

「第3次熊本市消費者行政推進計画」骨子案（概要）

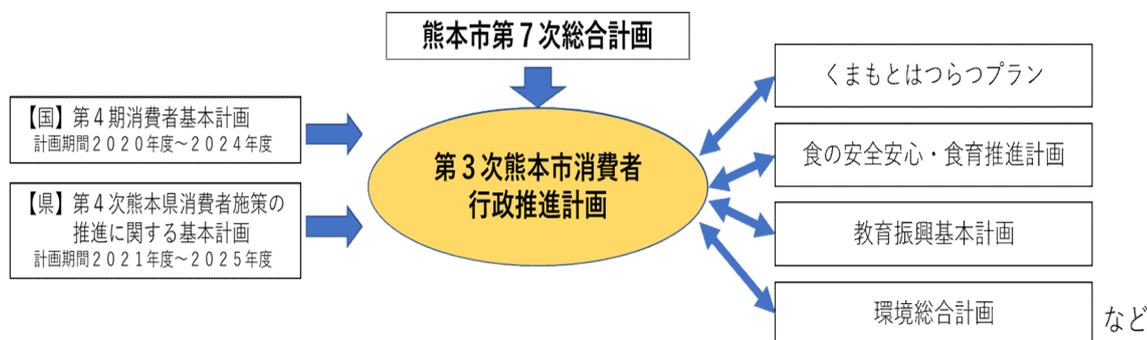
文化市民局 生活安全課 消費者センター

第1章 熊本市消費者行政推進計画について

1 目的と経緯

- 「熊本市消費生活条例」に基づき、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため、平成26年（2014年）に「熊本市消費者行政推進計画」を策定。
- 「消費者教育の推進に関する法律」に基づき、消費者教育を総合的かつ計画的、体系的に推進するため、平成29年（2017年）に「熊本市消費者教育推進計画」を策定。
- 「熊本市消費者行政推進計画」と「熊本市消費者教育推進計画」の計画期間満了に伴い、平成31年（2019年）に両計画を統合し、「第2次熊本市消費者行政推進計画」を策定。

2 計画の位置づけ



3 計画期間

令和4年度（2022年度）から令和8年度（2026年度）までの5年間

第2章 消費者行政をめぐる現状と課題

1 第2次熊本市消費者行政推進計画の成果

成果指標の項目	実績値 R2 (2020)	目標値 R3 (2021)	成果の検証
(1) 消費者センターの認知度	70.9%	83.0%	減少傾向。センターへの相談以外に、インターネット情報収集により自ら解決するケースが増えていることも減少の一因と考える。
(2) 消費者センターへの相談により解決可能となった割合	93.8%	100%	増加傾向。相談員の相談対応スキルの向上が、解決割合の増加につながったと考える。
(3) クーリング・オフ制度を知っている市民の割合	95.0%	95.0%	令和2年度に目標達成。市政だより等により頻回な啓発に努めた。
(4) 消費者教育に関する出前講座の回数	9回	110回	新型コロナウイルス感染症の影響により、出前講座開催が困難であった。
(5) 消費生活地域見守りサポーター養成講座修了者数（※累計）	137人	280人	新型コロナウイルス感染症の影響により、講座開催が困難であった。

## 2 消費者を取り巻く環境の変化

項目	現状	課題
ア 商品、サービス、取引形態の複雑・多様化	スマートフォン等の普及により、電子商取引が拡大、消費者の利便性が向上。	利便性が高くなる反面、取引形態が複雑・多様化し、消費者被害が拡大。
イ 高齢化の進行	65歳以上高齢化率の増加 23.5%（2014年）⇒ 29.6%（2030年）	高齢者の増加と加齢等による消費リスクが増加することへの対応。
ウ 災害への対応	熊本地震の発生から5年経過した現在も消費者トラブルが発生。災害の激甚化や多発化。	地震関連相談への対応、新たな災害等への備えとして、被災時の相談体制整備。
エ 成年年齢の引下げ	令和4年（2022年）4月、成年年齢が18歳へ引き下げられ、若年者の契約行為が可能となる。	未成年者取消権が行使できず、解決困難となる若者の消費者トラブルへの対応。
オ 消費者行政における「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成	食品ロス削減などの持続可能な社会の実現に向けた社会的課題の解決。	食品ロス削減に向けた取組や倫理的消費（エシカル消費）の普及啓発。
カ 新型コロナウイルス感染症に伴う消費者トラブル	新型コロナウイルス感染症に便乗した悪質商法等が増加。	消費者の不安に乗じた悪質商法や詐欺等への対応。

