

第 3 次 北海道消費生活 基本計画

(素案検討案)

令和 2 年 (2020 年) 月

北海道

目 次

第 1 章 計画の策定に当たって

1	計画策定の趣旨	1
2	計画の位置づけ	1
3	計画の期間	1

第 2 章 消費生活を取り巻く現状

1	消費者被害の現状	2
2	消費者を取り巻く社会環境の変化	10
3	国の消費者行政の動向	18
4	消費者の意識	24

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	29
2	施策横断的な考え方	31

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	34
2	消費者教育の推進	43
3	見守りネットワークの推進と消費者団体との連携	55
4	公正な消費者取引の確保	62
5	消費者の安全・安心の確保	67

第 5 章 推進体制と推進管理等

1	計画の推進体制	76
2	計画の推進管理	76
3	計画の見直し	76

第1章 計画策定に当たって

1 計画策定の趣旨

道は、北海道消費生活条例（以下「消費生活条例」という。）に基づき、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に当たっては、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こととしています。

このたび、第2次北海道消費生活基本計画（以下「第2次計画」という。）の計画期間が令和元年度（2019年度）末をもって終了することから、経済社会情勢の変化及び第2次計画期間中の取組状況や課題を踏まえ、今後の道における施策を体系的に位置づけるものとして、第3次北海道消費生活基本計画（以下「第3次計画」という。）を策定するものです。

2 計画の位置づけ

- (1) 第3次計画は、消費生活条例第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) 第3次計画は、消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」という。）第10条第1項で規定する都道府県消費者教育推進計画として位置づけるものとします。
- (3) 第3次計画は、「北海道総合計画」が示す政策の基本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。
- (4) 第3次計画は、「持続可能な開発目標（SDGs）」^{（注）}の達成に資するものです。

3 計画の期間

第3次計画の期間は、令和2年度（2020年度）から令和6年度（2024年度）までの概ね5年間とします。

注：持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals：SDGs）

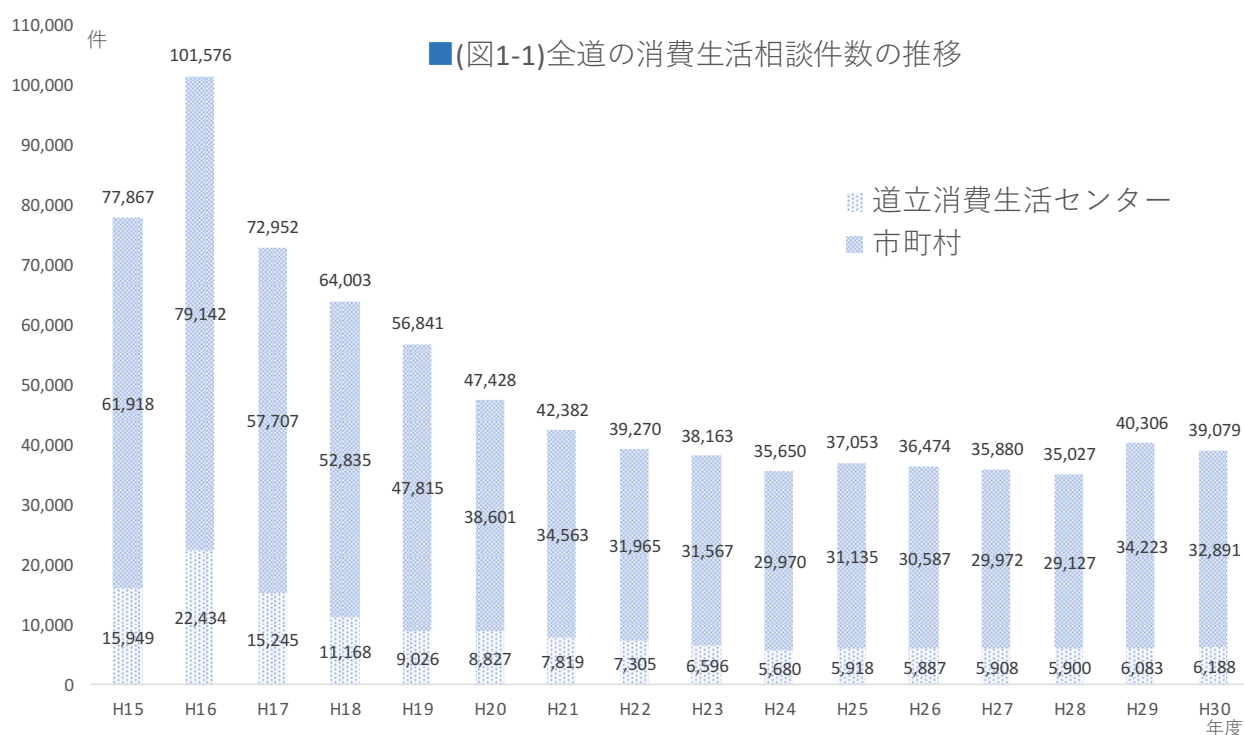
平成27年（2015年）9月に国連サミットで採択された、先進国を含む令和12年（2030年）までの国際社会全体の開発目標。17のゴール（目標）とその下位目標である169のターゲットから構成。

