指標）

警察相談における消費者関係相談件数（参考指標）

#### 2 市町村の消費生活相談処理に対する支援

消費生活センター人口カバー率（目標指標）

市町村の消費生活相談員資格保有率（目標指標）

市町村の消費生活相談員研修参加率（目標指標）

消費生活相談件数（道内市町村）（参考指標）

道内の消費生活相談員配置状況（相談員数）（参考指標）

消費生活相談員資格試験対策講座参加者数（参考指標）

市町村消費生活相談員研修（道が実施するもの）受講者数（参考指標）

市町村専用電話相談件数（参考指標）

広域相談体制実施市町村数（参考指標）

単独処理かつ専門的な相談員不在の市町村数（参考指標）

貸金業苦情相談窓口での相談受付件数（参考指標）

相談分配率（参考指標）

### 施策2 公正な消費者取引の確保

#### 1 商品等の表示等の適正化

食品表示法に基づく措置命令・指示の件数（参考指標）

食品表示法に基づく行政指導の件数（指示を除く）（参考指標）

食品表示 110 番受付実績（参考指標）

景品表示法に基づく措置命令の件数（参考指標）

景品表示法に基づく注意の件数（参考指標）

食品表示セミナー（食の安全安心セミナー）開催件数（参考指標）

#### 2 消費者取引の適正化

特定商取引法に基づく業務停止命令、業務禁止命令、指示の実施件数（参考指標）

北海道消費生活条例に基づく勧告、重大被害防止措置、公表に係る措置件数（参考指標）

特定商取引法または北海道消費生活条例違反疑義により行政指導を行った件数（参考指標）  
適格消費者団体への情報提供件数（参考指標）  
架空・不当請求案件に係る重大被害防止措置の件数（参考指標）

### 施策3 消費者の安全・安心の確保

#### 1 消費者事故情報の収集・共有・周知

消費者事故情報通知件数（参考指標）  
消費者行政メーリングリストによる情報発信数（参考指標）  
消費生活用製品安全法、消費者安全法、消費生活条例（危害の防止）に基づく行政措置件数（参考指標）  
消費生活に関する緊急事態発生時に開催した会議の開催回数（参考指標）  
道立消費生活センターにおける商品の安全性や性能に関する相談受理件数（参考指標）  
道立消費生活センター商品テスト実施件数（参考指標）

#### 2 食品の安全性の確保

食品衛生監視指導計画に基づく立入検査実施率（目標指標）  
HACCPによる自主衛生管理の導入施設数（目標指標）  
食の安全・安心に関する通報受理件数（参考指標）  
行政処分件数（食品衛生法及び食品表示法（業務停止命令のほか指示を含む））（参考指標）  
行政指導件数（食品衛生法及び食品表示法違反疑義による指導。指示を除く）（参考指標）  
食品のトレーサビリティ取組事例数（道HPで紹介されている数）（参考指標）  
リスクコミュニケーション開催回数（参考指標）

#### 3 価格安定対策

価格動向調査実施回数 月に1回実施すること（目標指標）  
年末年始における物価等対策 実施すること（目標指標）

### 施策4 消費者教育の推進

#### 1 消費者教育の推進

##### （1）学校における消費者教育

「社会への扉」を利用した授業実施学校数（目標指標）  
関係機関と連携した消費者教育実施学校数（目標指標）  
道立消費生活センター学校訪問講座開催実績（回数、参加人数）（目標指標）  
北海道教育委員会が実施する教員対象の研修会の参加教員数（参考指標）

##### （2）地域における消費者教育

くらしの安全・安心セミナー開催実績（回数、参加人数）（参考指標）  
高齢者消費者被害防止セミナー開催実績（回数、参加人数）（参考指標）  
講師派遣（消費者教育サポートセミナーを除く）実施回数（参考指標）

##### （3）消費者教育の担い手の育成

教員向け講座「消費者教育サポートセミナー」の受講者数（参考指標）  
消費者教育支援セミナー受講者数（参考指標）  
消費者被害防止ネットワーク促進セミナー実施回数及び受講者数（参考指標）  
消費生活リーダー養成講座受講者数（参考指標）  
消費生活相談員資格試験対策講座受講者数（再掲）（参考指標）

## 2 消費生活に関する啓発・情報提供

メールマガジン「消費者ほっとメール」登録者数（目標指標）  
センターニュース「きらめっく」発行（2ヶ月に1度発行すること）（目標指標）  
啓発資材貸出回数（参考指標）  
くらしの教室等利用者数（参考指標）  
施設見学団体数（参考指標）  
ホームページアクセス数（道立消費生活センター）（参考指標）  
ホームページアクセス数（北海道環境生活部消費者安全課）（参考指標）  
悪質商法事例に関する情報提供回数（参考指標）  
消費者の日普及啓発イベント来場者数（参考指標）  
消費者啓発リーフレット配布数（参考指標）

## 3 消費者市民社会の形成

「エシカル消費」の言葉及び内容を知っていると回答した消費者の割合（目標指標）  
「エシカル消費」に関連した消費者教育講座、フォーラム等の開催件数（参考指標）  
「エシカル消費」に関する展示やイベント等での普及啓発活動の実施（参考指標）

### 施策5 見守りネットワークの推進と消費者団体との連携

#### 1 地域における消費者被害防止に向けた連携体制の構築

地域消費者被害防止ネットワークに関する活動状況実態調査 年に1回（目標指標）  
地域消費者被害防止ネットワーク設置数（目標指標）  
消費者安全確保地域協議会設置市町村人口カバー率（目標指標）  
北海道消費者被害防止ねとワークニュース発行回数（隔月発行）（目標指標）  
地域消費者被害防止ネットワーク活動休止組織数（目標指標）  
消費生活相談窓口と地域包括支援センターとの協力実績（参考指標）  
（地域包括支援センター等から消費生活センターに消費者被害の通報実績があるか、消費生活センターから地域包括支援センター等に現地確認やセンターへの同行付添い等の依頼に対応した実績が1度でもある市町村の数の割合）

#### 2 消費者意見の反映と消費者団体との連携・活動促進

消費生活モニター調査及び消費生活地域協議会の開催（目標指標）  
（モニター調査は年1回以上、地域協議会は年4回以上）  
消費者協会数（参考指標）  
消費生活協同組合立入検査実施数（参考指標）