

第2期八王子市消費生活基本計画

平成29年3月
八王子市



百年の彩りを 次の100年の輝きへ

「安全で安心な 消費者市民社会の実現」を目指して



たかゆき

八王子市長 **石森考志**

消費者を取り巻く社会環境は、少子・超高齢社会及びグローバル化の進行や情報サービスの急速な普及など、急激に変化しております。消費者には、巧妙化している新たな消費者被害の手口に対処するため、これまで以上に的確な判断力が求められています。また、私たち一人ひとりが自らの消費活動を通して、よりよい社会の発展のために積極的に関与することが期待されております。

これらのことを踏まえ本市では、計画期間の最終年度を迎えた「八王子市消費生活基本計画」を改定し、新たに「消費生活の環境基盤整備」、「消費者教育の推進」、「消費者被害の防止・救済」の3つの施策を柱とした「第2期八王子市消費生活基本計画」及び、同計画の実施計画として「八王子市消費者教育推進計画」を策定いたしました。

本市は、「安全で安心な消費者市民社会の実現」に向け、自ら被害を回避又は対処できるよう消費者の自立を支援するとともに、消費活動を通して公正で持続可能な社会の一員としての役割を果たすことができる消費者となるよう、本計画を着実に実行してまいります。

結びに、今回の計画策定にあたり、パブリックコメント等でご意見をいただきました市民の皆様、多大なご尽力をいただきました八王子市消費生活審議会をはじめとする関係者の皆様に対し、心から感謝申し上げます。

平成 29 年 3 月

目 次

第2期八王子市消費生活基本計画

第1部	計画策定にあたって	
第1章	計画の理念	3
第2章	計画の基本的な考え方	4
1	計画策定の背景と趣旨	4
2	計画の位置づけ	6
3	計画の期間	7
第3章	八王子市における消費生活の現状と課題	8
1	八王子市消費生活センターにおける相談状況	8
2	人口等の推移と見通し	14
3	アンケート調査結果のまとめと考察	17
4	第1期消費生活基本計画の取り組みと今後の課題	20
第2部	計画の重要課題と体系	
第1章	重要課題	27
第2章	計画の体系	28
第3章	施策の展開	29
	重要課題1 消費生活の環境基盤整備	29
	重要課題2 消費者教育の推進	32
	重要課題3 消費者被害の防止・救済	36
第3部	計画の推進	
1	計画の推進体制	41
2	取り組みの検証・評価及び公表	41
資料編		
1	八王子市消費生活条例	45
2	計画策定の経過	51
3	八王子市消費生活審議会 委員名簿	52
4	アンケート調査結果概要	53
5	用語解説	72

第 1 部

計画策定にあたって

第1章 計画の理念

安全・安心な消費者市民社会の実現

本市では、平成24年3月に「八王子市消費生活基本計画」を策定し、八王子市消費生活条例に基づき、消費者の自立支援を基本に、市民が消費に関して不安を抱くことなく、安心して消費生活を送ることができるよう、「安全・安心な消費生活の実現」に向けた施策に取り組んできました。

高度情報化の進展等により消費生活と経済社会の関わりが多様化する現在、商品の選択や購入は様々な方法で容易にできるようになった一方で、新たな取引形態による消費者被害が発生しています。このような社会環境のもとで消費者が安全・安心で豊かな消費生活を営む社会を実現するためには、情報提供や被害救済を待つだけでなく、消費者自身が被害を回避したり、それに対処したりするための力を持つ、自立した消費者となることが重要となっています。

また、私たち一人ひとりの消費生活が、結果として地球環境や経済社会の形成に大きな影響を与えるようになった現代社会においては、自分だけでなく、周りの人々や、将来の世代、内外の社会情勢や地球環境にまで思いをはせることのできる、社会の一員として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むことが求められています。

第2期消費生活基本計画の策定にあたり、従来の「安全・安心な消費生活」からさらに進んで、国の「消費者基本計画」及び「消費者教育推進法」に示された「消費者市民社会の形成」という観点を取り込み、消費者教育(*1)の推進を含めた消費者施策に関わる総合的な計画として施策を展開します。

第2章 計画の基本的な考え方

1 計画策定の背景と趣旨

(1) 計画策定の背景

本市では、昭和43年に「消費者保護基本法」の施行とともに消費者保護に関する事業を開始しました。昭和52年7月には八王子市消費者センターを開設し、消費者保護対策に取り組んできました。

その後、消費者を取り巻く社会状況や国の消費者行政の動きを踏まえ、平成23年4月に「八王子市消費生活条例」を施行するとともに、八王子市消費者センターを「八王子市消費生活センター」に改称し、消費者行政担当主幹を配置するなど体制の強化を図りました。また同条例に基づき、市民の消費生活の安定及び向上を図り、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため、平成24年3月に「八王子市消費生活基本計画」を策定し、消費生活における利益の擁護及び増進に関する様々な取り組みを進めてきました。

本市は平成27年4月に都内初となる中核市へと移行しました。これにともない多くの業務が東京都から移管され、消費者行政においても、市民の安全・安心な消費環境を守るために不可欠な「計量業務」が移管されて、従来以上の役割と責任を果たすことが求められています。

近年、高度情報化、高齢化のさらなる進展などを背景に、消費生活を取り巻く環境は大きく変化し、若者や高齢者を中心に消費者被害も一層複雑化・多様化・深刻化するようになりました。特に、インターネットやスマートフォンの急速な普及などによる新たな手口の消費者被害などはすべての世代に生じており、被害を回避するための迅速な情報提供や、消費者自身が正しく判断し被害を回避する、また被害にあった場合には適切に対処する能力を身に付けることが重要です。また、豊かで安全・安心な生活が営める地域社会を形成するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、警察等と行政との相互の連携が求められています。

(2) 消費者を取り巻く近年の動向

【社会情勢の変化】

消費者を取り巻く状況は、少子・超高齢社会の進行、情報通信機器・情報サービスの急速な発達・普及による情報量の飛躍的増加など、急速なスピードで変化しています。

様々な消費者ニーズに応える商品・サービスが提供される一方、消費生活で発生するトラブルも複雑化・多様化している状況にあり、特に近年は、悪質事業者による不当な契約をはじめとし、高齢者が消費者トラブルに巻き込まれることが多くなっています。

また、携帯電話やスマートフォン、インターネットなど情報通信手段は、今や私た

ちの暮らしと切り離せないものになっています。しかし、新たな情報通信手段の浸透に合わせ、情報通信に関する新しい消費者トラブルが次々と発生し、内容も複雑化するとともに、多岐にわたっています。

こうした中、個人の消費額の総額は、我が国のGDPの約6割を占めるとされており、その動向は経済社会に大きな影響を与えています。大量生産、大量消費、大量廃棄の消費スタイルを改め、環境と調和のとれた生産や消費を推進することで、公正かつ持続可能な社会に貢献していくことが求められています。

【国・東京都の近年の動向】

国においては、平成24年12月に消費者の自立支援を目的とする「消費者教育推進法」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(*2)」という考え方が明示されました。

また、平成25年6月には同法第9条に基づき、平成25年度から平成29年度までの5年間を対象とする、消費者教育の推進の意義、推進の基本的な方向や内容等を定めた「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定されました。

さらに、平成27年3月には消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に適切に対応した消費者政策をさらに推進していくための新たな「消費者基本計画」が閣議決定され、めざすべき姿として「消費者市民社会」の必要性が掲げられています。

東京都では、この国の「基本方針」を受け、「東京都消費者教育推進計画」を平成25年8月に策定しました。東京都ではこの計画を「東京都消費者基本計画」(平成25年3月策定)の一部として位置づけ、基本計画の重点施策である消費者教育に関する施策・事業を、具体的に推進していくための実施計画としています。

【消費者行政の動向】

平成16年	平成19年	平成20年	平成21年	平成23年					平成24年	平成25年		平成29年			
国	国	都	国	国	市				市	国	都		市		
消費者基本法施行	改正消費者契約法施行	東京都消費生活基本計画施行	消費者庁設置	消費者安全法施行	消費者センター移転(東町△)	消費生活センター△名称変更	八王子市消費生活条例施行	消費生活啓発推進委員会発足	消費生活審議会設置	八王子市消費生活基本計画施行	消費者教育推進法	東京都消費生活基本計画改定	東京都消費者教育推進計画施行	第2期八王子市消費生活基本計画施行	八王子市消費者教育推進計画施行

(3) 計画策定の趣旨

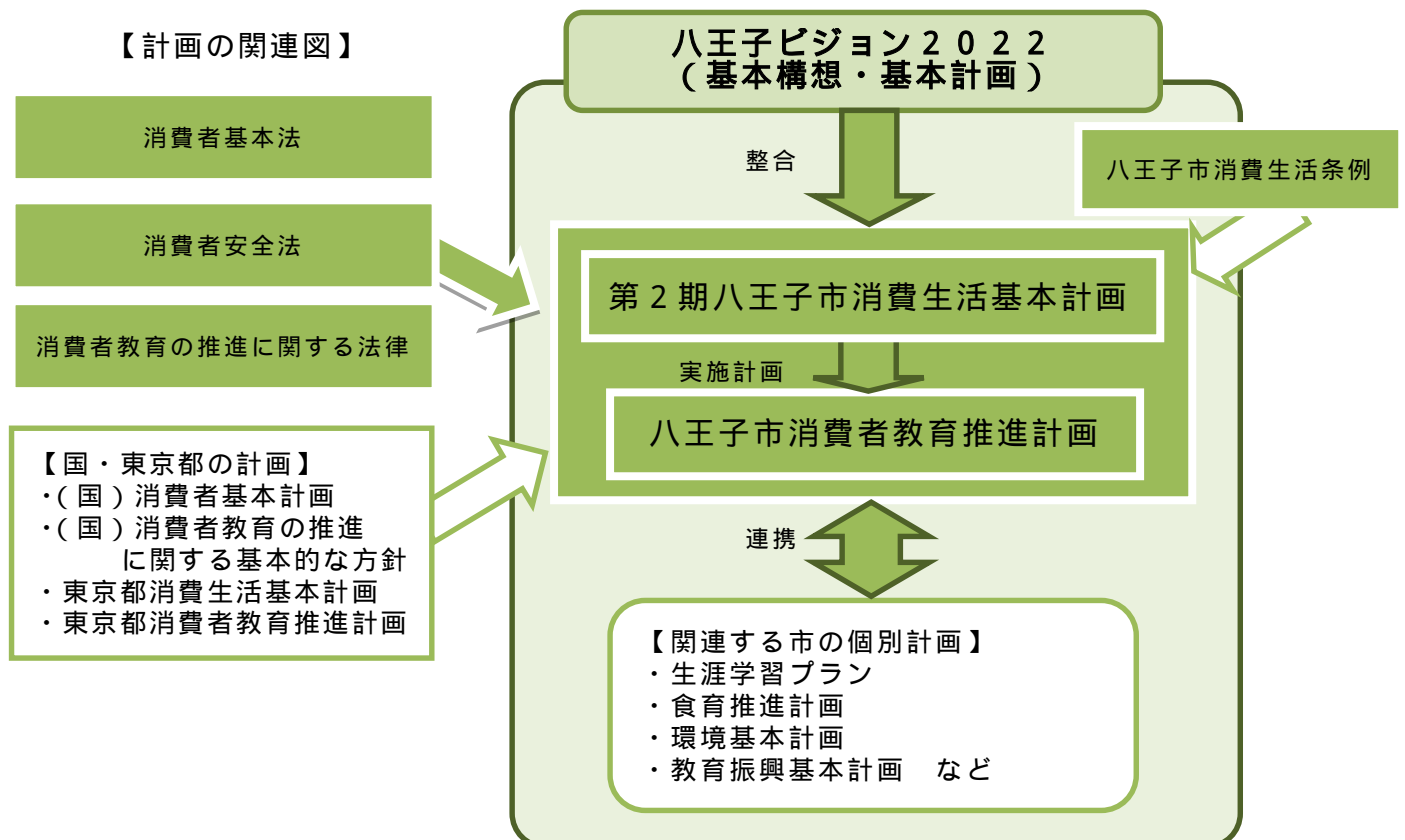
国や東京都における近年の消費者行政の最新の動向や消費者を取り巻く社会情勢の変化に伴い生じている新たな課題に対応し、市民が豊かで安全・安心な消費生活が営めるよう、消費者が互いに支え合うネットワークの構築や消費者被害未然防止のため迅速な情報提供や啓発活動を推進すること、自らの消費行動を通して積極的に社会に参画する「消費者市民社会」を視野に入れ、「第2期八王子市消費生活基本計画」を策定します。

2 計画の位置づけ

八王子市消費生活基本計画は、「八王子市消費生活条例」に基づき、市民の消費生活の安定及び向上を図るための消費者施策を、総合的かつ計画的に推進するための基本的な計画として、平成24年に策定されました。

この「基本計画」の計画期間の最終年度をむかえ、高度情報化の一層の進展等による取引形態の複雑化・多様化などの消費者を取り巻く状況の変化を考慮した次期計画として「第2期消費生活基本計画」を策定します。

この計画は、市が策定している基本構想・基本計画及び関連する個別計画との整合を図り策定するとともに、国の「消費者基本計画」(平成27年3月)、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(平成25年6月)、東京都の「東京都消費生活基本計画」、「東京都消費者教育推進計画」(平成25年8月)を踏まえて策定します。



3 計画の期間

第2期八王子市消費生活基本計画の期間は、平成29年度～平成33年度までの5年間とします。なお、社会情勢の変化などにより、計画の見直しが必要になった場合には、適宜見直しを図ります。

第3章 八王子市における消費生活の現状と課題

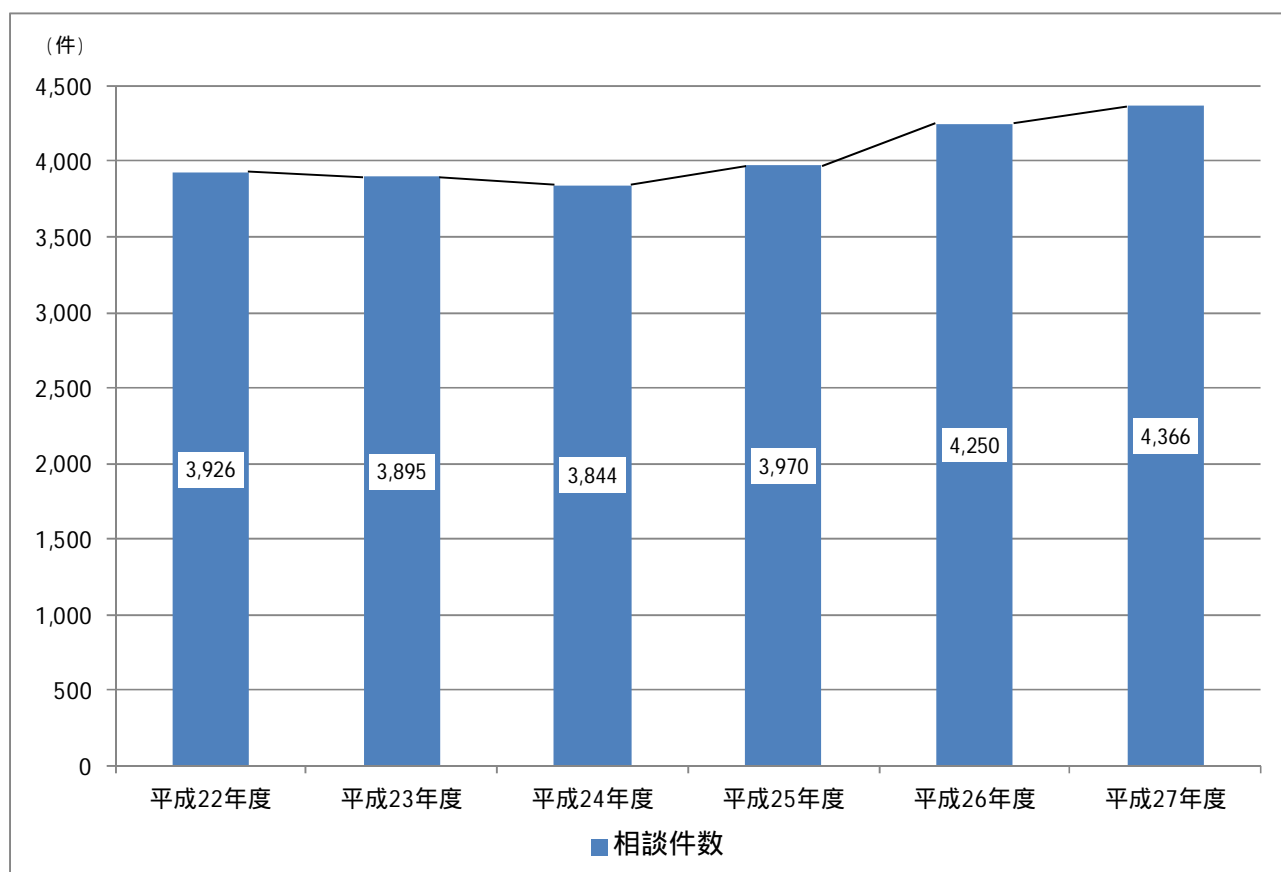
1 八王子市消費生活センターにおける相談状況

(1) 八王子市における消費生活相談の概況

< 相談件数の推移 >

相談件数は毎年度 4,000 件前後で推移し、平成 24 年度まではやや減少傾向だったものの平成 25 年度から増加傾向に転じ、平成 27 年度は 4,366 件の相談が寄せられています。

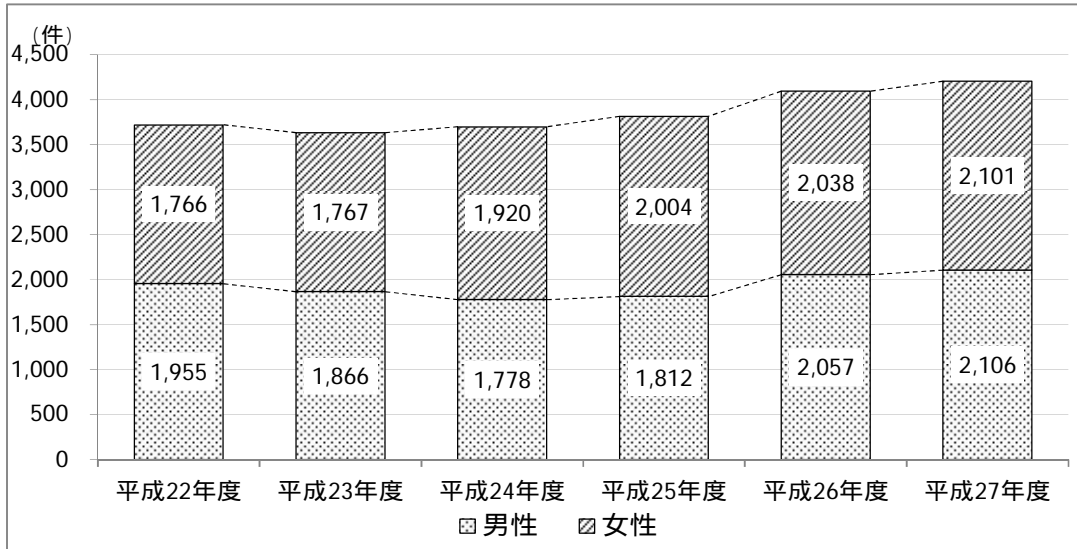
特に、26 年度に急激に増加した要因としては、運輸・通信サービス部門での主にアダルト情報サイト等の放送・コンテンツ等に関する相談件数が増加したため、27 年度に増加した要因としては、同部門の主にインターネット接続回線を含むインターネット通信サービスに関する相談件数が増加したためです。



(2) 契約当事者の属性別にみた相談状況

< 性別 >

平成23年度以前は男性からの相談件数が女性からの相談件数を上回っていましたが、平成24年度は大手エステティックサロンの倒産が要因となり、女性からの相談が急増し、男性からの相談件数を上回りました。その後は、男女とも相談件数が増え、男女の差はあまりみられません。

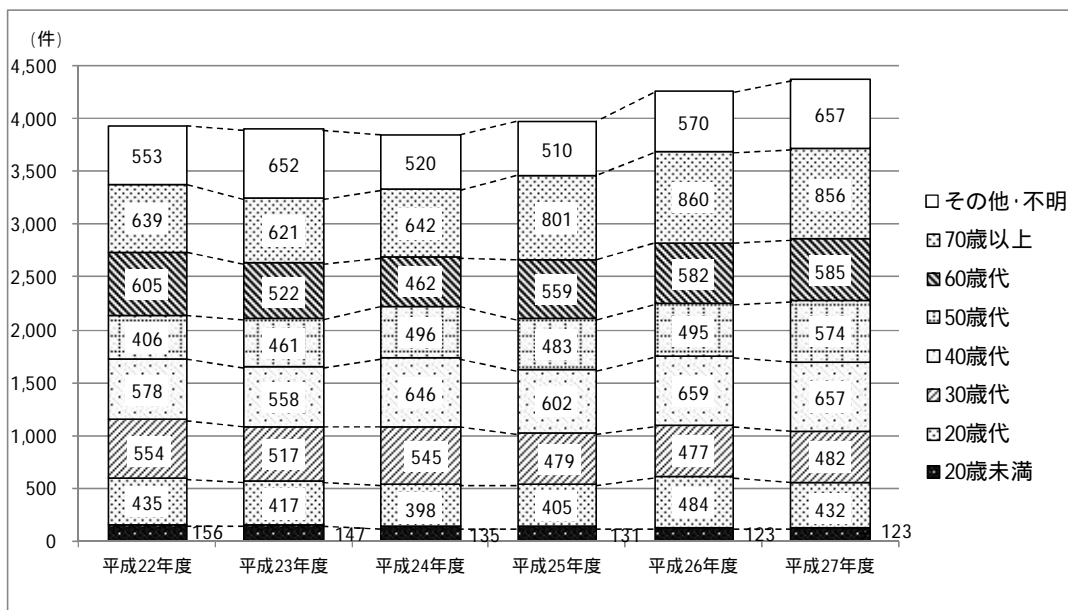


< 年代別 >

年代別の相談件数の推移をみると、全体としては40歳代以上で増加傾向となっておりますが、平成25、26年度は60歳代・70歳以上が急激に増加し、27年度では高止まりしたものの、両年代で24年度に比べると30.5%増加しています。