第2章 消費生活を取り巻く現状

1 消費者被害の現状

近年増加している消費生活相談件数

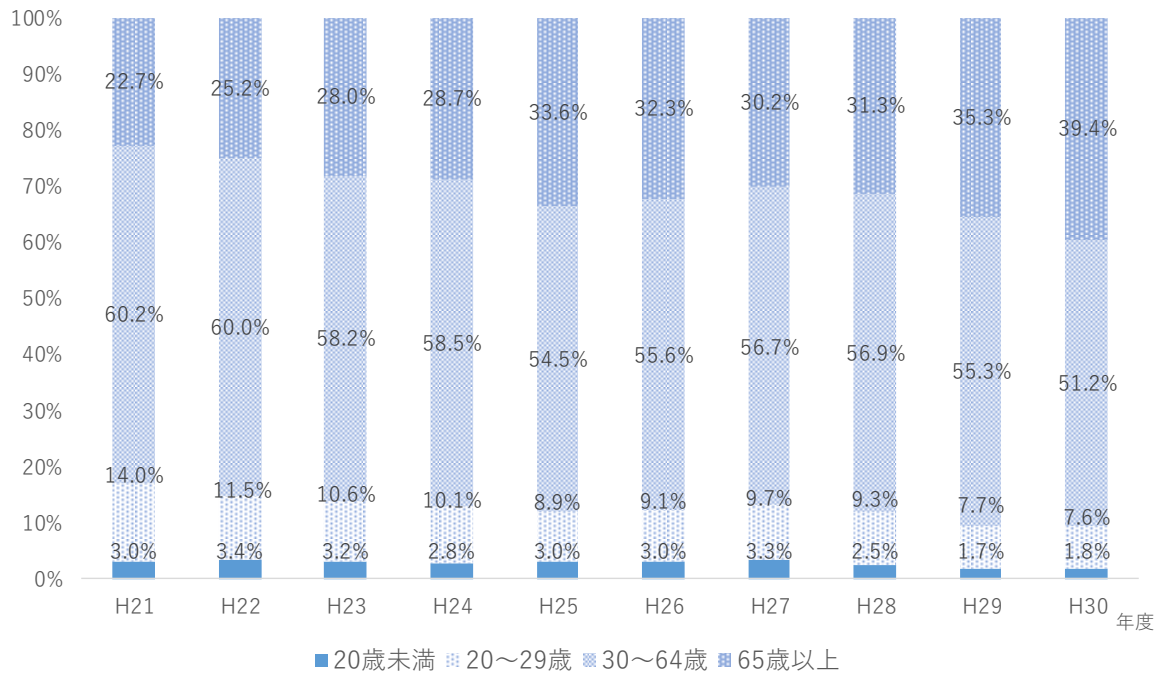
近年の消費生活相談件数の推移をみると、架空請求・不当請求に関連した相談の急増により10万件を超えた平成16年度（2004年度）をピークに平成24年度（2012年度）まで減少傾向が続き、その後平成28年度（2016年度）まで3万5,000件前後で推移しましたが、平成29年度（2017年度）には4万件を超え、平成30年度（2018年度）は約3万9,000件となりました。（図1-1）