## 3 熊本市における消費生活相談の状況

### ア 相談の現状

- ・熊本地震後急増していた相談件数は減少傾向。
- ・令和2年（2020年）1月以降、新型コロナウイルス感染症に関連した相談が増加している。

### イ 相談内容

- ・商品・サービス別では、「商品一般」、「デジタルコンテンツ」、「不動産貸借」に関する相談が上位。
- ・令和2年度（2020年度）は、「他の健康食品」、「保健衛生品その他」に関する相談が増加。

### ウ 年代別相談状況

- ・ほとんどの年代の相談件数が減少傾向にある中、10歳代、20歳代からの相談は増加。

### エ 高齢者の相談状況

- ・高齢者をターゲットにした、架空請求や投資を装った詐欺に関する相談が増加。

#### 4 課題への対応

##### ア 消費者センターの認知度の向上

認知度の向上による消費者被害の未然防止  
や迅速な救済・解決

##### オ 災害への対応

熊本地震関連消費者トラブル対応、災害発生時に被災状況に応じた相談体制の構築等

##### イ 複雑・多様化している消費生活相談への対応

社会情勢の変化に伴う様々な相談に対する適切な対応

##### カ 若者への消費者教育

成年年齢引下げに伴う若者の消費者トラブル未然防止に向けた消費者教育の強化

##### ウ 高齢者等の消費者被害の未然防止

消費生活地域見守りサポーター育成や地域包括支援センター等関係機関との連携

##### キ 消費者行政における「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成

倫理的消費（エシカル消費）などのSDGsに沿った取組の実施

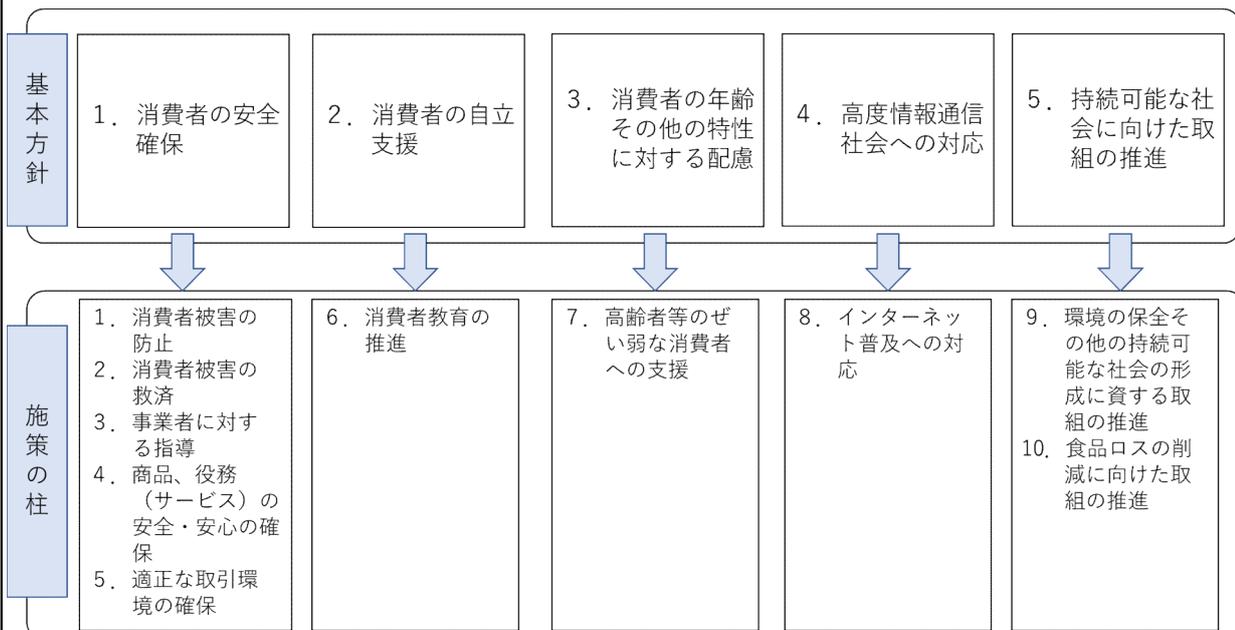
##### エ インターネットに関する消費者被害の防止

増加するインターネット関連の消費者トラブル防止のための啓発

##### ク 新型コロナウイルス感染症への対応

正確な情報発信及びメール等により感染症の影響を受けにくい相談体制構築

### 第3章 施策の展開 一計画の体系一



#### 第4章 個別施策 ー施策の柱と方向ー

施策の柱	施策の方向
<施策1> 消費者被害の防止	・ 情報提供の推進 ・ 苦情・相談情報の活用 ・ 関係機関との連携
<施策2> 消費者被害の救済	・ 消費者被害の救済 ・ 相談体制の充実 ・ 訪日外国人・在留外国人の消費者トラブルへの対応
<施策3> 事業者に対する指導	・ 消費生活条例及び法令遵守のための指導