また、70歳以上の全体（その他・不明を除く）との比率は、25年度で23.2%、26年度で23.4%、27年度は23.1%（24年度19.3%）と増加しています。

さらに、65歳以上で相談件数を抽出すると、平成27年度の全体（同）との比率は30.5%となります。同年の65歳以上の人口比率は25.2%であり、二つの比率を比較すると、高齢者が悪質業者から狙われている実態が見えてきます。

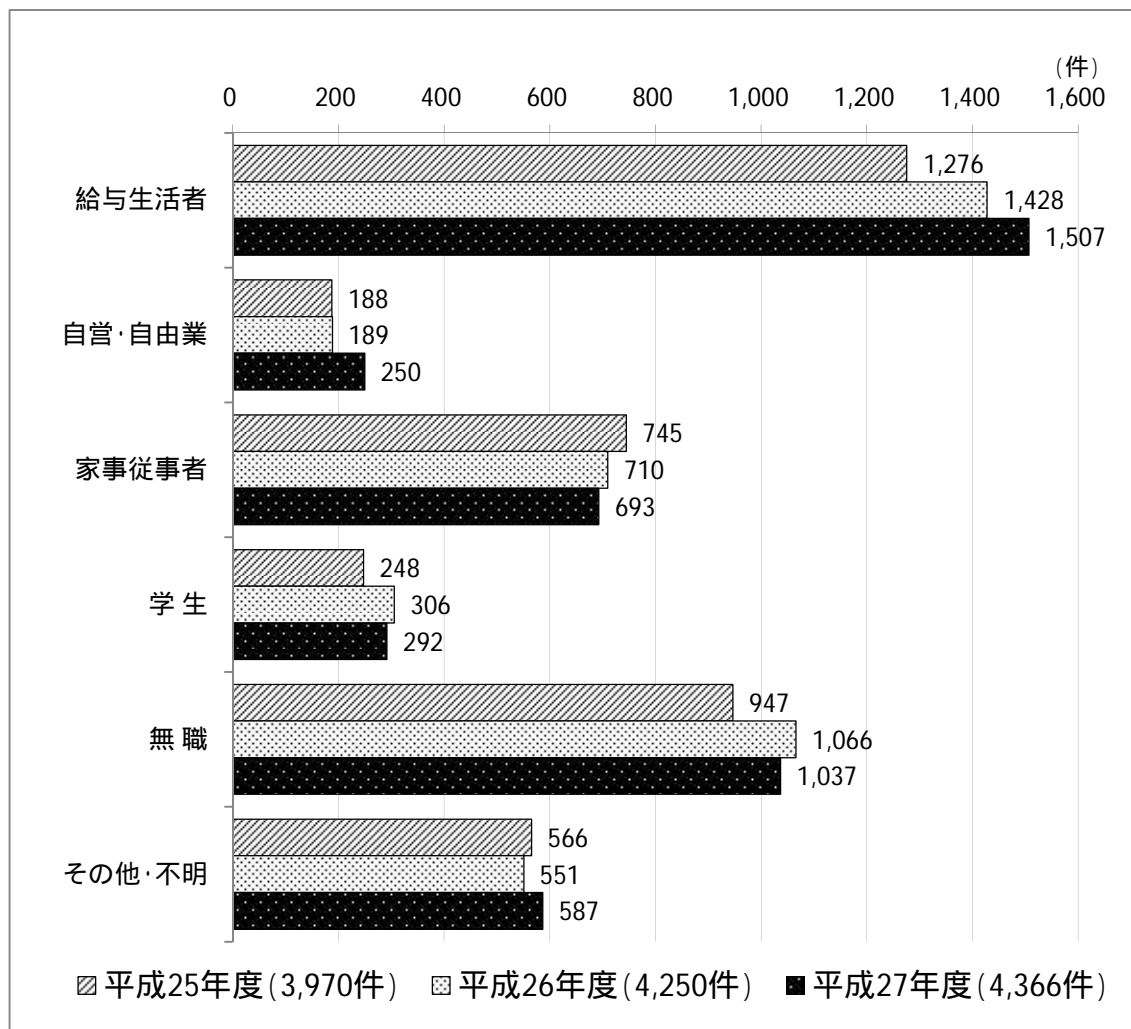


第1部 計画策定にあたって

< 契約当事者の職業別 >

契約当事者の職業別では給与生活者の相談件数が最も多く増加が続き、無職の相談が次に多く高止まりしています。

また、近年では家事従事者の相談件数が減少し、学生や無職の相談件数がやや増加しています。

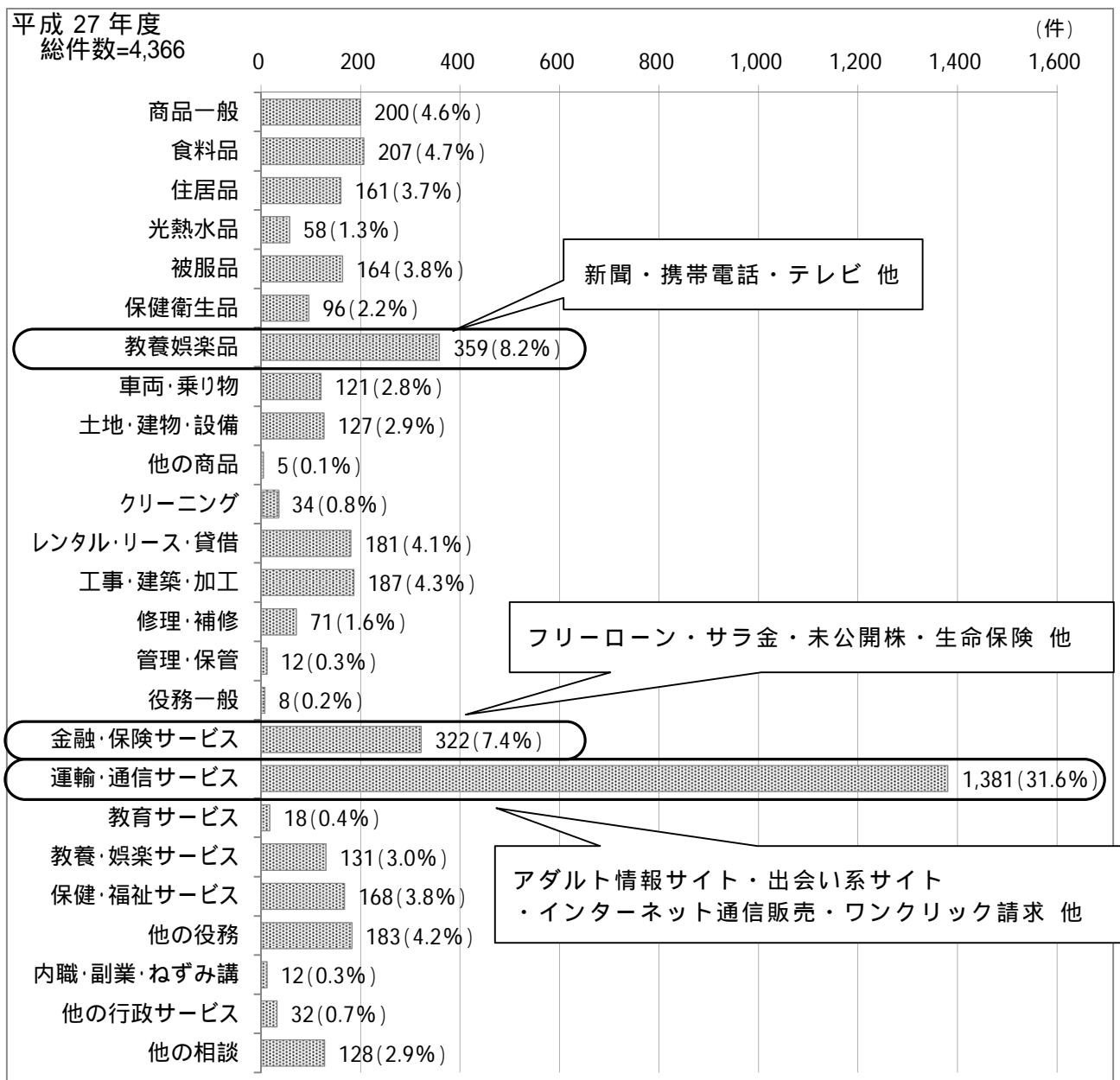


家事従事者や年金受給者であっても、アルバイトやパートに従事している場合は「給与生活者」として区分しています。

(3) 相談内容の詳細

<平成27年度商品・役務別相談件数>

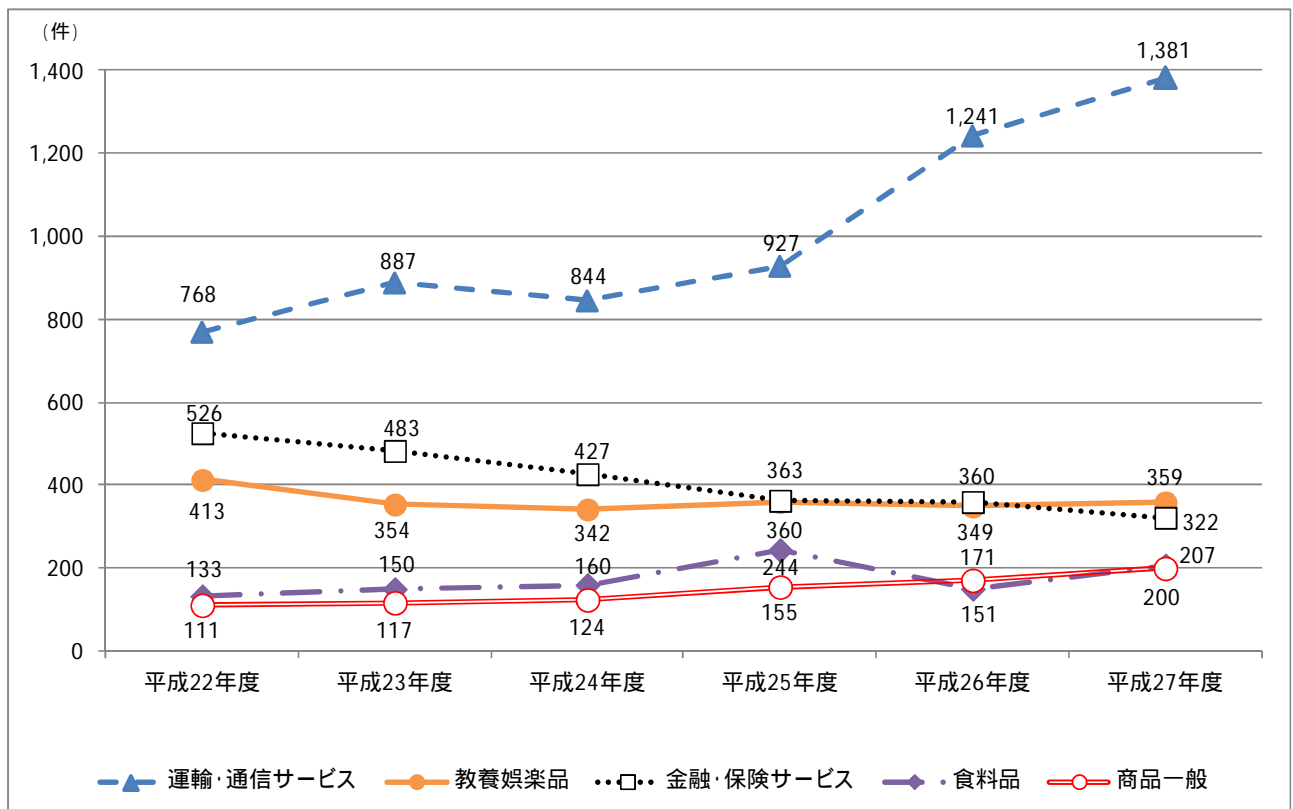
平成27年度の相談内容を全国消費生活情報ネットワーク・システム(*3)の分類に基づく商品・役務別にみると、アダルト情報サイト・出会い系サイト・インターネット通販などを含む「運輸・通信サービス」が1,381件(全体の31.6%)と最も多くなっています。この他では、新聞・携帯電話機などの販売を含む「教養娯楽品」(同8.2%)、フリーローン・サラ金などの金融商品を含む「金融・保険サービス」(同7.4%)が300件台で続いています。



第1部 計画策定にあたって

<主な商品・役務別相談件数の推移>

平成22～27年度の相談内容を全国消費生活情報ネットワーク・システムの分類に基づく商品・役務別にみると、アダルト情報サイト・出会い系サイト・インターネット通販などを含む「運輸・通信サービス」が各年度とも最上位に位置し、26年度・27年度は、「運輸・通信サービス」の件数の増加が全体件数の増加の主な要因と考えられます。また、他の上位5位の中では、新聞・携帯電話機などの販売を含む「教養娯楽品」、「食糧品」及び「商品一般」は横ばいの状態ですが、フリーローン・サラ金などの金融商品を含む「金融・保険サービス」の件数が継続的に減少していることがわかります。



全国消費生活情報ネットワーク・システムの分類による

< 契約当事者年代別の商品・役務分類上位項目 - 平成 27 年度 >

平成 27 年度の相談内容を年代別にみると、全ての年代で、「運輸・通信サービス」のうちテレビショッピングなどを含む「放送・コンテンツ等」が最上位にあり、年代を超えて便利さの反面、消費生活相談に至るケースが増えていることがわかります。

また、50 歳代以上で上位にあがっている「工事・建築・加工」は、点検商法の被害が原因の一つと考えられます。

		商品・役務件数上位項目		
		1 位	2 位	3 位
契約当事者の年代	20歳未満	放送・コンテンツ等 (運輸・通信サービス)	健康食品 (食料品)	インターネット通信サービス (運輸・通信サービス)
	件数	64件	7件	6件
	20歳代	放送・コンテンツ等 (運輸・通信サービス)	インターネット通信サービス (運輸・通信サービス)	教室・講座 (教養・娯楽サービス)
	件数	112件	38件	26件
	30歳代	放送・コンテンツ等 (運輸・通信サービス)	レンタル・リース・賃借 (レンタル・リース・賃借)	融資サービス (金融・保険サービス)
	件数	117件	40件	22件
	40歳代	放送・コンテンツ等 (運輸・通信サービス)	レンタル・リース・賃借 (レンタル・リース・賃借)	インターネット通信サービス (運輸・通信サービス)
	件数	187件	36件	33件
	50歳代	放送・コンテンツ等 (運輸・通信サービス)	融資サービス (金融・保険サービス)	工事・建築・加工 (工事・建築・加工)
	件数	150件	24件	23件
	60歳代	放送・コンテンツ等 (運輸・通信サービス)	商品一般 (商品一般)	工事・建築・加工 (工事・建築・加工)
	件数	147件	34件	30件
70歳以上	放送・コンテンツ等 (運輸・通信サービス)	工事・建築・加工 (工事・建築・加工)	商品一般 (商品一般)	
件数	124件	65件	52件	

50 歳代の第 3 位は「インターネット通信サービス」も同数（23 件）

年代不明者の相談件数については表示から除外

(参考) 【中分類項目の概要】

放送・コンテンツ等 (運輸・通信サービス)

アダルト情報サイト・出会い系サイト・オンラインゲームなど

インターネット通信サービス (運輸・通信サービス)

インターネット接続回線・インターネット通信関連サービス

融資サービス(金融・保険サービス)

消費者ローン・住宅ローン・自動車ローン

レンタル・リース・賃借(レンタル・リース・賃借)

商品の賃貸借

工事・建築・加工(工事・建築・加工)

不動産・動産の請負工事など

教室・講座(教養・娯楽サービス)

料理教室・外国語教室・パソコン教室・資格講座など

商品一般(商品一般)

分類を特定できない、特定する必要のない相談

健康食品(食料品)

健康食品

2 人口等の推移と見通し

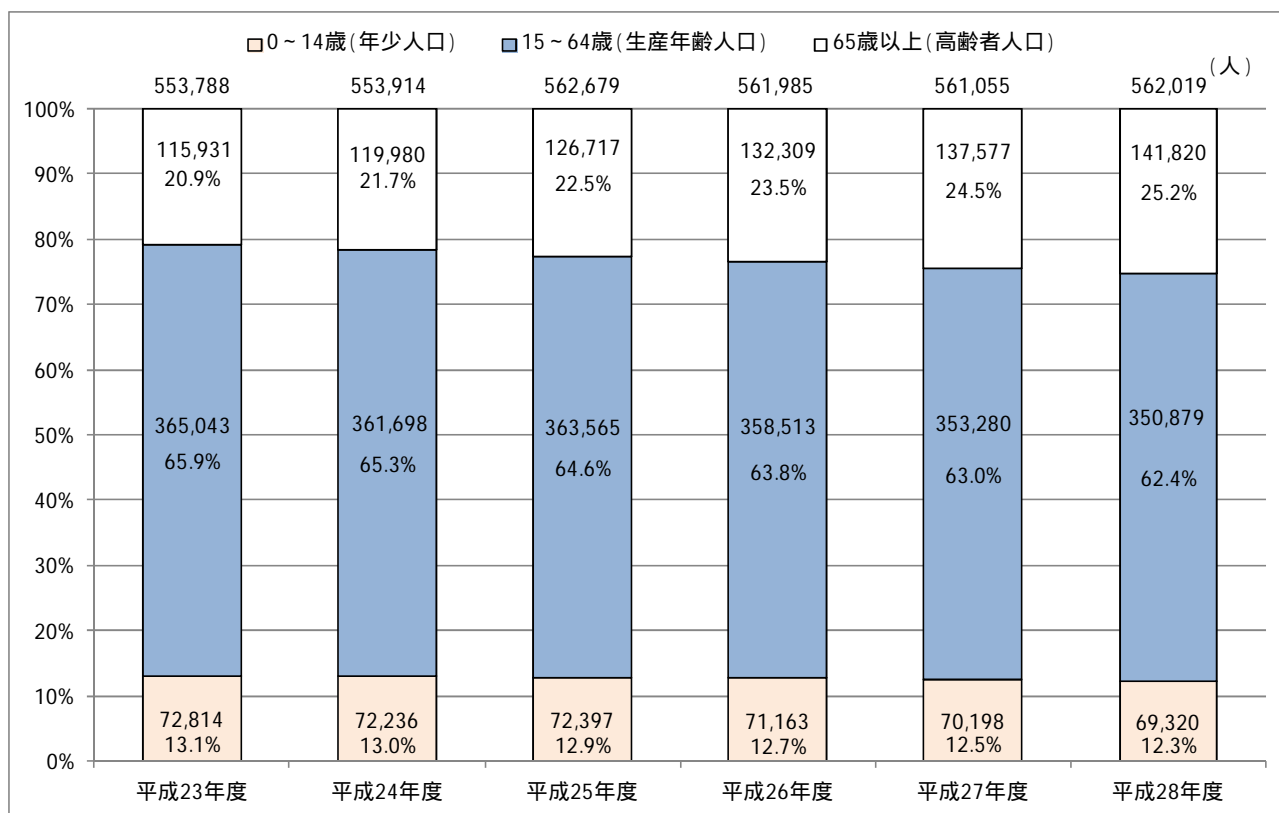
(1) 八王子市の人口の推移

< 人口の推移(年齢3区分) >

本市の人口はここ数年 56 万人を超えるところで推移しています。

年齢3区分別でみると高齢者人口が増加傾向にあり、28 年度には全体比 25% を超えて、「超高齢社会」が進展しています。

< 市の総人口に占める年齢3区分の割合の推移 >



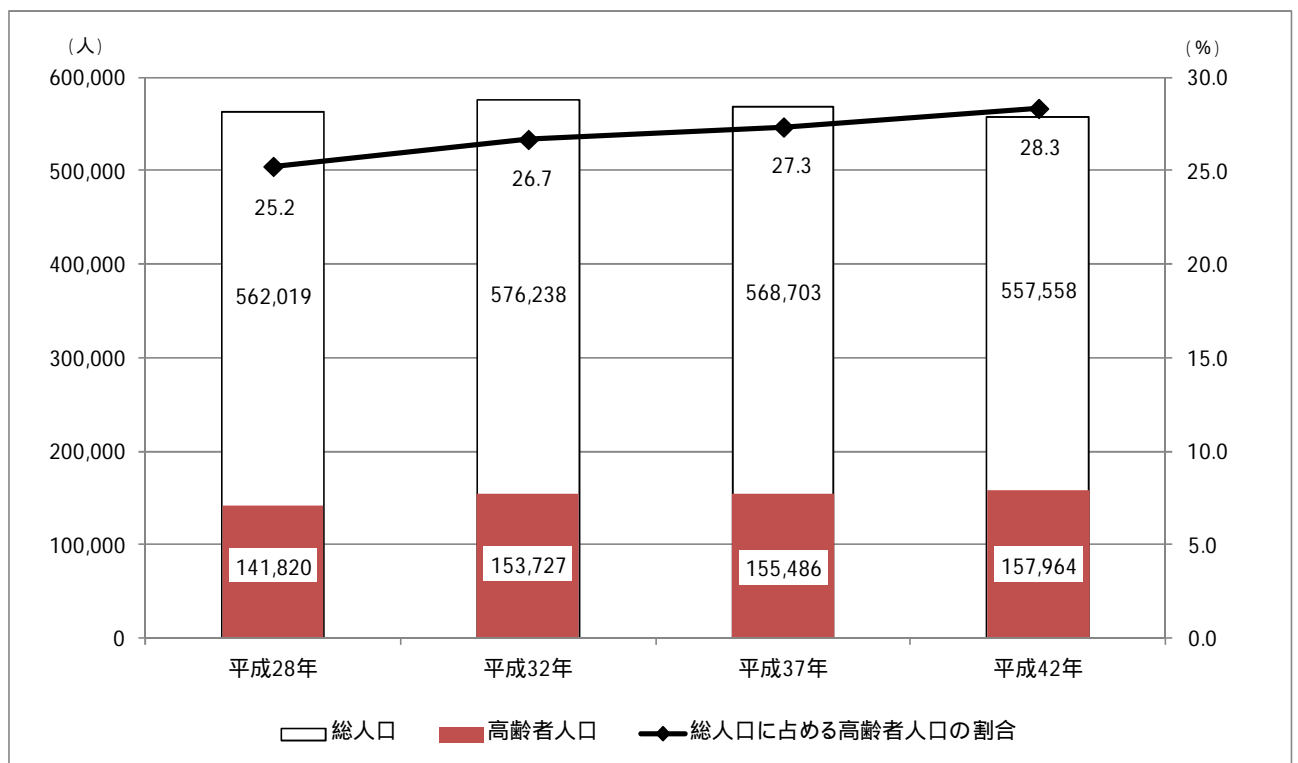
平成 24 年度までは外国人住民を含まない
(住民基本台帳より 年齢不詳者を除く)