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

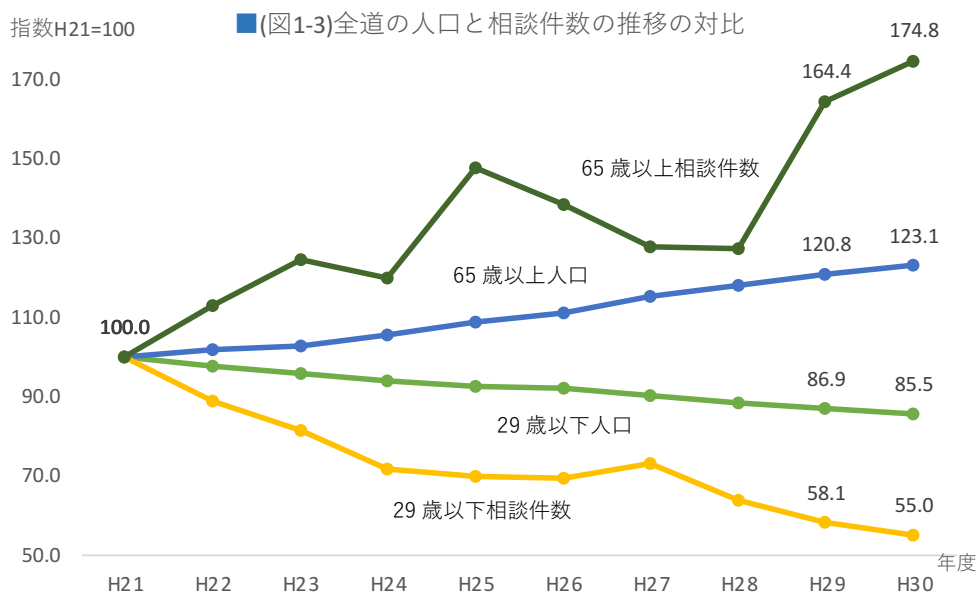
特に近年、携帯電話、スマートフォンやタブレット等移動端末の普及により、インターネットの利用が幅広い年代に浸透し、通信関係の相談が多数を占めていることに加え、はがき等を媒体とした架空請求に関する主に65歳以上の高齢者からの相談件数が増加傾向で推移しています。消費生活相談に係る契約当事者の年代別の構成をみると、全体に占める契約当事者が65歳以上の相談件数の構成比が拡大を続け、平成30年度（2018年度）には約4割に達している反面、20歳未満及び20～29歳の相談件数の構成比はいずれも低下傾向で推移しており、近年は合わせて29歳以下としても全体の1割を割り込んでいます。（図1-2）

■(図1-2)全道の契約当事者年齢別相談件数構成比の推移



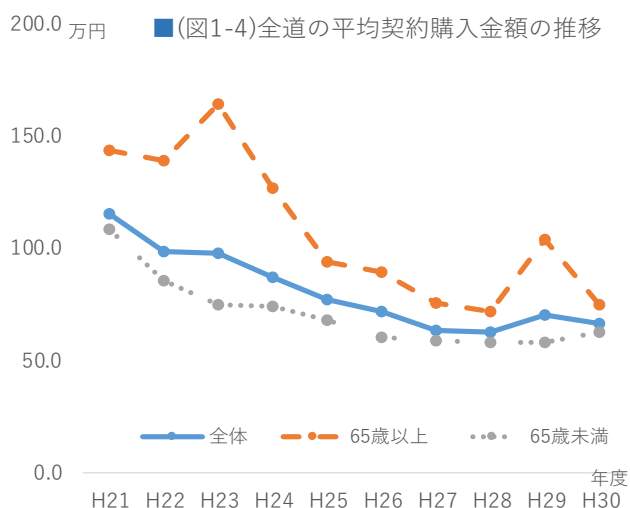
資料出所：PIO-NET に登録された消費生活相談情報から作成
年齢不明は総件数から除外して構成比を算出している。

平成 21 年度（2009 年度）を 100 として 65 歳以上と 29 歳以下の相談件数と人口を指数化した数値をみると、65 歳以上では人口の増加率よりも相談件数の増加率が高いのに対し、29 歳以下では人口の減少率よりも相談件数の減少率が高いことがわかります。（図 1-3）