<施策4> 商品、役務（サービス）の安全・安心の確保	・ 食品の安全性の確保 ・ 生活用製品等の安全性の確保 ・ 事故情報の収集・提供等
<施策5> 適正な取引環境の確保	・ 適正な表示の推進 ・ 適正な計量の推進 ・ 生活関連商品の安定供給等
<施策6> 消費者教育の推進	・ 啓発活動の推進 ・ ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進 ・ 消費者教育の人材（担い手）の育成及び支援
<施策7> 高齢者等のぜい弱な消費者への支援	・ 高齢者の消費者被害の未然防止及び救済 ・ 障がい者の消費者被害の未然防止及び救済 ・ 若年者の消費者被害の未然防止及び救済
<施策8> インターネット普及への対応	・ インターネット通信トラブルへの対応 ・ 電子商取引トラブルへの対応
<施策9> 環境の保全その他の持続可能な社会の形成に資する取組の推進	・ 循環型ライフスタイルの推進 ・ 消費者に対する環境教育の推進 ・ 人・社会・地域に配慮した消費の普及・啓発
<施策10> 食品ロスの削減に向けた取組の推進	・ 消費者、事業者等に対する教育・学習の推進、知識の普及・啓発 ・ 食品関連事業者等の取組に対する支援

#### 第5章 第3次計画の成果指標

成果指標の項目	基準値 R2 (2020)	目標値 R8 (2026)
(1) 消費者センターの認知度	70.9%	83.0%
(2) 消費者センターへの相談により解決可能となった割合	93.8%	100%
(3) クーリング・オフ制度を知っている市民の割合	95.0%	96.8%
(4) 消費者教育に関する出前講座の回数	84回 (R元の実績)	110回
(5) 消費生活地域見守りサポーター養成講座修了者数	137人	430人

#### 第6章 計画の推進 ー推進体制の整備、検証・評価ー

##### 1 推進体制

###### (1) 庁内の推進体制

庁内関係部署課長で構成する「消費者行政庁内連絡会」において各施策を推進するとともに、関連事業の進捗管理を行います。

###### (2) 消費者行政推進委員会

学識経験者、消費者・事業者関係団体、公募委員により構成した「熊本市消費者行政推進委員会」を定期的に開催し、各施策について意見を求めます。

##### 2 進捗管理

本計画に掲げる事項についてPDCAサイクルの考えを取り入れ、「消費者行政庁内連絡会」、「消費者行政推進委員会」による検討を行い、必要に応じ、計画変更や事業の見直し等の措置を講じるなど、効果的な施策推進に取り組みます。

# 今後のスケジュール