(2)人口の見通し

< 将来人口の推計 >

本市の平成42年度までの将来人口の推計によると、市の全体の人口は緩やかな増減を示し、平成28年度以降はおよそ56～57万人台で推移しますが、そのうち高齢者の人口は、平成28年度～平成42年度までの15年間で約1万6千人増加し、高齢化率は28.3%に達すると推測され、超高齢社会の進行はますます強まると推定されます。

また、上記高齢化率の高まりは、60歳代・70歳以上の相談件数の増加傾向（9ページのグラフ参照）に拍車をかけることになりかねず、消費者トラブル防止に向けてのこれまで以上の対策を講ずる必要があると思われます。

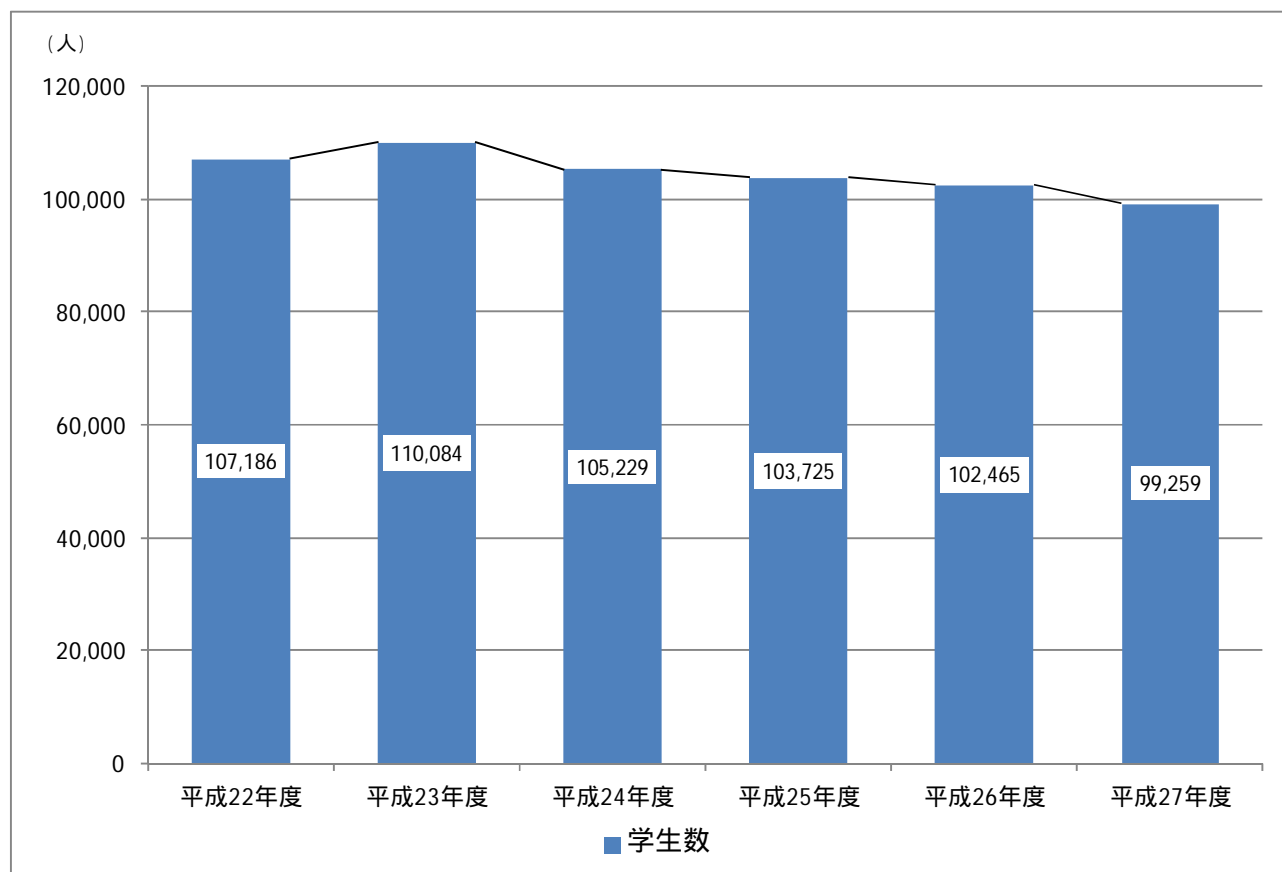


資料：「八王子市まち・ひと・しごと創生総合戦略」

(3) 八王子キャンパス内学生数の推移

八王子市には21の大学等(大学・短期大学・高専)があり、多くの学生が学んでいる、全国でも有数の学園都市で八王子キャンパス内の学生数の推移をみると、各年度10万人前後で推移しています。

一方、過去5か年の学生の平均相談数は年278件で、入学直後に消費トラブルに巻き込まれることが多いので、時宜を得た、適切な啓発活動が必要と思われます。



各年度5月1日現在 学園都市文化課調べ

3 アンケート調査結果のまとめと考察

消費者教育の実施状況や消費生活問題のニーズ等について伺い、「第2期消費生活基本計画」及び「八王子市消費者教育推進計画」検討の際の基礎資料とするために、事前に調査を実施しました。

< 調査概要 >

調査名	調査対象
学校調査	【調査対象】市内の小学校、中学校、高等学校 【調査方法】アンケート票を学校へ配付、自記式 【回収結果】135 / 147 校 (91.8%)
大学生調査	【調査対象】市内の大学に通う大学生 【調査方法】アンケート票を大学構内にて配布・回収 自記式 【回収結果】417/574 人 (72.6%)

小中、中高一貫校は一校とせず、該当する小学校、中学校、高等学校それぞれを対象として実施しています。

(1) 学校調査 結果概要

< 調査結果 >

【消費者教育実施状況】

小学校高学年以降、中学・高校の各学年において、年に数回、家庭科の中で行なっている学校が多くなっています。一方で、小学校の低学年、中学年での取り組みや、教科・領域以外での取り組みはあまり実施されていません。

外部講座の活用は少ないですが、実施された講座については良好な感想が多くなっています。

外部講座未利用の理由には、「情報不足」や「時間のなさ」を理由とするものが多く、「必要がない」という理由は極少数です。また、外部講座を利用した感想は肯定的なものが多数を占めています。

消費者教育を推進するためには「実践事例の紹介」や「児童・生徒向け教材の配布・作成」を求める声が多くなっています。

【教材やテーマについて】

希望する教材やテーマは、「DVD等映像の教材」による「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブルについての教材」への要望が特に多くなっています。

【施策要望】

市への要望として、「消費者教育・啓発の充実」は最も多くあげられており、消費

者教育推進の必要性は共通認識となっています。

< 調査結果の考察 >

小学校では、高学年での取り組みが中心となっており、各学年の発達段階に応じた体系的な取り組みが必要です。また、「教材不足」の課題を解決するために、学年やテーマにあったものを選びやすいよう、国や東京都、各団体が作成している教材の情報提供や、教育委員会、教員と連携し、学校現場のニーズに応じた教材開発も必要です。

専門的な知識や事例を紹介できる外部講座は有効ですが、まだ十分に利用はされていません。利用した学校の感想は好評で、課題の上位に「指導者や講師となる人材の情報がえられない」があることから、教育委員会と連携し、外部講座のプログラムや申込み方法等、教員の目につきやすい場や方法での周知が必要です。

市への要望としては「消費者教育・啓発の充実」が最も多く、消費者教育推進の必要性は共通認識されています。

(2) 大学生調査 結果概要

< 調査結果 >

【消費生活問題への関心】

関心のある消費生活問題は、「食品の安全性」と「インターネット・スマートフォン（携帯電話を含む）等通信に関するトラブルについて」が多く、実際、この1年間のインターネットを使った商品、サービス、デジタルコンテンツ等の購入経験のある人は8割に上ります。

この1年間に何らかの消費生活トラブルにあった人は1割強、その原因形態は「通信販売（カタログ、テレビ、インターネット等で購入した）」が多くなっています。一方で、消費生活トラブルにあった後にも「大した被害ではない」、「相談するのが面倒」といった理由や「自分にも責任がある」との理由から「何もしなかった」人が多くなっています。

【消費生活センターの認知状況】

東京都消費生活センター（東京都消費生活総合センター）や八王子市消費生活センターの認知は2割程度です。また、消費生活センター等を知ったきっかけは「学校で教わった」が最も多くなっています。

【受けたことのある消費者教育】

これまでに消費者教育（啓発を含む）を受けたことがある人は4割程度、消費者教育を受けた機会は、「小中学校、高等学校の授業」や「課外授業・特別授業・見学など」が多くを占めています。

「消費者自身が知識を身に付けて、トラブルにあわないように注意する」ことが、消費生活トラブルにあわないために必要であるという認識を多くの人が持っています。

【施策要望】

市への要望として、「悪質事業者の取締の強化」、「消費者教育・啓発の充実」、「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」の3項目が多くなっています。

< 調査結果の考察 >

インターネットやスマートフォンを利用した購入が日常的なものとなったことで、それに伴うリスクや、被害にあった際に相談する場（消費生活センター）の啓発・周知が必要です。

消費者トラブルにあわないために必要であることは「消費者自身が知識を身に付けて、トラブルにあわないように注意する」が最も多く、また、トラブルにあった場合も「自分にも責任があると思ったから」という理由で何もしなかった学生が多いことから、消費生活に自らの責任を意識していることが見られます。

市への要望も「消費者教育・啓発の充実」が上位であり、「自分で考え、自ら行動する」自立した消費者になるための消費者教育が必要です。

4 第1期消費生活基本計画の取り組みと今後の課題

第1期消費生活基本計画は、以下の施策に重点的に取り組んでいます。

(1)安全・安心な消費生活の確保

これまでの取り組み

平成25年度に社会福祉協議会の権利擁護事業が「成年後見・あんしんサポートセンター八王子」として組織化されました。ここでは成年後見制度講演会や学習会などが開催され、権利擁護の周知を行っています。

「高齢者見守り講座」は、平成25年度からは地域包括支援センターと連携して実施しています。さらに平成26年度からは福祉政策課との連携により、民生・児童委員を対象に実施し、高齢者に悪質商法防止のための情報が届くよう連携強化を図っています。

平成25年度に八王子市消費者団体連絡会が設置され、連絡会議を開催し情報の共有や連携の基盤づくりに努めています。また、平成25年度には商店街空白地帯であったニュータウン地区で新たに3商店街が組織され、地域コミュニティの核となり、安心できる消費生活環境が整いました。

安全確保に向けた取り組みとして、製品安全4法・家庭用品品質表示法に基づく立入検査及び計量法に基づく定期検査・立入検査を毎年度計画的に行っています。また、食の安全に関しては事業者向け更新講習会を開催しています。

防犯対策連絡会において市内三警察署と連携し、タイムリーに情報を共有できる体制を整えてきました。警察や市民からの情報をもとに、振り込め詐欺や還付金詐欺の電話が市民宅に多数かかってきた際には、メール配信やホームページで注意喚起を行うとともに、安全パトロールカーでの広報を実施しています。

出張相談会、パネル展、消費生活フェスティバル、消費生活ニュース及び出前講座などで随時、悪質な具体事例を紹介しています。また、出前講座で民間施設に出向いた際には啓発パンフレットなどを配付し、情報提供を行っています。

大学においては、新入生ガイダンス、大学への出前講座により情報提供を行うとともに、市内大学の在學生と協働して啓発物品を作成・配布するなど消費者教育に取り組むことができました。また、大学コンソーシアム八王子を通じ、大学教職員向け消費者教育研修会を開催し、大学での消費者教育へ向けた大きな一歩を踏み出しています。

外国人に対する情報提供については、「在住外国人サポートデスク」や「外国人のための無料専門家相談会」など、何かトラブルが発生した時の相談窓口を設置しています。平成26年度からは、多言語ホームページや八王子国際協会を通じて消費者トラブルに関する情報提供も行っています。

今後の課題

- ・ 高齢者の安心・安全基盤づくりとして「高齢者見守り講座」は有効であり、情報の鮮度を保つよう今後も継続して取り組んでいく必要があります。また、さらに範囲を拡大し、社会福祉士や介護福祉士などの専門職、町会や自治会へも拡大していくことが求められています。
- ・ 高齢者向けの基盤整備が進む一方で、障害者、子ども、事業者に対する施策や連携方策が弱いため、次期計画においては重点的に取り組む必要があります。その際、障害者分野においても高齢者分野での取り組みをモデルとして、民生・児童委員、障害者相談員、ヘルパーなど、日ごろ障害のある方に接している人を通じた取り組みの強化が必要です。
- ・ 消費者団体数や連絡会の開催回数は増加していますが、商店会や商工会議所との連携した事業者指導などにはまだまだ改善の余地があります。既存の商店街の組織力強化に取り組むとともに、商店街を中心に地域課題解決に向けた取り組みを行うなど、関係機関とのネットワークづくりを継続するとともにさらに拡大・強化を図っていく必要があります。
- ・ 消費生活に関する情報は日々更新されているため、情報提供は継続して実施することが必要です。
- ・ 大学に対しては学生の消費者教育についての意識づけを継続していく必要があります。また、SNSの活用など大学生以外の若年層に着目した取り組みを進める必要があります。
- ・ 外国人からの相談件数も近年増加傾向にあり、対応体制を確保していくことが課題です。

(2)消費者教育の充実

これまでの取り組み

平成25年度に児童館連携事業として「子どもシティ」を実施するなど、地域での消費者教育を行っています。

学校教育においては、学校における消費者教育の重要性を受けて、改定された学習指導要領に基づき児童・生徒への消費者教育の取り組みが行われています。平成25年度に小学校2校で消費生活センターの出前講座を実施しました。

地域に向けた消費者教育としては、講座やイベントを通じて消費生活に関して学習する機会を提供するとともに、公民館（学習支援課）が行う講座に消費生活センター職員が出向き情報提供を行うことで、生涯学習講座のなかで消費者教育を実施しています。また、出前講座で民間施設に出向いた際に啓発パンフレットなどを配付し、情報提供を行っています。

今後の課題

- ・ 消費者教育推進に向けては、引き続き高齢者や障害者に対する個々の取り組みを進めるとともに、より詳細に、幼児から高齢者までライフステージ全体を網羅した体系的な消費者教育を推進していく必要があります。
- ・ 特に幼少期からの教育は重要な役割を果たしており、保育所・幼稚園、学校、児童館などへの消費者教育、さらに保護者をターゲットとした講座やPTA、学童保育所や学校の総合教育への働きかけなどを丁寧に行っていく必要があります。
- ・ 消費者教育の推進役として消費生活センターを位置づけ、消費者教育の重要性や「消費者市民社会(*2)」そのものについての啓発も行っていくことも課題となります

(3) 消費者被害の未然防止・救済

これまでの取り組み

若者・高齢者特別相談、多重債務特別相談、パネル展、消費生活フェスティバル、消費生活ニュース及び出前講座などにおける悪質な具体事例の紹介のほか、「消費生活ニュース」などをホームページに掲載し、消費者被害に関する注意喚起を行っています。

相談対応としては、消費生活相談員が多様な相談に適切に対応し、被害の拡大防止、早期解決に努めるとともに若者・高齢者特別相談、多重債務特別相談を実施しています。

多重債務問題に関しては、庁内連絡会を開催し、市役所内の連携の重要性を意識つけてきました。弁護士による専門的・法律的な判断が必要な相談にも対応するとともに、東京都と連携して多重債務などの特別相談を行っています。

警察や市民からの情報をもとに、メール配信やホームページで振り込め詐欺等の注意喚起を行うと同時に、振り込め詐欺や還付金詐欺の電話が市民宅に多数かかってきた際には、注意喚起の広報を安全パトロールカーで実施しています。

相談対応の質を維持・向上させるため、国民生活センターや東京都が主催する研修に相談員が参加し最新の情報を得ています。また、研修内容を消費生活センター内で共有することによって、センター全体のレベルアップを図っています。

今後の課題

- ・ 全国的な統計によれば、消費者トラブルの被害者のうち、消費生活センターに相談している方は3%程度に過ぎず、まず相談してもらい、相談以前の問い合わせレベルでも知らせてもらい、その情報をもとに更なる防止に向けた取り組みと啓発につなげていくことが重要です。
- ・ 消費者の「消費者被害の相談は消費生活センターへ」という意識づけを強めるとともに、新しい消費者トラブルの情報をより早く把握できるよう、消費生活センターの情報感度を高める必要があります。

第2部

計画の重要課題と体系

第1章 重要課題

計画の理念を達成するため、以下の3点を重要課題に設定し施策を推進します。

重要課題1 消費生活の環境基盤整備

市民が消費に関して不安を抱くことなく、消費生活を安心して送ることができるよう、関係機関との連携を深めるとともに、地域の多様な機関・団体との連携を強化し、地域で支え合うことができるネットワークづくりを進めます。また、消費者の不安の解消、消費者トラブルの回避につながる有益な情報を多様な機会を活用して提供するとともに、適正表示、適正取引の確保に向けて事業者との連携のもとに安心できる市内消費環境の整備に取り組みます。

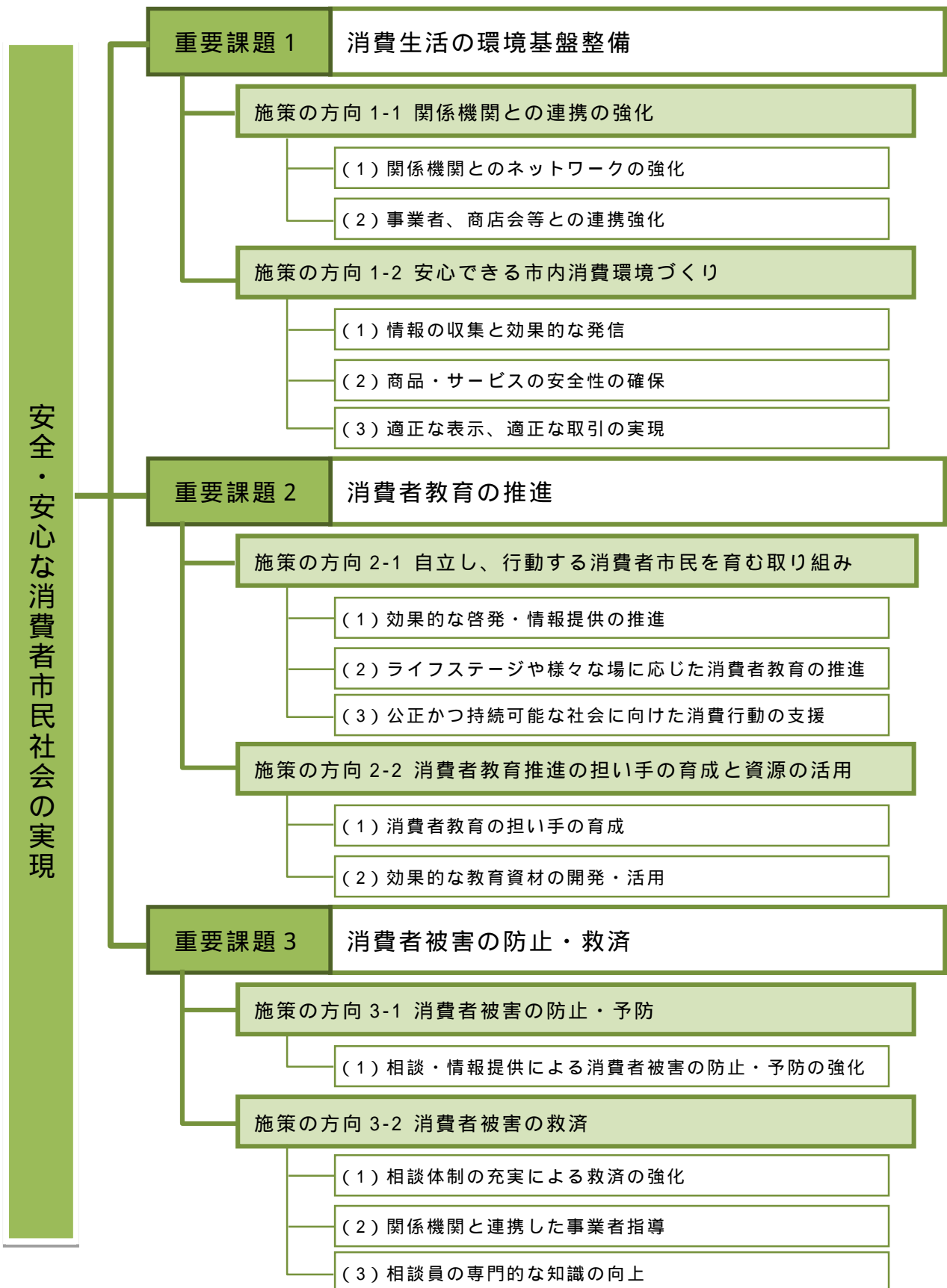
重要課題2 消費者教育の推進

消費者市民社会の形成とは、公正かつ持続可能な社会に向け、一人ひとりの消費者が自ら考え主体的に行動できるようになることであり、そのためには生涯にわたる消費者教育の充実を図ることが求められます。幼児期から高齢期までのライフステージに応じた効果的な消費者教育が体系的に行われるよう、学習機会の提供とともに、その担い手の育成等に取り組みます。また本市では大学生を中心とした若者や高齢者の消費生活相談が多いことなどから、これらの特性も考慮した効果的な消費者教育を推進していきます。