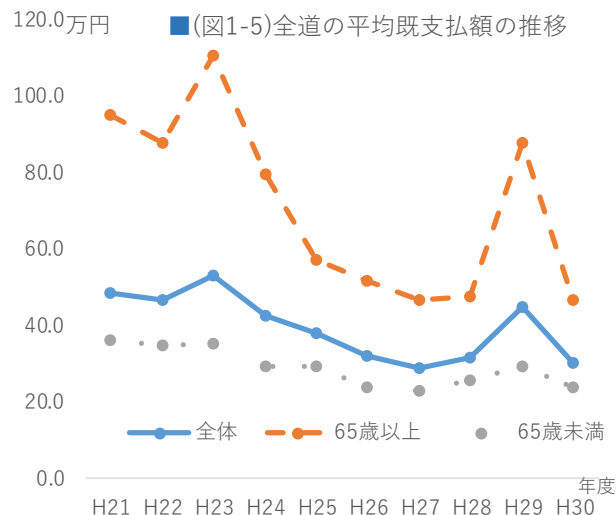


資料出所：相談件数は PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成。人口は住民基本台帳人口（道総合政策部）から作成。平成 21 年（2009 年）を 100 として指数化した数値の推移。

消費生活相談 1 件あたりの平均契約購入金額や平均既支払額の推移をみると、全体としては減少傾向にあります。65 歳以上の相談者に係る金額は 65 歳未満の相談者に係る金額を常に上回っており、既支払額では 2 倍程度となっています。高齢者の消費者被害が特に深刻であることを表しています。（図 1-4 及び 1-5）



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



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

この 5 年間の商品・サービス別消費生活相談件数をみると、

- 平成 29 年度（2017 年度）以降「商品一般」が急増し、相談件数で最多となりました。この増加が、相談件数全体を大きく押し上げているものと考えられます。

これは、はがきによる架空請求に関する相談が、平成 29 年度（2017 年度）以降、急激かつ大幅に増加したことによるものと考えられます。架空請求に関する相談件数は、特に 65 歳以上の相談の増加が著しく、手口としては、はがきにより法務省や裁判所など国の機関名などを騙り、「裁判をする」などの不安をあおるような文面を用い、記載されている電話番号へ連絡させるよう誘導するものです。（図 1-7 及び 1-8）

- 平成 26 年度（2014 年度）から 28 年度（2016 年度）までは「放送・コンテンツ」が最多であり 6,000 件程度で推移しましたが、平成 29 年度（2017 年度）から減少しています。これは、アダルト情報サイト等のデジタルコンテンツに関する相談が減少していることによるものですが、相談件数の水準としては依然として高水準となっています。
- 「インターネット通信サービス」及び「移动通信サービス」に係る相談、特にインターネット接続回線、プロバイダ契約、携帯電話・スマートフォンの契約などで、通信サービスに関する相談件数が、高水準で推移しました。

- 「レンタル・リース・貸借」に関する相談はこの5年間 2,300 件程度の件数で推移しており、アパート等賃貸借契約時の退去時のトラブルが依然として多数発生しているものとみられます。
- 健康食品と化粧品に関する相談件数の合計が、特にインターネット通販での定期購入による解約トラブルが急増し、平成26年度（2014年度）の件数と比べ平成30年度（2018年度）には約1.7倍に増加しています。

以上を総合すると、第2次計画期間中の傾向としては、架空請求関係の急増に加え、インターネットに関連するサービス（特にデジタルコンテンツ、インターネット接続回線や携帯電話サービス等）に関する相談が上位を占めているといえます。（表1-6）