重要課題3 消費者被害の防止・救済

複雑化・多様化する消費者被害を未然に防止することは、安全・安心な消費生活の前提となるものです。また、消費者トラブルにあった場合には、迅速に被害の回復に向けて支援することが求められます。消費生活センターを中心に、消費者トラブルに関する迅速な情報提供や相談の充実を図るとともに、気軽に相談できる相談体制の充実に努めます。また、悪質な事業者に対しては、関係機関との連携のもと、事業者名の公表などの指導を行います。

第2章 計画の体系



第3章 施策の展開

重要課題 1 消費生活の環境基盤整備

目標設定	「八王子市消費者団体連絡会」の加盟団体数	現状 (平成27年度)	平成33年度
		4団体	8団体

施策の方向 1 - 1 関係機関との連携の強化

市役所内のみならず、国や東京都などの関係機関との連携の強化、町会・自治会、商店会、商工会議所などの地域との連携強化に努め、互いに支え合うネットワークづくりを進めます。また、中核市移行に伴い権限移譲された計量業務を実施することにより、市内事業者との情報交換をはじめとする密接な関係を築き、連携の強化を図ります。

(1) 関係機関とのネットワークの強化

NO	事業名	主な取り組み	所管課名
1	市役所内ネットワークの強化	総合的な取り組みができるように、市役所内関係部署などが横断的に連携し、ネットワークの強化を図り、消費生活の基盤整備を推進します。多重債務者問題などのトピックスをテーマとした市役所内研修や連絡会を開催することで、関係部署相互の理解と連携を促進します。	消費生活センター
2	地域のネットワークづくり	地域のコミュニティ機能のさらなる向上を目指し、警察、町会・自治会、商店会、商工会議所、民生委員児童委員協議会、地域包括支援センターなどのネットワークづくりに取り組みます。	消費生活センター
3	消費者団体への支援	安全・安心な消費生活が実現できるように、八王子市消費者団体連絡会を中心に、情報交換や地域の消費者団体などへの活動支援・連携強化を図ります。	消費生活センター
4	警察との連携強化	悪質商法や詐欺などに対しては、警察など関係機関と連携強化を図ります。	消費生活センター 防犯課

第2部 計画の重要課題と体系

(2) 事業者、商店会等との連携強化

NO	事業名	主な取り組み	所管課名
1	商店街活性化の推進	地域での買い物の環境が充実することで、商店街が地域コミュニティの核としての役割を果たし、互いに顔のみえる安心できる消費生活の環境が促進できるよう、地域商店街の活性化を推進します。	産業政策課
2	事業者指導の実施	食の安全に関する知識と理解の推進として、許可更新時における事業者向けの講習会や実務者講習会を通じて、食中毒防止、食品の取り扱い、食の安全に関する情報提供と指導を実施します。	生活衛生課
3	事業者への啓発	商店会や商工会議所とも連携し、事業者に対して、法令遵守、消費者への適切な情報提供について啓発を行います。	消費生活センター
4	商店会、商工会議所との連携	商店会や商工会議所など、地域の経済団体の実施するイベントに参加し、消費者に身近なところで消費生活センターや消費生活に関する様々な情報を提供していきます。	消費生活センター 産業政策課
5	計量業務を通じての事業者との連携	中核市移行で権限委譲された「計量業務」を実施する機会を利用して、個人営業店を含めた事業者への情報提供及び情報収集を積極的に行い連携の強化を図ります。	消費生活センター

施策の方向 1 - 2 安心できる市内消費環境づくり

消費生活の安定向上を図る情報について、関係機関との連携のもとに、市広報・ホームページなどで迅速に提供していく他、各種イベントなどの多様な機会を活用し分かりやすく適切に伝えます。また、商品やサービス等の安全性を確保するため、市民や事業者に対する講習会や相談会等を開催するとともに、法律に基づく様々な立入検査等を実施します。

(1) 情報の収集と効果的な発信

NO	事業名	主な取り組み	所管課名
1	事故情報などの迅速な提供	商品の重大事故などが発生した場合は、消費者庁をはじめ関係機関と連携し、市民への迅速な情報提供を行います。	消費生活センター
2	市民への安全情報の提供	商品やサービスの安全性について、国や東京都など関係機関と連携して、適宜ホームページ等により情報提供を行うとともに、消費生活講座などを通じて市民に情報提供を行います。	消費生活センター

NO	事業名	主な取り組み	所管課名
3	関係機関との情報共有	消費者庁、(独)国民生活センター、東京都消費生活総合センター、警察などの関係機関への迅速な情報提供や相談に関する連携が悪徳商法などへの対応には不可欠なため、各機関との連携を緊密にし、適切かつ迅速な情報提供を行います。	消費生活センター
4	知識の普及・啓発	消費生活啓発推進委員と共に消費者の消費生活に関する知識の普及に取り組みます。	消費生活センター
5	消費生活ニュース、くらしのレポートの発行	定期的に「消費生活ニュース」、「くらしのレポート」の発行を行い、消費生活に関する情報を提供します。	消費生活センター

(2) 商品・サービスの安全性の確保

NO	事業名	主な取り組み	所管課名
1	食の安全確保と情報提供	食品衛生法に基づく必要な食品検査を実施し、食の安全確保に取り組みます。また、市民や事業者に対する講習会や講座、広報などを通して食の安全・安心に関する知識と理解の促進を図ります。	生活衛生課
2	住まいの相談会の実施	住まいの安全を確保するために、木造住宅の耐震診断、増改築や修繕などの相談会を実施します。	住宅政策課

(3) 適正な表示、適正な取引の実現

NO	事業名	主な取り組み	所管課名
1	商品の表示に関する検査・指導の実施	製品安全4法及び家庭用品品質表示法に基づく立入検査と必要に応じて表示の指導を行います。立入時には事業者への啓発として、表示に関する冊子の配付や販売時の法的責務の再確認などを行います。	消費生活センター
2	適正な計量に関する検査・指導の実施	中核市移行に伴い権限移譲された計量業務に関して、商店や事業所において取引等に使用するはかりの定期検査、商品量目立入検査等を行います。また、様々な媒体により、適正な計量の重要性に関する啓発や情報提供を行います。	消費生活センター

重要課題 2 消費者教育の推進

目標設定	様々な研修・講座の受講者数	現状 (平成 27 年度)	平成 33 年度
		1,426 人	2,500 人

施策の方向 2 - 1 自立し、行動する消費者市民を育む取り組み

消費者が自立して合理的な判断のもとに行動できるよう、商品や取引等に関する正しい情報を効果的に提供していきます。また、児童・生徒、大学生、若者、高齢者などに向け、ライフステージや様々な場に応じた消費者教育を推進すると共に、自らの消費活動が、社会や環境に影響を及ぼす可能性があることを自覚し、公正かつ持続可能な社会の実現に向けた行動ができるよう支援していきます。

(1) 効果的な啓発・情報提供の推進

NO	事業名	主な取り組み	所管課名
1	多様な形態での情報提供	市広報・ホームページ、テレメディア、消費生活ニュース、くらしのレポートなどの多様な情報媒体を活用し、消費者及び事業者に分かりやすく、適切な情報を伝えます。また、若者を中心に普及している SNS の活用など、効果的で迅速な情報提供に取り組みます。	消費生活センター
2	専門的な講座の実施	(独)国民生活センター、東京都金融広報委員会など専門的な知識をもった関係機関と連携して消費者教育に関する講座を実施します。	消費生活センター
3	出前講座などの啓発活動の推進	消費者トラブルを回避するために、出前講座やパネル展・消費生活フェスティバルといったイベントなどの様々な機会、効果的な啓発活動を推進します。	消費生活センター
4	民間施設への啓発冊子の配備	情報が得にくい高齢者が消費者被害などの情報を把握しやすいように公の施設だけでなく、民間の施設への啓発冊子の配備などを推進します。	消費生活センター

(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

NO	事業名	主な取り組み	所管課名
1	幼児・保護者等の消費者教育	幼稚園・保育所での日々の教育・保育の実践の中での取り組みのほか、できるだけ早い時期から幼児とその保護者が、自らの安全を守る知識を身に付けられるよう、子育て中の保護者が集まるイベント等で消費者教育を行います。	消費生活センター 保育幼稚園課
2	学校教育における消費者教育	小さい頃から消費に対する関心を高めていくために、学習指導要領などに基づき、社会科(生産から販売の消費生活の様子)、家庭科(物や金銭の使い方と買い物)をはじめ、幅広い領域において消費者教育を実施します。	消費生活センター 指導課
3	大学と連携した消費者教育	学生を中心とした若者に効果的に情報提供を行うために、大学コンソーシアム八王子とも協力し、学生や大学関係者への情報提供と消費者教育機会の提供を推進します。	消費生活センター 学園都市文化課
4	高齢者への効果的な情報提供	消費者被害にあうリスクの高い高齢者に対して安心して消費生活を送ることができるように、高齢者に日ごろ接している関係機関に向けた見守り講座を開催するなど、効果的に情報提供ができるように取り組んでいきます。	消費生活センター 福祉政策課 高齢者福祉課
5	障害者への効果的な情報提供	障害者が安心して消費生活を送ることができるように社会福祉施設や福祉サービス提供事業者など、地域の福祉関係機関に向けた見守り講座を開催するなど、効果的に情報提供ができるように取り組んでいきます。	消費生活センター 障害者福祉課
6	外国人市民を対象とした消費者トラブル防止の啓発	外国人市民を対象に消費者トラブル防止の啓発活動、多言語のホームページや八王子国際協会等を通じた消費者トラブルに関する情報提供を行います。	消費生活センター 多文化共生推進課
7	地域活動団体等への学習支援	地域で活動する団体や児童館などの地域活動拠点に向け、消費者教育に関する学習活動の支援を行います。また、市民のニーズにあった消費生活講座や出前講座を実施し、消費生活に関する意識を高める学習機会を提供します。	消費生活センター 児童青少年課 生涯学習政策課

第2部 計画の重要課題と体系

(3) 公正かつ持続可能な社会に向けた消費行動の支援

NO	事業名	主な取り組み	所管課名
1	食育と地産地消の推進	第2期八王子市食育推進計画に基づき、乳幼児から高齢者まですべてのライフステージを対象に、地域一体となった取り組みを進めます。また、新鮮・安全・安心な農産物を提供する「地産地消」を推進します。	健康政策課 農林課
2	小中学校における食育の推進	小中学校においては、食育リーダーを中心とした食育推進体制を組織し、食に関する指導の全体計画や年間指導計画の作成、授業改善を支援するなど、各教科・領域、給食・給食時間を通して、食育を実践します。	指導課 保健給食課
3	環境に配慮した消費行動	環境に配慮した消費行動を推進するため、環境フェスティバルをはじめとする環境関連の各種イベント、講座を実施します。また、ごみの減量、リサイクルを推進するため、ダンボールコンポスト講習会や各種啓発活動、イベントなどを実施します。	環境政策課 ごみ減量対策課 北野清掃工場 水再生課 水再生施設課
4	小中学校における環境学習	小中学校では、ごみや資源、自然や生命、エネルギーや地球温暖化、地域との連携など様々な形で環境教育に取り組みます。また、環境教育等の充実のため、公正かつ持続可能な社会の担い手を育む教育(ESD(*4))の視点を取り入れた教育活動を実施していきます。	指導課

施策の方向 2 - 2 消費者教育推進の担い手の育成と資源の活用

消費者教育を継続して推進していくために、その担い手の育成と効果的な教材の開発と活用に努めます。

(1) 消費者教育の担い手の育成

NO	事業名	主な取り組み	所管課名
1	消費者教育の担い手の育成	消費者が生涯を通じて学べるよう、消費関連団体をはじめ、学校や地域の人材、消費者個人など、消費者教育の幅広い担い手を育成して行きます。	消費生活センター

(2) 効果的な教育資材の開発・活用

NO	事業名	主な取り組み	所管課名
1	消費関連教育資材の開発と活用	自主的な学習活動の支援を行うため、消費生活に関連する図書・DVDなどの充実、啓発パンフレットや教材の開発等に努めます。また、消費生活に関する図書、DVD、ビデオなどの貸出を行います。	消費生活センター

重要課題3 消費者被害の防止・救済

目標設定	消費生活センターの認知度 相談場所としての認知度	現状 (平成28年度)	平成33年度
		18.2%	30.0%

施策の方向3-1 消費者被害の防止・予防

消費者自身がトラブルを回避できるよう、相談会や啓発活動を行うとともに、類似被害の拡大防止に向け具体的な消費者トラブルの事例を迅速に提供します。

(1) 相談・情報提供による消費者被害の防止・予防の強化

NO	事業名	主な取り組み	所管課名
1	消費者被害事例の情報提供	消費生活センターにおける相談内容に基づいて、類似被害の拡大防止のために、緊急被害情報や相談事例などを市広報、ホームページなどで情報提供します。また、市役所内の電子掲示板に掲載し、関係所管に対しても市民への周知を呼びかけます。	消費生活センター
2	悪質事例の情報提供	悪質な取引事例などについてはホームページなどで情報提供し、注意喚起を行います。	消費生活センター
3	相談会の開催	消費者トラブルにあわないため、出張相談会などを開催します。出前講座やイベントなどの様々な機会に相談への周知を図ります。	消費生活センター
4	啓発活動の推進	消費生活啓発推進委員会と連携し、消費者被害の未然防止のための啓発活動を行います。	消費生活センター
5	成年後見制度等の制度周知	安心して消費生活を送ることができるように、成年後見制度や権利擁護に関するパンフレットの配布、講座の開催などにより、制度の周知を図ります。	福祉政策課

施策の方向 3 - 2 消費者被害の救済

寄せられる消費生活相談に対して、あっせん、助言などの適切な対応に努めます。また、被害の回復に向けて適切な対応ができるよう、相談員の専門知識向上に努めるとともに、状況に応じて関係機関と連携を図り、専門的な相談や事業者への指導を実施します。

(1) 相談体制の充実による救済の強化

NO	事業名	主な取り組み	所管課名
1	消費生活相談員による相談の実施	消費生活相談員による適切な相談対応を行い、被害の拡大防止・早期解決に努めます。必要に応じて、相談解決に向けて消費者と事業者のあっせんをします。	消費生活センター
2	多重債務相談の実施	多重債務相談については、消費生活センター及び多重債務問題庁内連絡会でよりきめ細かい対応をします。	消費生活センター
3	専門的な相談の実施	弁護士会などとの連携による専門的な相談を積極的に実施します。	消費生活センター 市民生活課
4	特別相談の実施	東京都と連携し、多重債務・インターネット・賃貸住宅などの特別相談を行います。	消費生活センター

(2) 関係機関と連携した事業者指導

NO	事業名	主な取り組み	所管課名
1	悪質事業者の公表・指導	国、東京都、警察、弁護士会などと連携し、悪質事業者への指導、勧告、事業者名の公表などを行い、不適正な取引行為を防止します。	消費生活センター
2	商店会、商工会議所との連携	商店会、商工会議所と連携し、事業者に対する指導の徹底を図ります。また、事業者に対する啓発活動を積極的に実施するとともに、中核市移行で権限委譲された「計量業務」を実施する機会を利用し、個人営業店を含めた事業者との情報交換及び情報収集を積極的に行い、事業者指導に向けて連携を図ります。	消費生活センター

第2部 計画の重要課題と体系

(3) 相談員の専門的な知識の向上

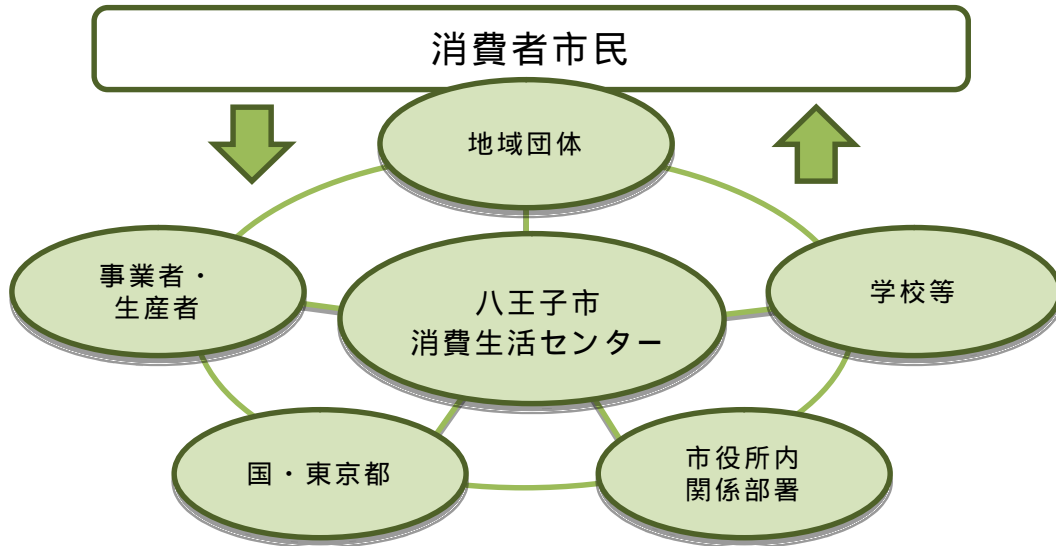
NO	事業名	主な取り組み	所管課名
1	相談員の専門的知識の向上	(独)国民生活センターなどの関係機関による研修へ計画的に参加し、相談員の専門的知識の向上を図ります。研修後は消費生活センターや市役所内関係課へのフィードバックにより、専門的知識や最新知識の共有に努めます。	消費生活センター

第3部

計画の推進

1 計画の推進体制

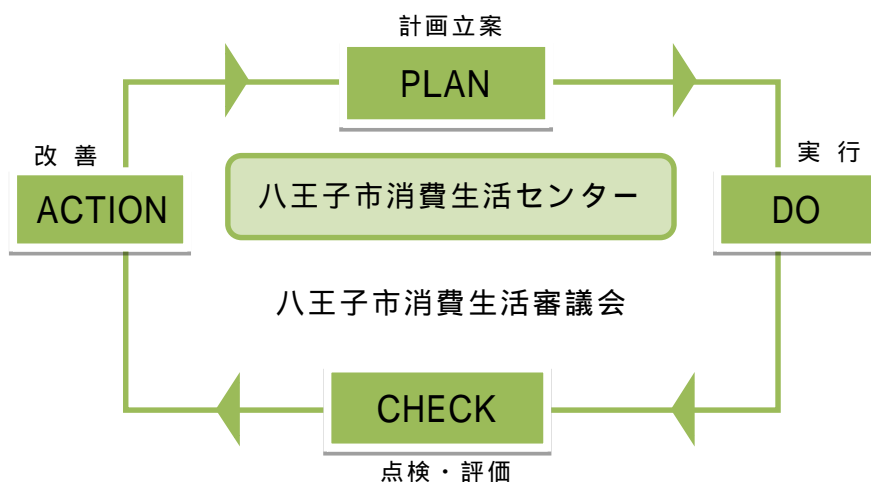
第2期八王子市消費生活基本計画の推進に向けて、八王子市消費生活センターが中心となり、市役所内関係部署、国、東京都などの関係機関及び地域の関係機関などと密接に連携した推進体制で取り組みます。



2 取り組みの検証・評価及び公表

第2期八王子市消費生活基本計画を総合的かつ計画的に推進していくため、施策の取り組みについて検証・評価を行い、さらなる推進に反映させていくことが求められます。そのために、毎年度、計画に関連する施策について、八王子市消費生活審議会に報告するとともに、同審議会からの意見等に基づき、施策実施内容の充実に努めます。

施策の取り組み状況は、市政世論調査などによる検証・評価も行い、計画全体の着実な推進を図っていきます。また、実施された検証・評価の結果は、ホームページなどを通じて公表していきます。



資料編

1 八王子市消費生活条例

平成22年12月15日

条例第42号

(目的)

第1条 この条例は、市民の消費生活における利益の擁護及び増進に関し、基本理念を定め、市及び事業者の責務並びに消費者の役割を明らかにし、市が実施する施策について必要な事項を定めることにより、市民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的とする。

(基本理念)

第2条 市が実施する市民の消費生活における利益の擁護及び増進に関する施策(以下「消費者施策」という。)の推進は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差に鑑み、消費者自らの消費生活に関する行動が現在及び将来にわたって社会に影響を及ぼし得るものであることに配慮し、社会の一員としての役割を果たすことができる自立した消費者を育むこと並びに次に掲げる事項が消費者の権利であることを尊重し、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行わなければならない。

- (1) 消費生活において、商品又はサービスにより生命、健康及び財産を侵されないこと。
- (2) 消費生活において、商品又はサービスに係る適正な表示が行われることにより、これらを適切に選択し、適正に使用又は利用できること。
- (3) 消費生活において、商品又はサービスについて、不当な取引条件を強要されず、適正な取引行為ができること。
- (4) 消費生活において、商品又はサービスによって不当に受けた被害から、公正かつ速やかに救済されること。
- (5) 消費生活において、必要な情報が速やかに提供されること。
- (6) 消費生活において、教育を受ける機会が提供されること。
- (7) 消費生活において、消費者の意見が消費者施策に反映されること。

2 消費者施策の推進は、事業者による適正な事業活動により、消費者の安全を確保し、消費者の年齢その他の特性に配慮して行わなければならない。

3 消費者施策の推進は、高度情報通信社会及び国際化の進展に的確に対応することに配慮して行わなければならない。

4 消費者施策の推進は、現在及び将来にわたっての社会経済情勢や環境に与える影響に配慮して行わなければならない。

(市の責務)

第3条 市は、前条に規定する基本理念にのっとり、消費者施策を策定し、これを実施する責務を有する。

(国等との相互協力等)

資料編

第4条 市は、消費者施策を実施するに当たり、必要があると認めるときは、国、東京都、他の地方公共団体、独立行政法人国民生活センターその他関係機関に対し、協力を求め、又は適切な措置を講ずるよう要請するものとする。

2 市は、国が実施する消費者基本法（昭和43年法律第78号）第2条に規定する消費者政策及び前項の機関が推進する事業について協力を求められた場合において必要があると認めるときは、これに応ずるものとする。

（事業者の責務）

第5条 事業者は、消費者に対し、商品又はサービスの供給その他の事業活動を行うときは、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、経験及び財産の状況等に配慮すること。

（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）市が実施する消費者施策に協力すること。

（6）環境の保全に配慮すること。

（消費者の役割）

第6条 消費者は、自ら進んで消費生活に係る必要な知識を修得し、及び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、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来にわたって社会経済情勢や環境に影響を及ぼし得るものであることに配慮し、自主的かつ合理的に行動することにより、公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画するよう努めなければならない。

（消費生活基本計画）

第7条 市長は、市が実施する消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため、八王子市消費生活基本計画（以下「消費生活基本計画」という。）を策定しなければならない。

2 市長は、消費生活基本計画の策定及び変更に当たっては、あらかじめ、八王子市消費生活審議会（第21条に規定する八王子市消費生活審議会をいう。以下第18条において同じ。）の意見を聴かななければならない。

3 市長は、消費生活基本計画の策定及び変更をしたときは、速やかにこれを公表しなければならない。

（情報の収集及び提供）

第8条 市長は、市民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費生活に関する必要な情報を収集するとともに、市民に対し、その情報を提供するものとする。

（消費者教育等の充実）

第9条 市長は、市民が消費生活において、公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画をするため、並びに自らの利益の擁護及び増進をするため、自主的かつ合理的に

行動することができるよう、消費者教育、消費者啓発その他の必要な施策の充実に努めるものとする。

2 前項に規定する消費者教育等の充実に関する基本的事項は、次のとおりとする。

(1) 幼児期から高齢期に至るまでの各段階に応じて体系的に行うとともに、年齢、障害の有無その他の特性に配慮し実施すること。

(2) 学校、地域、家庭、職域その他の消費者教育等が行われる場の特性に応じて実施すること。

(消費者活動等の支援)

第10条 市長は、消費生活の安定と向上を図るために市民が自主的に行う調査、研究学習等の活動に対して、必要な支援を行うことができる。

(消費者の意見等の反映)

第11条 市長は、消費者の意見、要望等を市が実施する消費者施策に反映するよう努めるものとする。

(表示の適正化)

第12条 事業者は、商品又はサービスの供給に当たり、消費者が商品又はサービスの品質、機能、価格、量目等を容易に識別できるよう適正に表示しなければならない。

(計量の適正化)

第13条 事業者は、商品又はサービスの供給に当たり、消費者の不利益とならないよう適正に計量しなければならない。

(包装等の適正化)

第14条 事業者は、その供給する商品等に過大な包装及び容器を用いないようにしなければならない。

(広告宣伝の適正化)

第15条 事業者は、商品又はサービスの広告宣伝について、虚偽又は誇大な表現その他消費者の適切な判断を誤らせるおそれのある広告宣伝をしないようにしなければならない。

(不適正な取引行為の禁止)

第16条 事業者は、消費者との間で行う取引に関して、次のいずれかに該当する行為であって市規則で定めるもの(以下「不適正な取引行為」という。)を行ってはならない。

(1) 消費者を訪問し、又は電話機、ファクシミリ装置その他の通信機器若しくは情報処理の用に供する機器を利用して広告宣伝を行うことにより、消費者の意に反して、又は消費者にとって不適当な契約と認められるにもかかわらず若しくは消費者の判断力不足に乗じることにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

(2) 法令に定める書面(当該書面に記載すべき事項を記録した電磁的記録を含む。)を消費者に交付する義務、広告における表示義務その他事業者が消費者に情報を提供する義務に違反して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

(3) 消費者に対し、販売の意図を隠し、商品若しくはサービスの品質、安全性、内

容、取引条件、取引の仕組み等に関する重要な情報であって、事業者が保有し、若しくは保有し得るものを提供せず、若しくは誤信を招く情報を提供し、又は将来における不確実な事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

- (4) 消費者を威迫して困惑させ、又は迷惑を覚えさせるような方法で、若しくは消費者を心理的に不安な状態若しくは正常な判断ができない状態に陥らせ、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (5) 取引における信義誠実の原則に反し、消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させること。
- (6) 消費者又はその関係人を欺き、威迫して困惑させる等不当な手段を用いて、消費者又はその関係人に契約(契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。)に基づく債務の履行を迫り、又は当該債務の履行をさせること。
- (7) 契約若しくは法律の規定に基づく債務の完全な履行がない旨の消費者からの苦情に対し、適切な処理をせず、履行を不当に拒否し、若しくはいたずらに遅延させ、又は継続的取引において、正当な理由なく取引条件を一方的に変更し、若しくは消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること。
- (8) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張に際し、これらを妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し若しくは契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これらによって生じた債務の履行を不当に拒否し、又はいたずらに遅延させること。
- (9) 商品若しくはサービスを販売する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者からの商品又はサービスの購入を条件又は原因として信用の供与をする契約若しくは保証を受託する契約(以下「与信契約等」という。)について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは債務の履行をさせること。

(苦情の処理)

第17条 市長は、市民の消費生活における苦情の申出があったときは、適切かつ迅速に解決するため、必要な助言、あつせんその他必要な措置を講ずるものとする。

2 市長は、前項の苦情の処理を行うに当たっては、国、東京都、他の地方公共団体、独立行政法人国民生活センターその他関係機関との連携に努めるものとする。

3 市長は、第1項の苦情を処理するために必要があると認めるときは、事業者その他の関係人に対し、必要な資料の提出、報告又は説明の要求その他必要な調査を行うことができる。

(指導及び勧告)

第18条 市長は、第16条各号に規定する不適正な取引行為がなされていると認めるときは、事業者に対し、是正するよう指導することができる。

2 市長は、前項の規定による指導を行った場合において、当該指導を受けた事業者

が、正当な理由がなく指導に従わないときは、八王子市消費生活審議会の意見を聴いて勧告することができる。

(公表)

第19条 市長は、前条第2項の勧告を受けた事業者がその勧告に従わないときは、当該事実及び事業者名を公表することができる。

2 市長は、前項の規定による公表を行おうとするときは、市規則で定めるところにより、当該公表の対象となる事業者に意見を述べる機会を与えなければならない。

(消費生活センター)

第20条 市は、市民の消費生活における利益の擁護及び増進を図り、市民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者安全法(平成21年法律第50号)第10条第2項の規定に基づき、八王子市消費生活センター(以下「センター」という。)を設置する。

2 センターは、次に掲げる業務を行う。

(1) 消費者安全法第8条第2項各号に掲げる業務

(2) 前号に掲げるもののほか、消費生活に関し市長が必要と認める業務

3 市長は、市民の消費生活における苦情の申出について必要な助言、あっせん等の措置を講ずるため、センターに消費生活相談員を置く。

4 センターの組織及び運営について必要な事項は、市長が別に定める。

(消費生活審議会)

第21条 市民の消費生活における利益の擁護及び増進を図り、市民の消費生活の安定及び向上を図るため、市長の附属機関として、八王子市消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

2 審議会は、市長の諮問に応じ、次に掲げる事項について調査審議し、答申する。

(1) 消費生活基本計画に関すること。

(2) 第18条第2項に規定する勧告に関すること。

(3) 市民の消費生活の安定及び向上にかかわる重要事項

3 審議会は、委員10人以内をもって組織する。

4 審議会の委員は、学識経験者、消費者、事業者その他市長が必要と認める者のうちから市長が委嘱する。

5 審議会の委員の任期は2年とし、再任を妨げない。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

6 審議会の委員は、職務上知り得た秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も、同様とする。

7 前各項に定めるもののほか、審議会の運営について必要な事項は、別に定める。

(消費生活啓発推進委員)

第22条 市長は、市民の安全で快適な消費生活の推進に対して熱意と識見を有する者のうちから、消費生活啓発推進委員を委嘱することができる。

2 前項の消費生活啓発推進委員は、市民の消費生活に関する知識の普及及び自主的な活動の推進を行うとともに、市が実施する消費者施策への協力を行うものとする。

3 前2項に定めるもののほか、消費生活啓発推進委員について必要な事項は、別に

資料編

定める。

(委任)

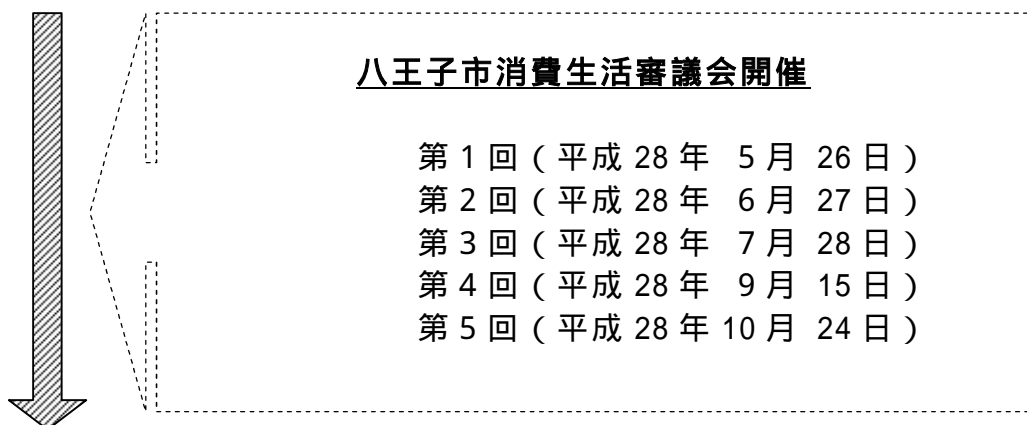
第23条 この条例の施行について必要な事項は、市規則で定める。

附 則

この条例は、平成29年4月1日から施行する。

2 計画策定の経過

八王子市消費生活審議会に諮問（平成 28 年 5 月 26 日）
【第 2 期八王子市消費生活基本計画及び八王子市消費者教育推進
計画のあり方について】



八王子市消費生活審議会から答申（平成 28 年 11 月 21 日）
【第 2 期八王子市消費生活基本計画及び八王子市消費者教育推進
計画のあり方について】



第 2 期八王子市消費生活基本計画（素案）



パブリックコメント（平成 29 年 1 月 16 日～平成 29 年 2 月 15 日）



第 2 期八王子市消費生活基本計画

3 八王子市消費生活審議会 委員名簿

市民の消費生活における利益の擁護及び増進を図り、市民の消費生活の安定及び向上を図るため、「八王子市消費生活条例」に基づき、市長の附属機関として設置された。

任期：平成27年6月8日～平成29年6月7日

会長 副会長 (敬称略)

区分	氏名	所属
学識経験者 (消費生活条例施行規則 第9条第1項第1号)	和田 清美	首都大学東京都市教養学部 都市政策コース 教授
	鈴木 麗加	東京弁護士会多摩支部 弁護士
消費者 (消費生活条例施行規則 第9条第1項第2号)	西島 美奈子	市民委員
	樋口 勝美	市民委員
	佐々木 昭夫	市民委員
事業者 (消費生活条例施行規則 第9条第1項第3号)	北出 義則	八王子商工会議所
	深沢 靖彦	八王子市商店会連合会
市長が必要と認める者 (消費生活条例施行規則 第9条第1項第4号)	今井 婉子	八王子市民生委員児童委員協 議会
	赤木 省三	八王子市消費生活啓発推進委 員会
	栗本 正男	八王子市町会自治会連合会

4 アンケート調査結果概要

消費者教育の実施状況や消費生活問題のニーズ等について伺い、「第2期消費生活基本計画」及び「八王子市消費者教育推進計画」検討の際の基礎資料とするために、事前に調査を実施しました。

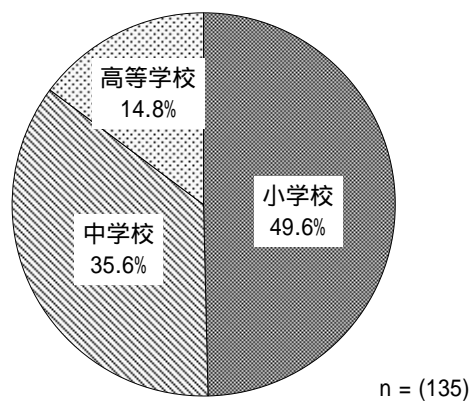
< 調査概要 >

調査名	調査対象
学校調査	【調査対象】市内の小学校、中学校、高等学校 【調査方法】アンケート票を学校へ配付、自記式 【回収結果】135 / 147 校 (91.8%)
大学生調査	【調査対象】市内の大学に通う大学生 【調査方法】アンケート票を大学構内にて配布・回収 自記式 【回収結果】417/574 人 (72.6%)

小中、中高一貫校は一校とせず、該当する小学校、中学校、高等学校それぞれを対象として実施しています。

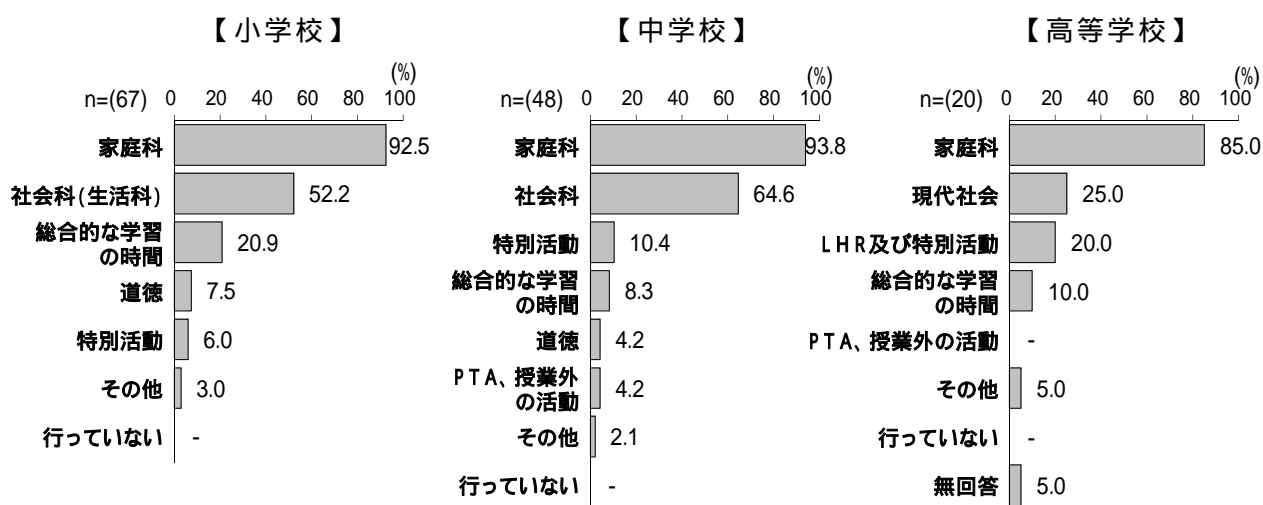
学校調査結果概要

(1) 学校内訳



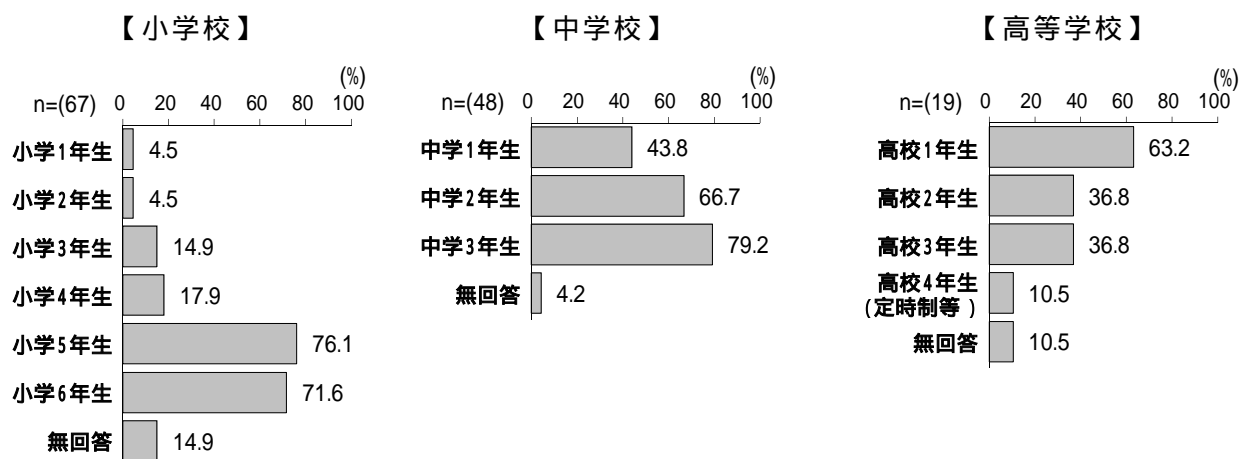
学校内訳は、「小学校」が49.6%、「中学校」が35.6%、「高等学校」が14.8%となっています。

(2) 消費者教育に関する指導教科・領域(複数回答)



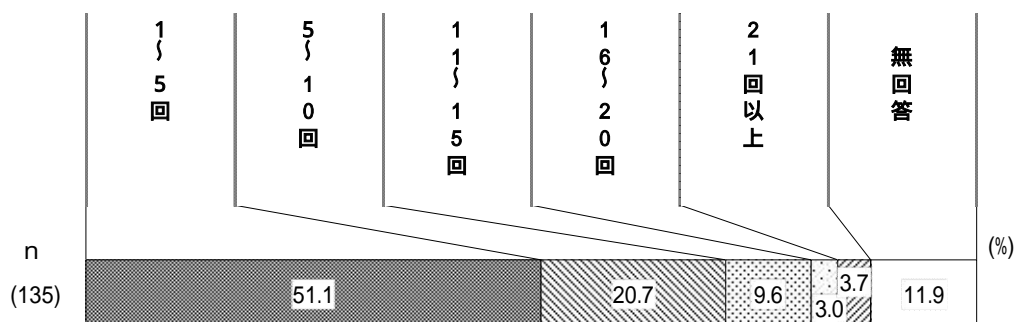
消費者教育に関する指導を行っている教科・領域は、家庭科が8割以上と多くなっています。小学校、中学校では「社会科」も5割以上となっています。また、「行っていない」という学校はいずれもありません。

(3) 消費者教育に関する指導の対象(複数回答)



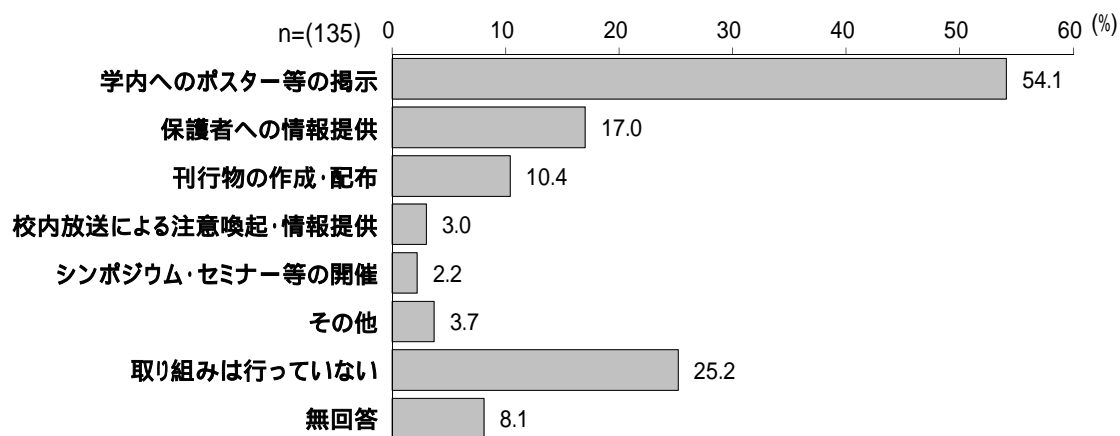
消費者教育に関する指導を行っている対象は、小学校では「5年生」以上(7割台)、中学校では「3年生」(79.2%)、高等学校では「1年生」(63.2%)が最も多くなっています。

(4) 消費者教育実施回数 (年間 / 全学年合計)



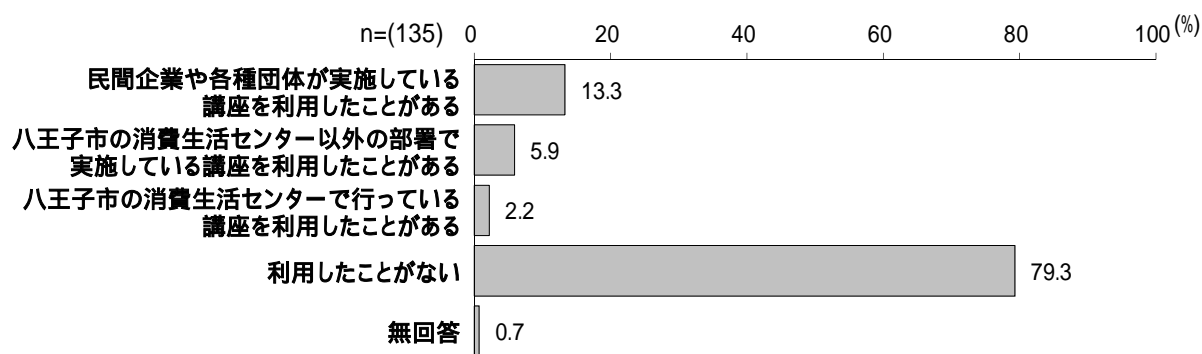
1年間の消費者教育実施回数（全学年の合計回数）は、「1～5回」が51.1%と多くなっています。

(5) 教科・領域以外の消費者教育に関する取り組み（複数回答）



教科・領域以外の消費者教育に関する取り組みは、「学内へのポスター等の掲示」が54.1%で特に多くなっています。一方、「取り組みは行っていない」も25.2%となっています。

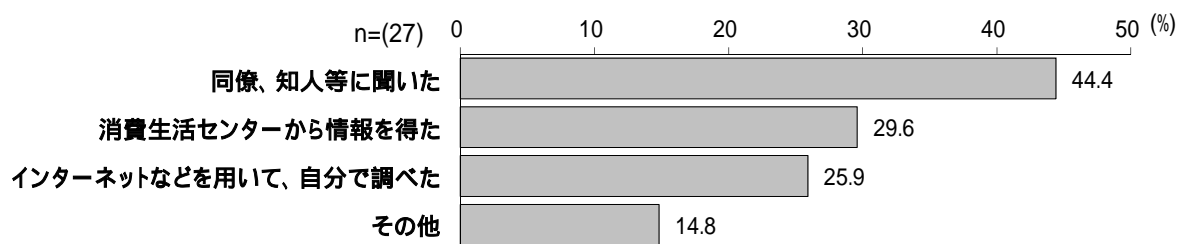
(6) 外部講座等の利用状況 (複数回答)



消費者教育を行う際に外部講座等を「利用したことがない」が79.3%と多くなっています。利用状況は、「民間企業や各種団体が実施している講座」が13.3%となっています。

(7) 講座等を知ったきっかけ (複数回答)

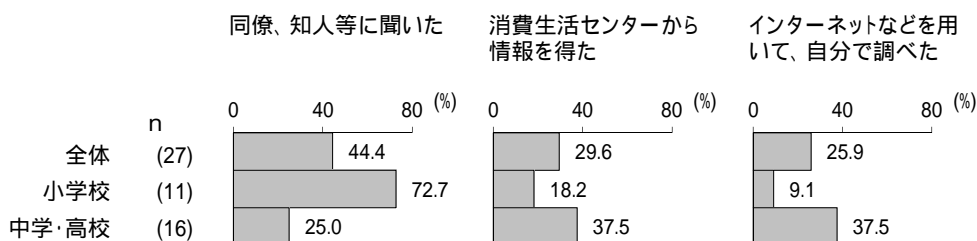
講座等の利用経験があると回答した方



講座等を知ったきっかけは、「同僚、知人等に聞いた」が44.4%で最も多く、次いで、「消費生活センターから情報を得た」(29.6%)、「インターネットなどを用いて、自分で調べた」(25.9%)が2割台となっています。

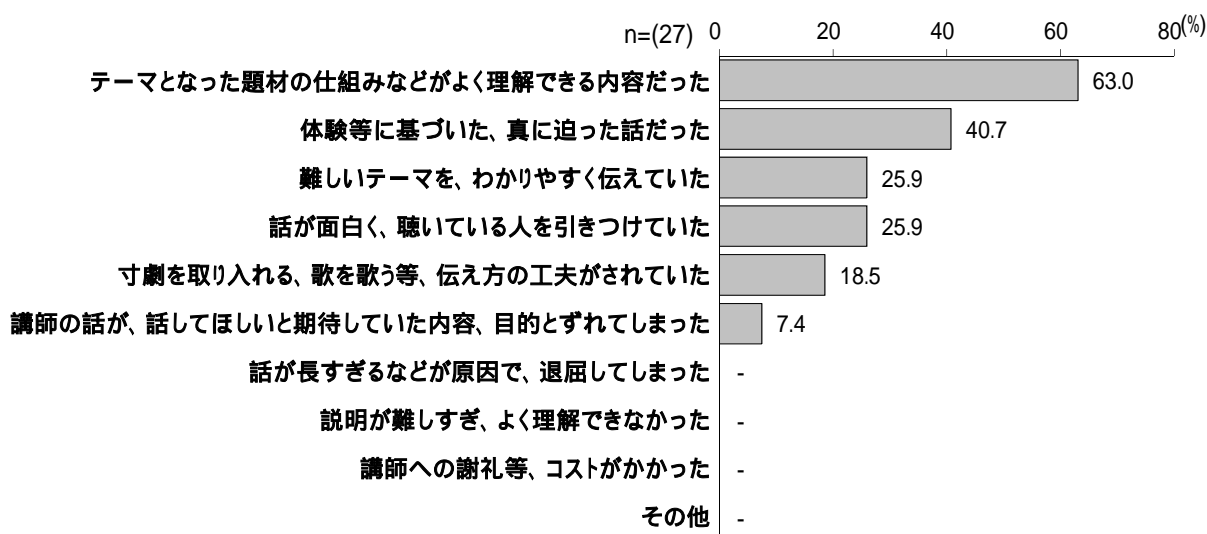
学校別にみると、小学校では「同僚、知人等に聞いた」が多くなっています。

学校別



(8) 講座等の感想 (複数回答)

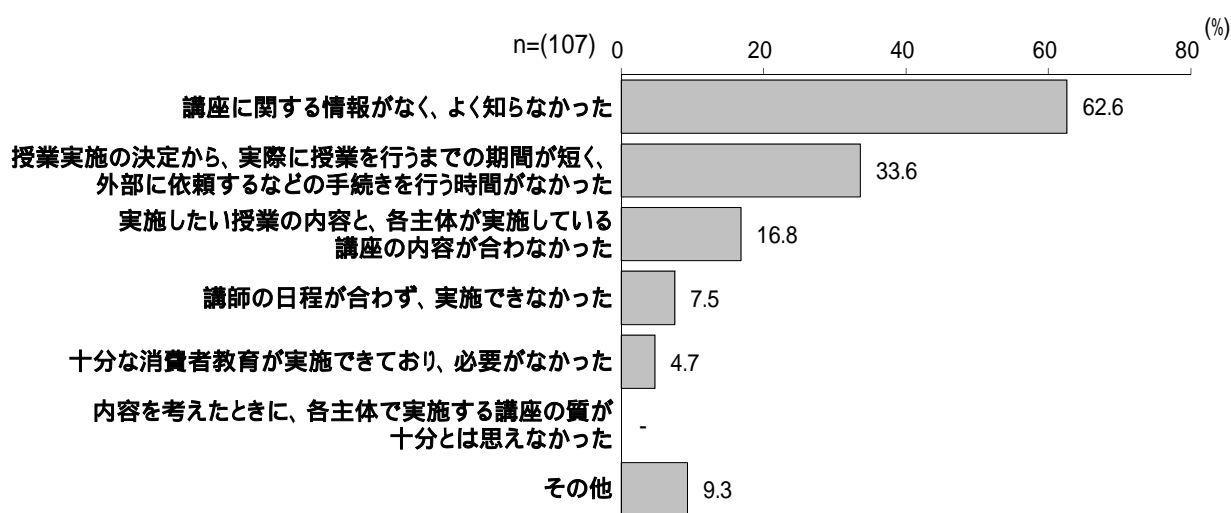
講座等の利用経験があると回答した方



実施した講座等の内容の感想は、「テーマとなった題材の仕組みなどがよく理解できる内容だった」が63.0%で最も多く、次いで、「体験等に基づいた、真に迫った話だった」が40.7%となっています。

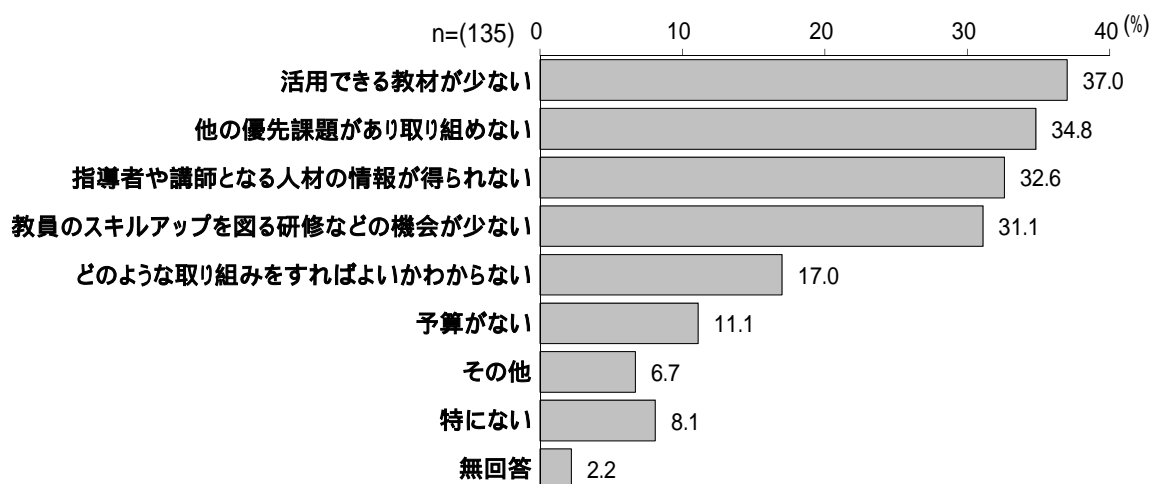
(9) 講座等を利用しなかった理由 (複数回答)

講座等を利用したことがないと回答した方



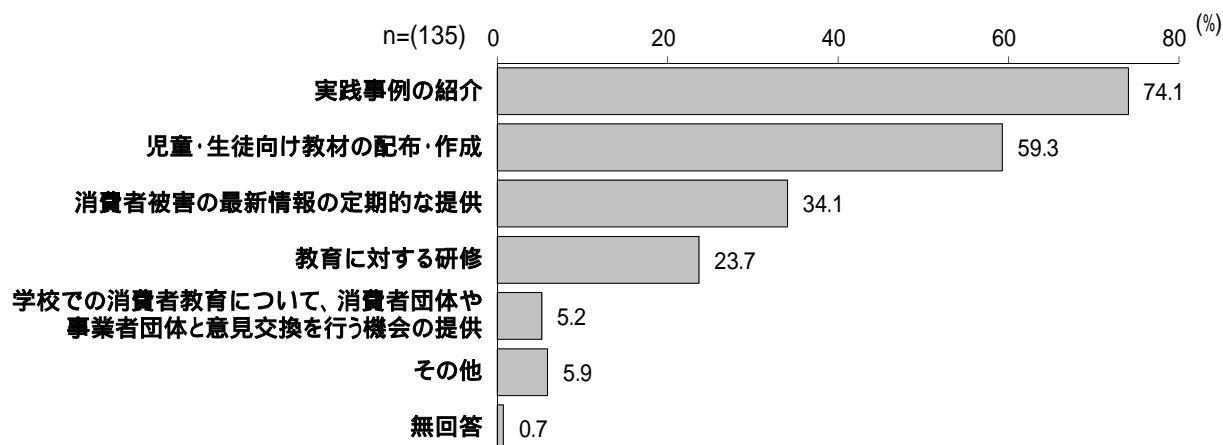
講座等を利用しなかった理由は、「講座に関する情報がなく、よく知らなかった」が62.6%で最も多く、次いで、「授業実施の決定から、実際に授業を行うまでの期間が短く、外部に依頼するなどの手続きを行う時間がなかった」が33.6%となっています。

(10) 消費者教育推進の課題（複数回答）



消費者教育を推進するにあたって課題となっていることは、「活用できる教材が少ない」（37.0％）をはじめ、「他の優先課題があり取り組めない」（34.8％）、「指導者や講師となる人材の情報が得られない」（32.6％）、「教員のスキルアップを図る研修などの機会が少ない」（31.1％）が3割台で続いています。

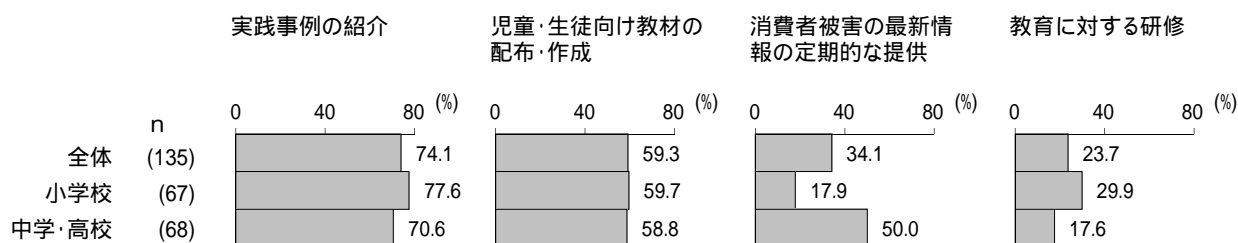
(11) 学校での消費者教育に必要なこと（複数回答）



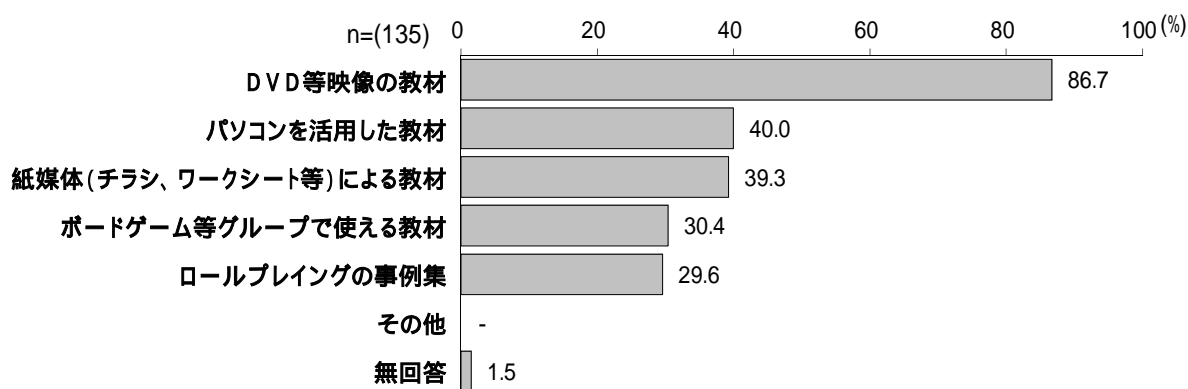
学校において消費者教育を推進するために必要だと思うことは、「実践事例の紹介」（74.1％）と「児童・生徒向け教材の配布・作成」（59.3％）が多くなっています。

学校別にみても「実践事例の紹介」、「児童・生徒向け教材の配布・作成」が6割近くから7割台と多くなっていますが、中学・高等学校では「消費者被害の最新情報の定期的な提供」(50.0%)も多くなっています。

学校別（上位4項目）

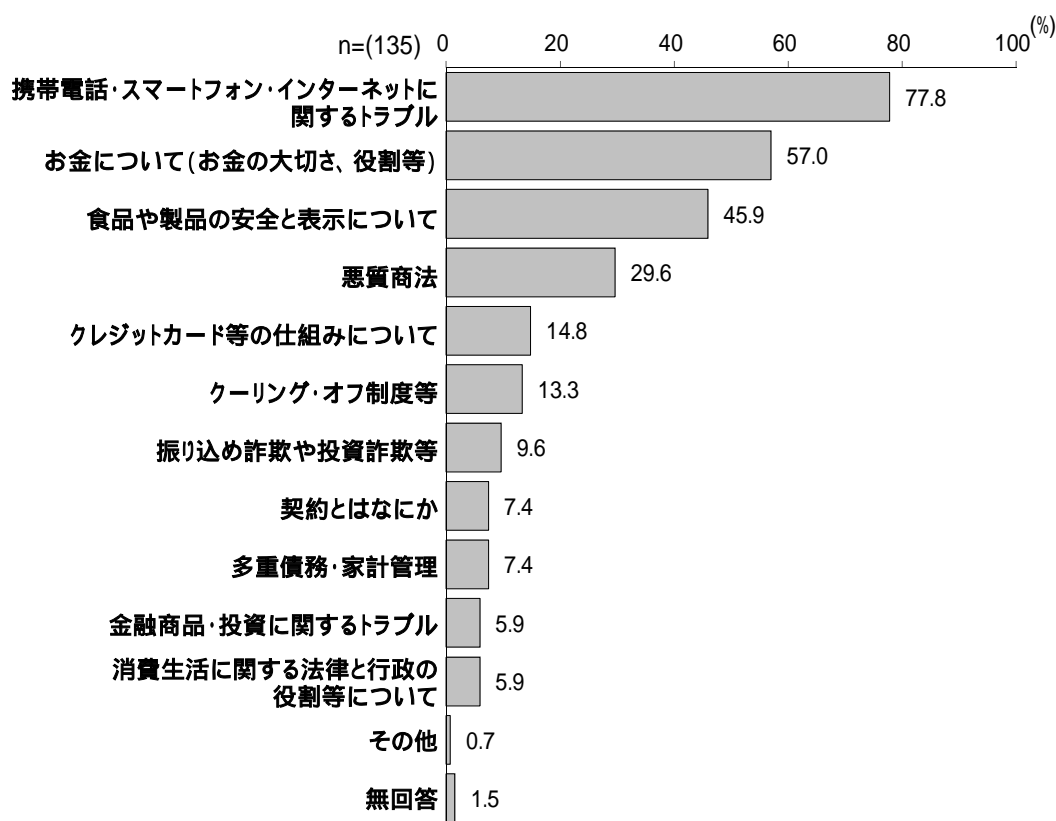


(12) 授業等で活用しやすい教材（複数回答）



授業等で活用しやすい、または効果があると思われる教材は、「DVD等映像の教材」が86.7%で特に多くなっています。次いで、「パソコンを活用した教材」が40.0%、「紙媒体（チラシ、ワークシート等）による教材」とが39.3%となっています。

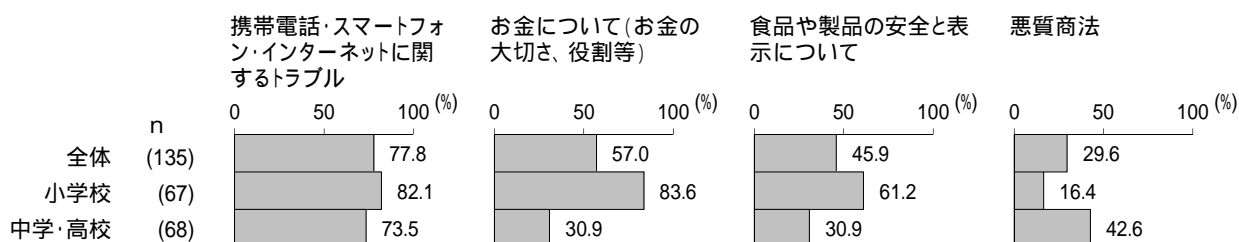
(13) 教材で希望するテーマ(複数回答)



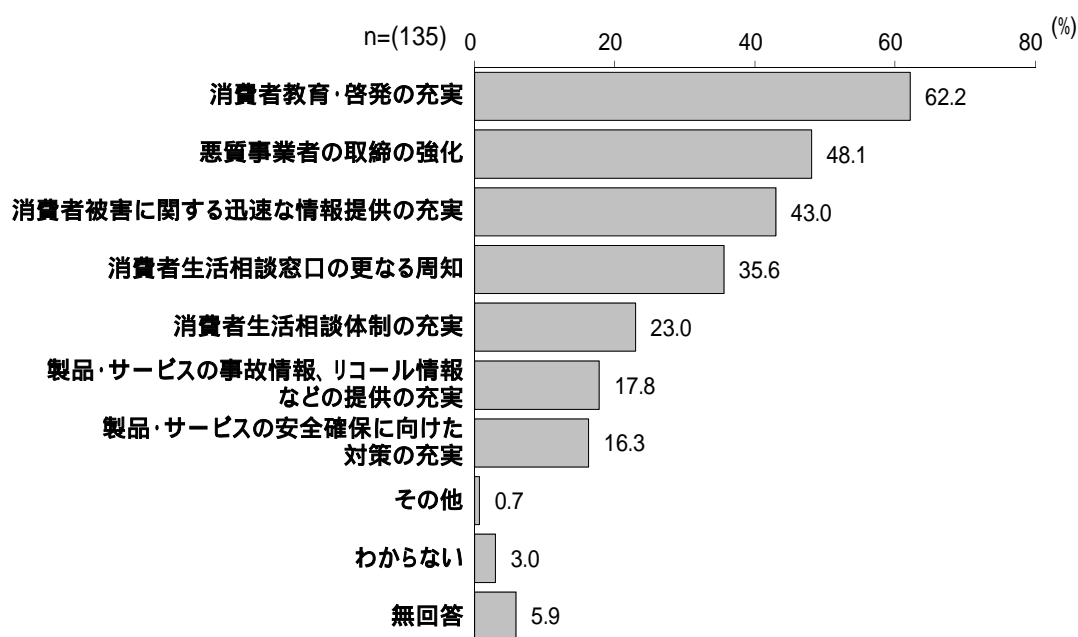
消費者問題に関する教材で希望するテーマは、「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」が77.8%で最も多く、次いで、「お金について(お金の大切さ、役割等)」が57.0%、「食品や製品の安全と表示について」が45.9%、「悪質商法」が29.6%となっています。

学校別でも「携帯電話・スマートフォン・インターネットに関するトラブル」はいずれも多くなっています。この他、小学校では「お金について(お金の大切さ、役割等)」や「食品や製品の安全と表示について」、中学・高等学校では「悪質商法」が比較的多くなっています。

学校別(上位4項目)



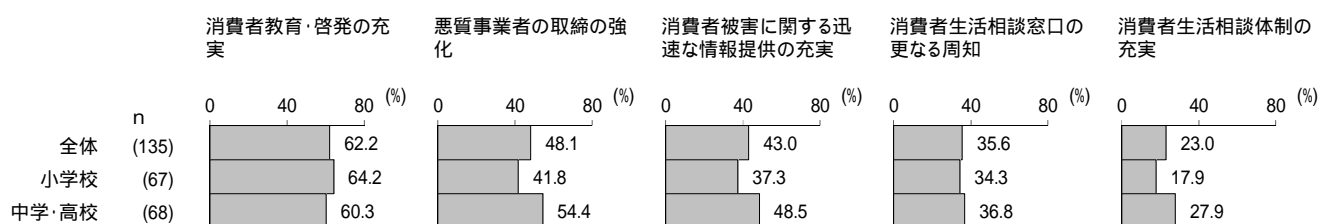
(14) 施策要望（複数回答）



消費者問題に対する施策要望としては、「消費者教育・啓発の充実」(62.2%)が最も多くなっています。これに「悪質事業者の取締の強化」(48.1%)、「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」(43.0%)、「消費者生活相談窓口の更なる周知」(35.6%)が続いています。

学校別でも大きな違いはありませんが、中学・高等学校では「悪質事業者の取締の強化」や「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」も比較的多くなっています。

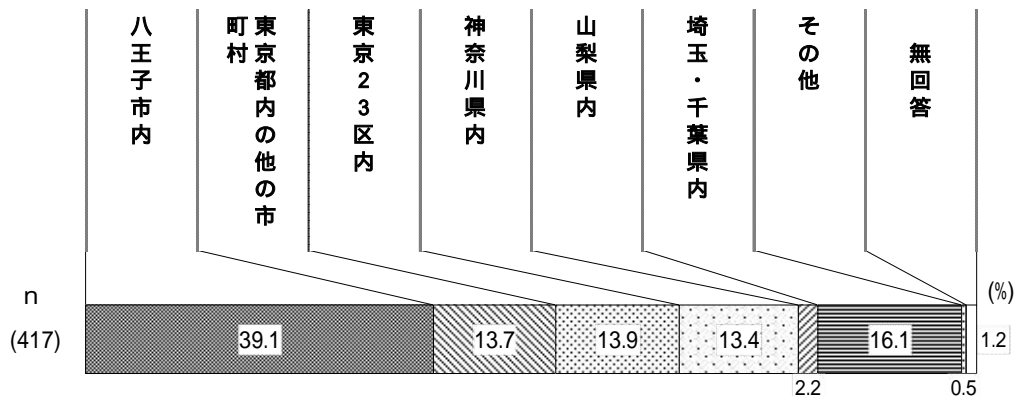
学校別（上位5項目）



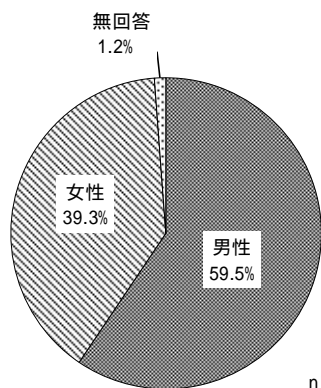
大学生調査結果概要

(1) 回答者の属性

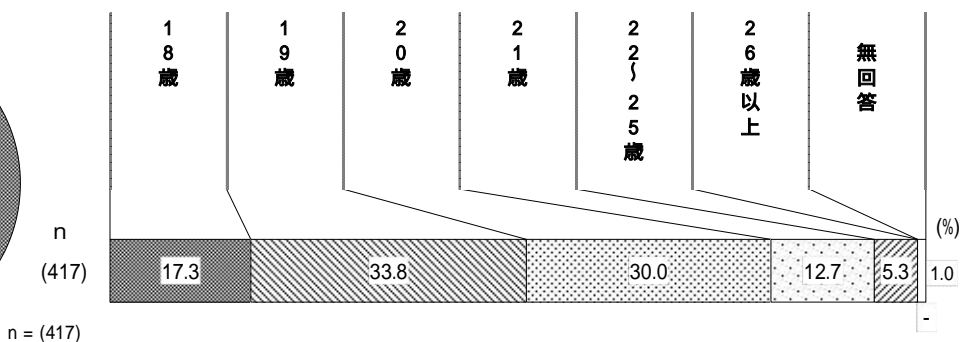
【居住地】



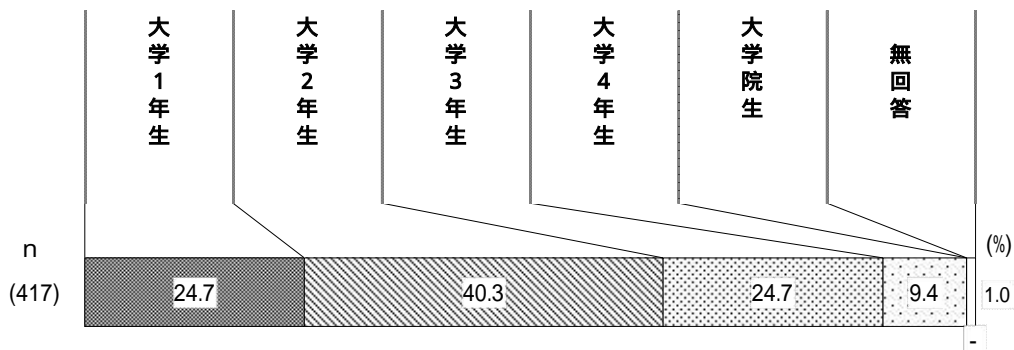
【性別】



【年齢】

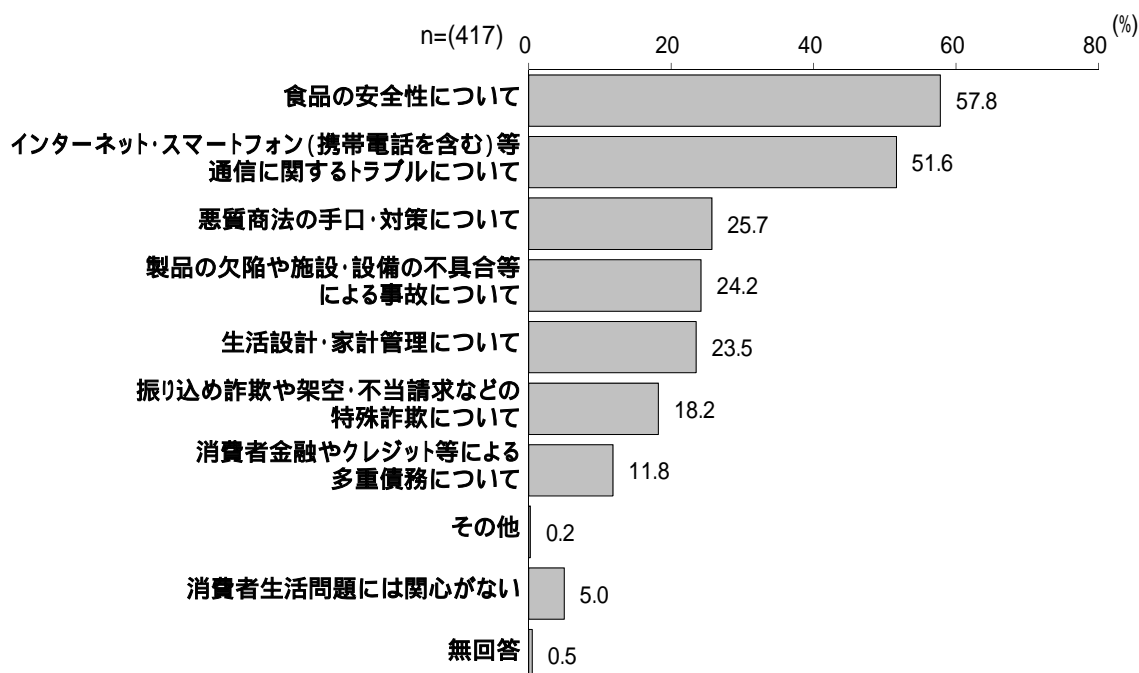


【学年】



回答者の属性としては、八王子市内在住（39.1%）の男性（59.5%）、年齢は「19歳」（33.8%）、「20歳」（30.0%）で「大学2年生」（40.3%）が中心となっています。

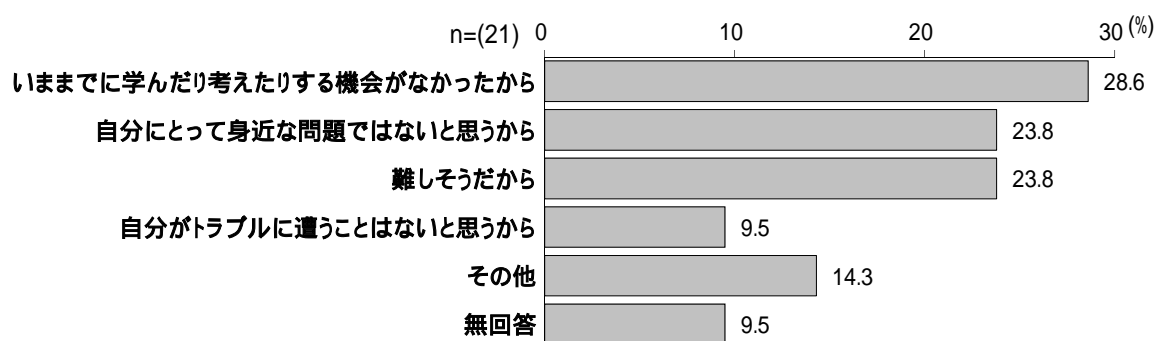
(2) 関心のある消費生活問題 (複数回答)



関心のある消費生活問題は、「食品の安全性について」(57.8%)と「インターネット・スマートフォン(携帯電話を含む)等通信に関するトラブルについて」(51.6%)が5割台で多くなっています。

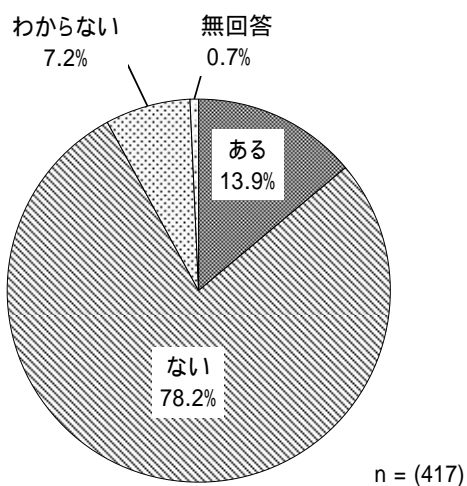
(3) 消費生活問題に関心がない理由 (複数回答)

消費生活問題には関心がないと回答した方



消費生活問題に関心がない理由は、「いままでに学んだり考えたりする機会がなかったから」が28.6%で最も多く、次いで、「自分にとって身近な問題ではないと思うから」、「難しそうだから」が23.8%となっています。

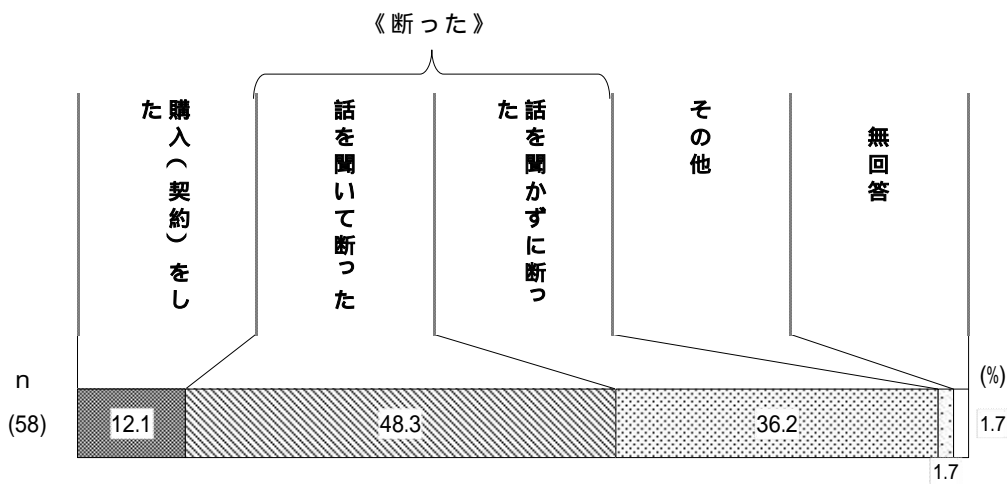
(4) この1年間に訪問販売(訪問勧誘)を受けた経験



この1年間に訪問販売(訪問勧誘)を受けた経験がある人は13.9%、ない人は78.2%となっています。

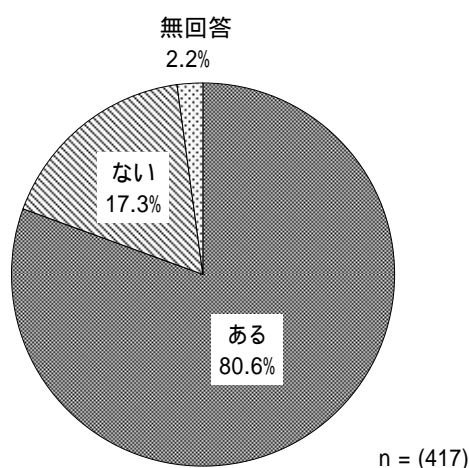
(5) 訪問販売(訪問勧誘)を受けたときの対応

訪問販売(訪問勧誘)を受けたことがあると回答した人



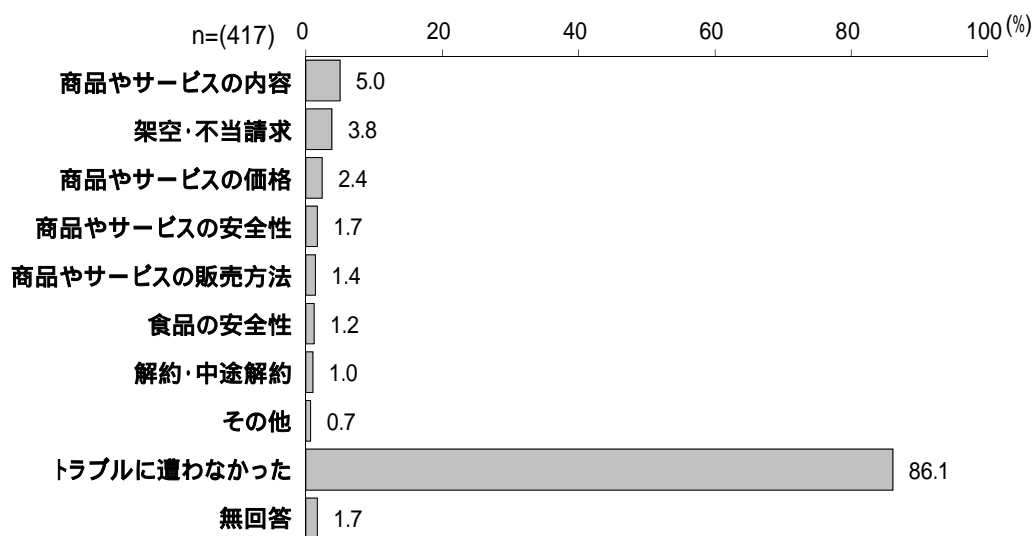
訪問販売(訪問勧誘)を受けたときの対応は、「話を聞いて断った」が48.3%、「話を聞かずに断った」が36.2%で《断った》は84.5%となっています。一方、「購入(契約)をした」は12.1%となっています。

(6) この1年間のインターネットを使った購入経験



この1年間のインターネットを使った商品、サービス、デジタルコンテンツ等の購入経験のある人は80.6%と多くなっています。

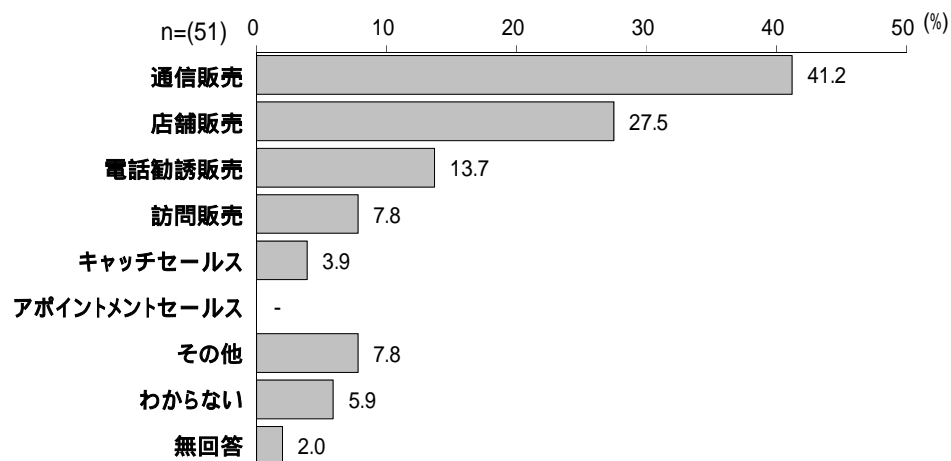
(7) この1年間の消費生活トラブル(複数回答)



この1年間に購入した商品や利用したサービスでは「トラブルに遭わなかった」が86.1%と多くなっています。何らかの消費生活トラブルに遭った人は全体として12.2%となっています。

(8) トラブルの原因となった販売形態 (複数回答)

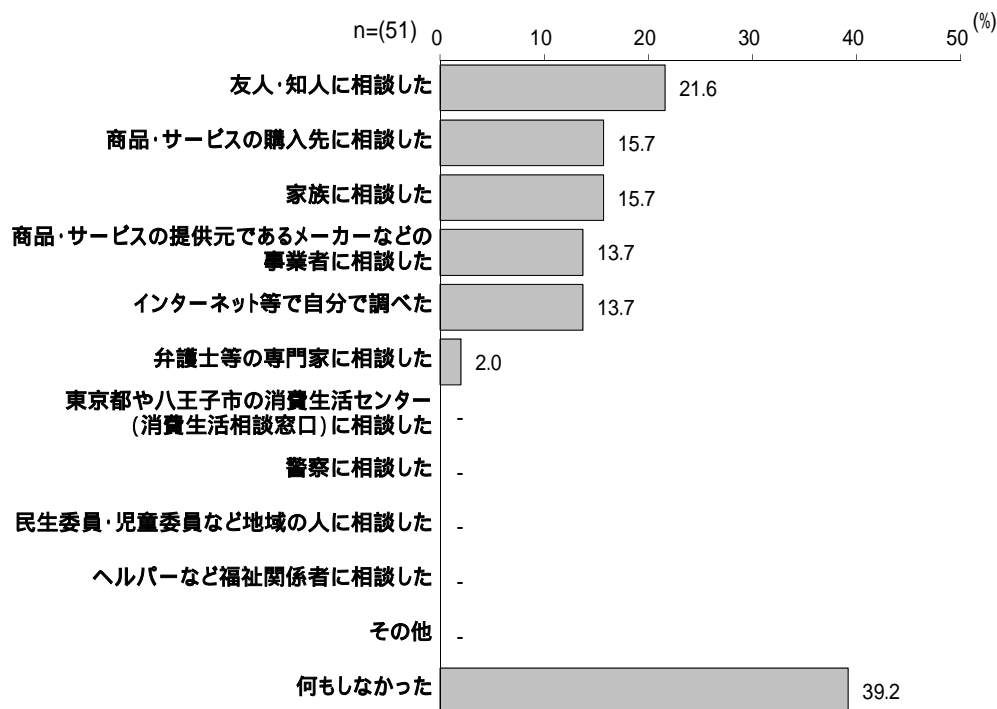
何らかの消費生活トラブルに遭ったと回答した方



消費生活トラブルの原因となった商品やサービスの販売形態は、「通信販売（カタログ、テレビ、インターネット等で購入した）」が41.2%で最も多く、次いで「店舗販売」が27.5%となっています。

(9) トラブルの相談状況 (複数回答)

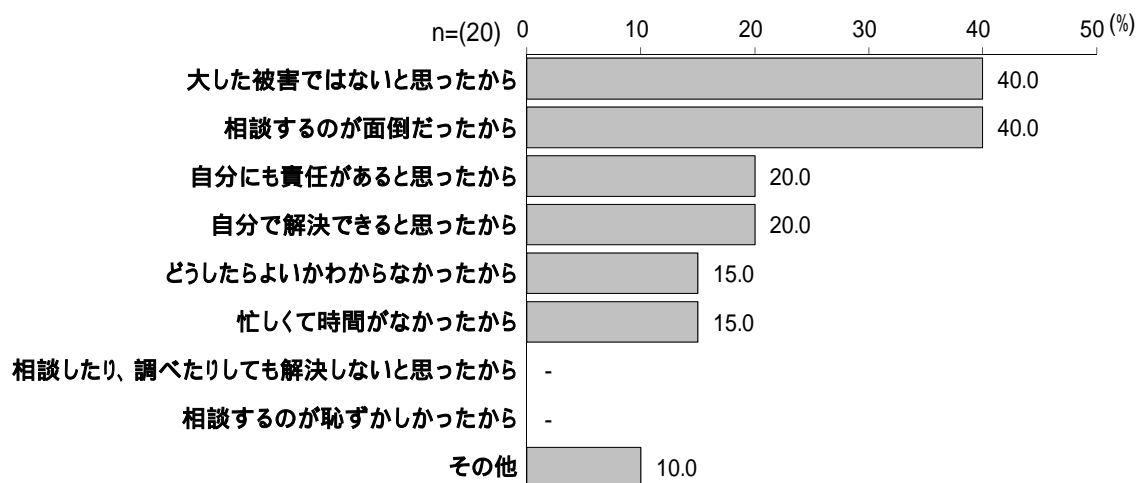
何らかの消費生活トラブルに遭ったと回答した方



消費生活トラブルに遭った後、「何もなかった」人が39.2%と多くなっています。誰かに相談したり、自分で調べたりした中では、「友人・知人に相談した」が21.6%で最も多くなっています。

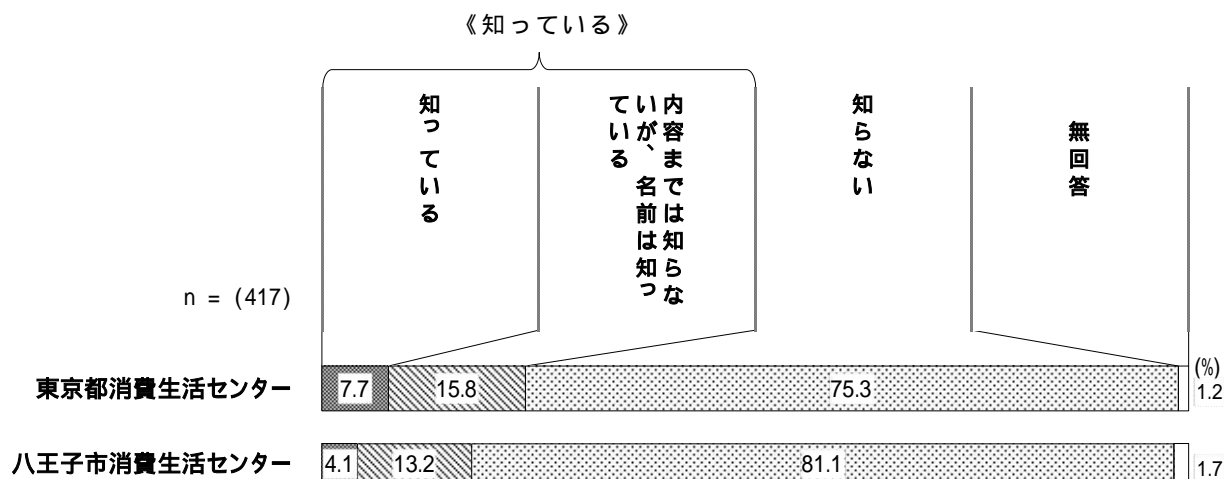
(10) 何もしなかった理由 (複数回答)

消費生活トラブルに遭った後、何もしなかったと回答した方



消費生活トラブルに遭った後、何もしなかった理由は、「大した被害ではないと思ったから」、「相談するのが面倒だったから」が40.0%となっています。

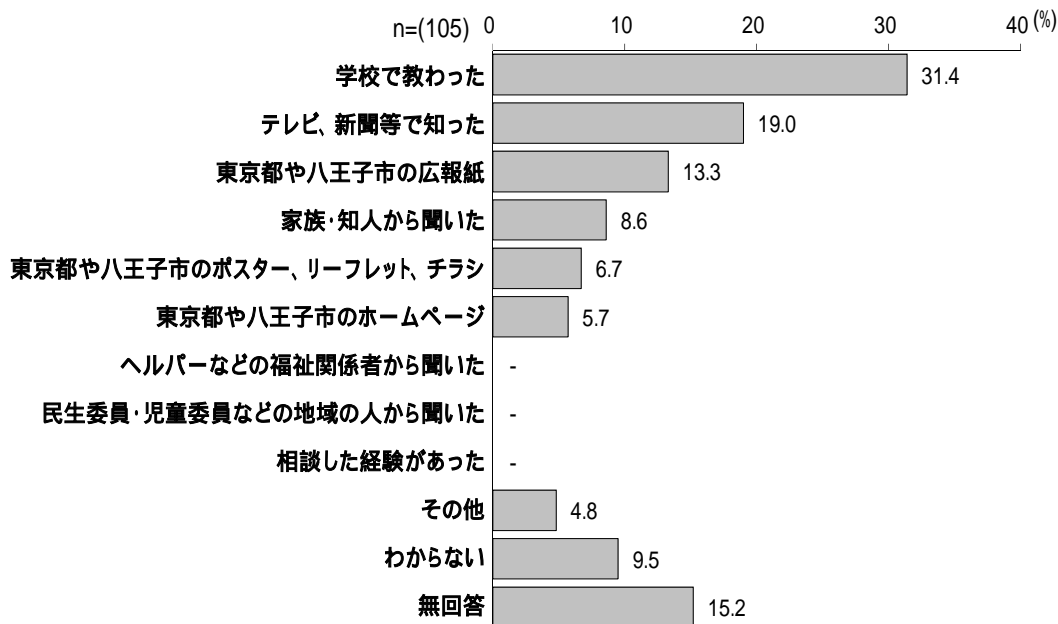
(11) 消費生活相談窓口の認知



東京都消費生活センター（東京都消費生活総合センター）や八王子市消費生活センターを「知っている」は1割未満となっています。「内容までは知らないが、名前は知っている」をあわせた《知っている》では、東京都消費生活センター（東京都消費生活総合センター）が23.5%、八王子市消費生活センターが17.3%となっています。

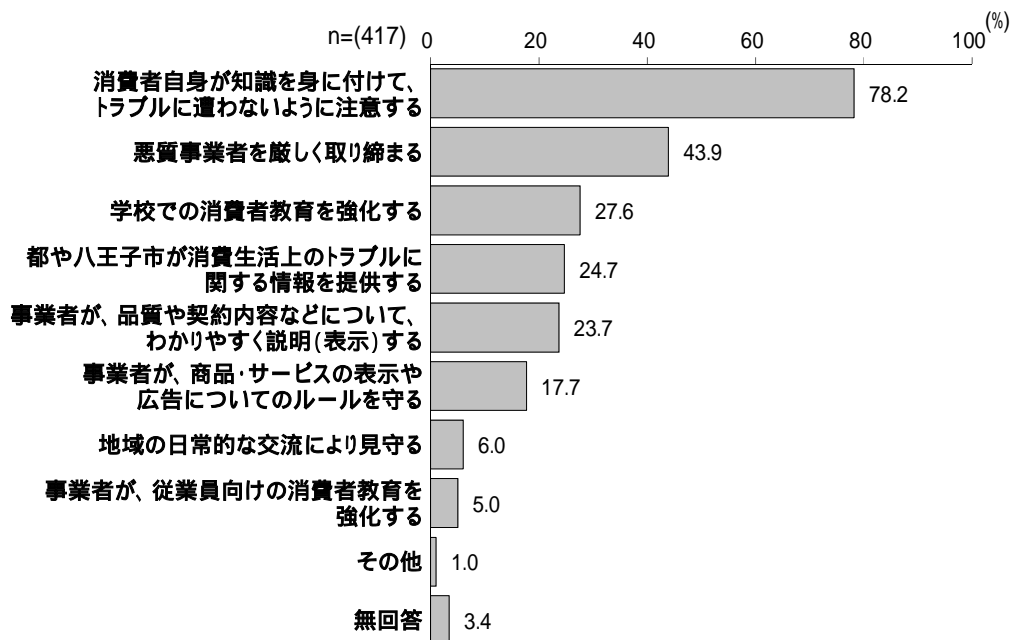
(12) 消費生活センター等を知ったきっかけ(複数回答)

東京都、あるいは八王子市の消費生活センターを《知っている》と回答した方



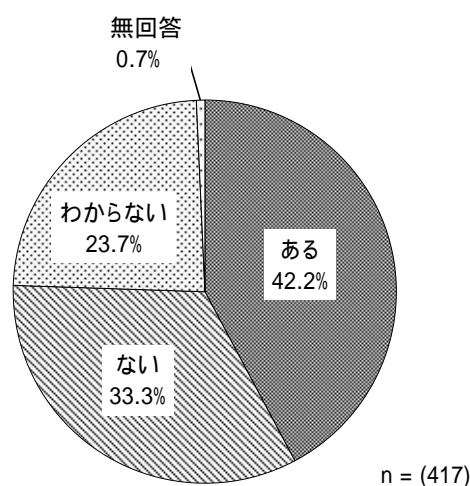
消費生活センター等を知ったきっかけは、「学校で教わった」が31.4%で最も多くなっています。

(13) 消費生活トラブルに遭わないために必要なこと(複数回答)



消費生活トラブルに遭わないために必要なことは、「消費者自身が知識を身に付けて、トラブルに遭わないように注意する」が78.2%で最も多く、次いで、「悪質事業者を厳しく取り締まる」が43.9%となっています。

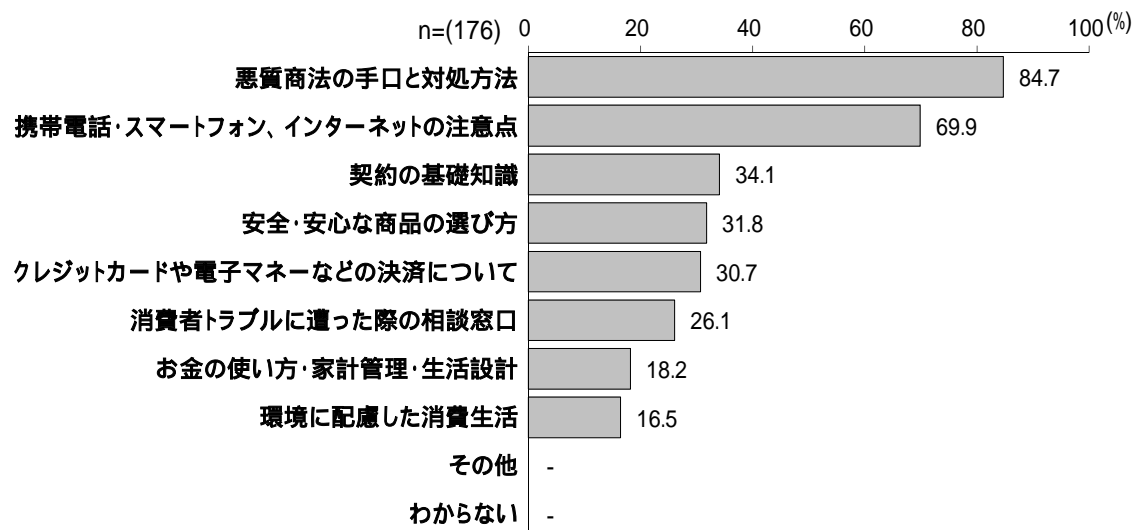
(14) 消費者教育（啓発を含む）を受けた経験



これまでに消費者教育（啓発を含む）を受けたことがある人は42.2%、ない人は33.3%となっています。

(15) 受けたことのある消費者教育（複数回答）

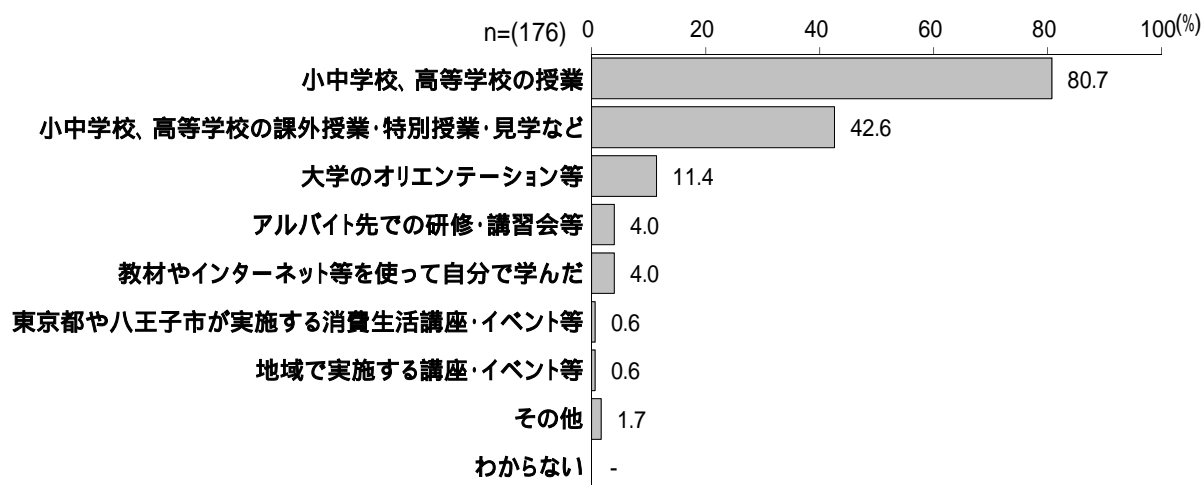
消費者教育（啓発を含む）を受けたことがあると回答した方



受けたことのある消費者教育の内容は、「悪質商法の手口と対処方法」(84.7%)と「携帯電話・スマートフォン、インターネットの注意点」(69.9%)が多くなっています。

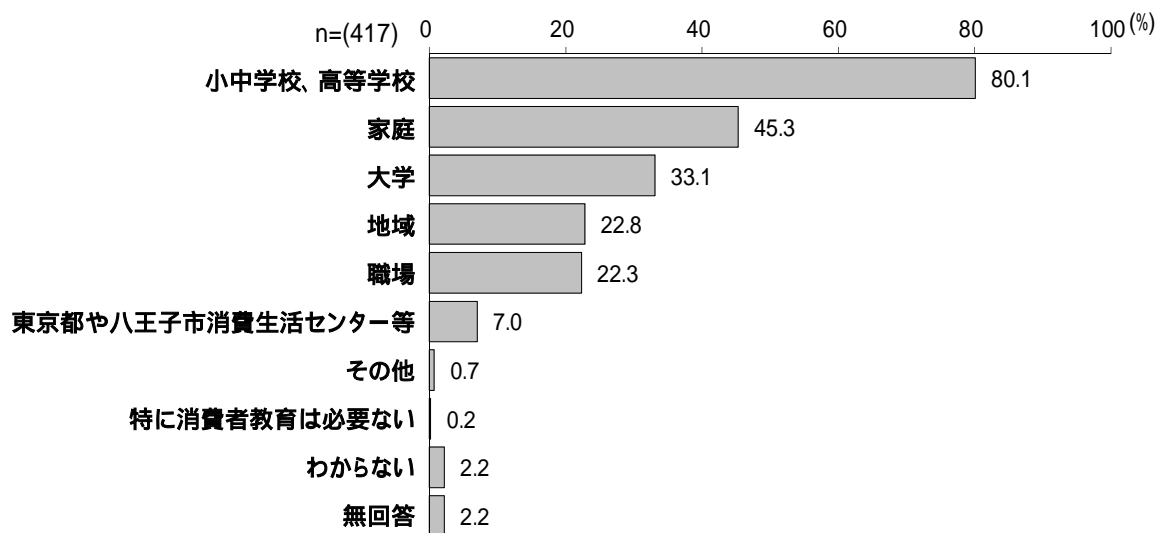
(16) 消費者教育を受けた機会（複数回答）

消費者教育（啓発を含む）を受けたことがあると回答した方



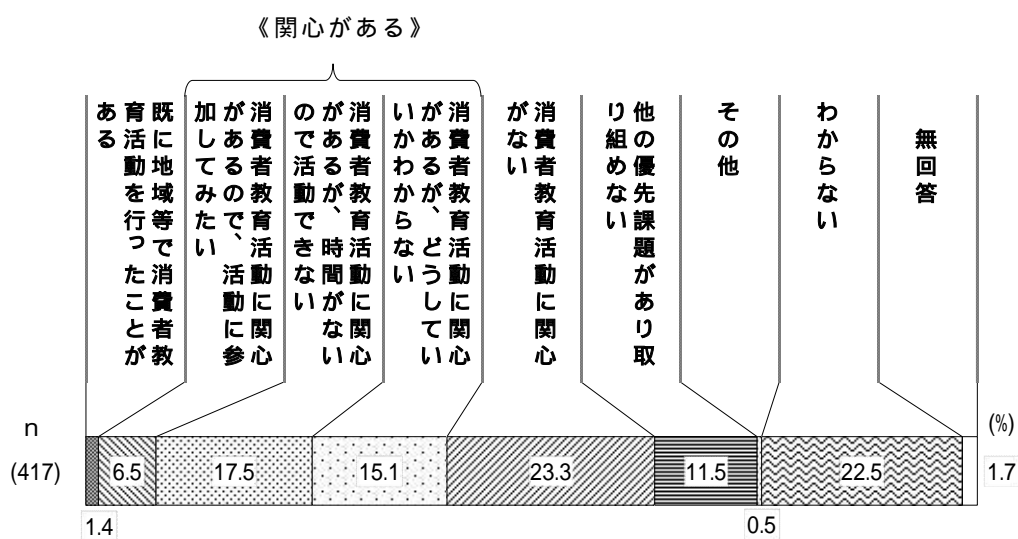
消費者教育を受けた機会は、「小中学校、高等学校の授業」が80.7%と特に多く、次いで、「小中学校、高等学校の課外授業・特別授業・見学など」が42.6%となっています。

(17) 消費者教育を行う場として重要なもの（複数回答）



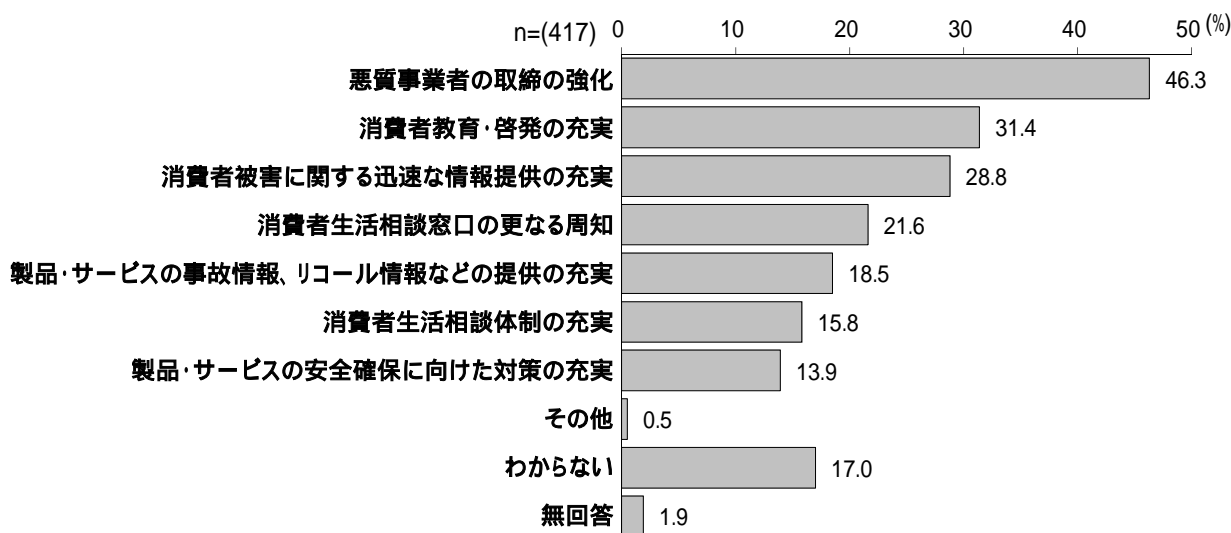
消費者教育を行う場として重要なものは、「小中学校、高等学校」が80.1%と特に多く、次いで、「家庭」が45.3%、「大学」が33.1%となっています。

(18) 地域等における消費者教育活動への関心



地域等における消費者教育活動への関心としては、「既に地域等で消費者教育活動を行ったことがある」は1.4%にとどまっていますが、消費者教育活動に関心があって参加してみたい人、関心はあるが未参加の人をあわせた《関心がある》は39.1%となっています。一方、「消費者教育活動に関心がない」は23.3%となっています。

(19) 市に力を入れてほしい取り組み（複数回答）



消費者問題に対する取り組みとして、八王子市に力を入れてほしいものは、「悪質事業者の取締の強化」が46.3%で最も多く、次いで、「消費者教育・啓発の充実」(31.4%)、「消費者被害に関する迅速な情報提供の充実」(28.8%)が3割前後で続いています。

5 用語解説

*1 「消費者教育」

消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいいます。（消費者教育推進法第2条）

*2 「消費者市民社会」

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得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社会をいいます。（消費者教育推進法第2条第2項）

*3 「全国消費生活情報ネットワーク・システム」

独立行政法人国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から寄せられる消費生活相談情報の収集を行っているシステムです。

*4 「ESD」

Education for Sustainable Development の略。
現代社会のさまざまな課題を自らの問題と捉え、身近なところから取り組むことにより、それらの課題の解決につながる新たな価値観や行動を生み出し、それによって持続可能な社会を創造していくことをめざす学習や活動のことを示します。

第 2 期八王子市消費生活基本計画

平成 2 9 年 (2 0 1 7 年) 3 月

発行 八王子市

編集 八王子市消費生活センター

〒 1 9 2 - 0 0 8 2

八王子市東町 5 - 6

生涯学習センター (クリエイトホール) 地下 1 階

電話 042 - 631 - 5456/FAX042-643-0025

この計画書は、八王子市ホームページからダウンロードすることもできます。

(<http://www.city.hachioji.tokyo.jp/>)