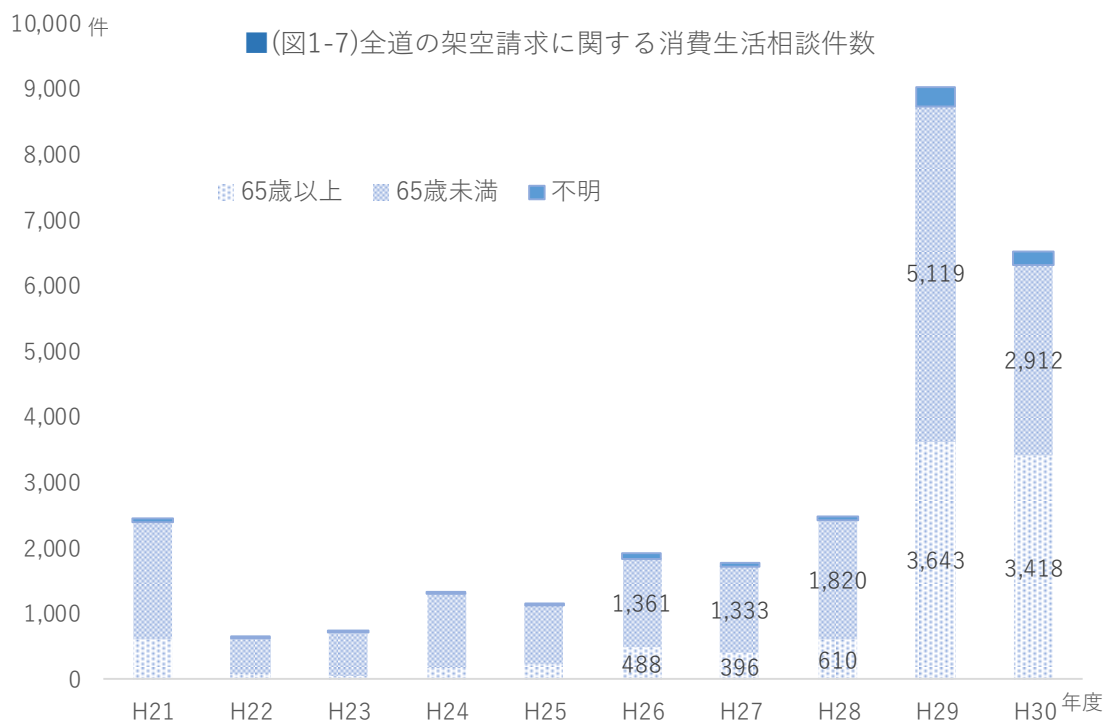
■(表1-6)全道の商品・サービス別消費生活相談件数（上位10位）（注）

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
	商品・サービス名	件数	商品・サービス名	件数	商品・サービス名	件数	商品・サービス名	件数	商品・サービス名	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%

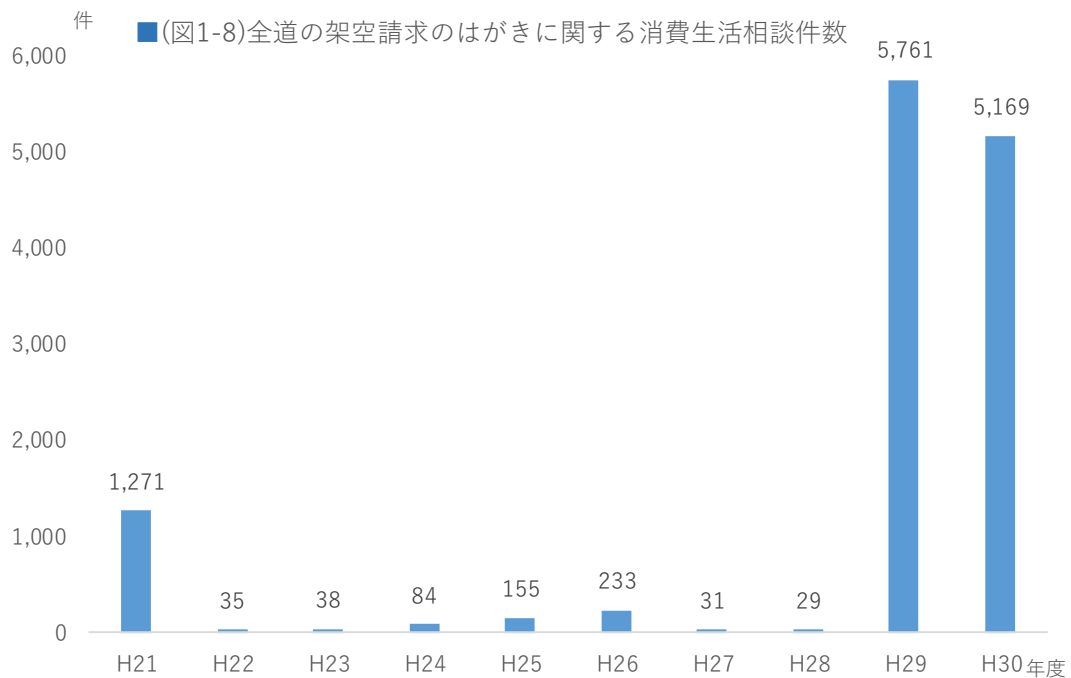
資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

注：表1-6の「商品・サービス名」欄の名称について、代表的な商品・サービスは以下のとおり。

- 放送・コンテンツ等：有料情報サイト等デジタルコンテンツ、テレビ放送サービス
- レンタル・リース・貸借：集合住宅の賃貸契約
- インターネット接続サービス：光ファイバー通信
- 移动通信サービス：携帯電話サービス
- 工事・建築・加工：戸建住宅の工事契約
- 融資サービス：フリーローン、サラ金



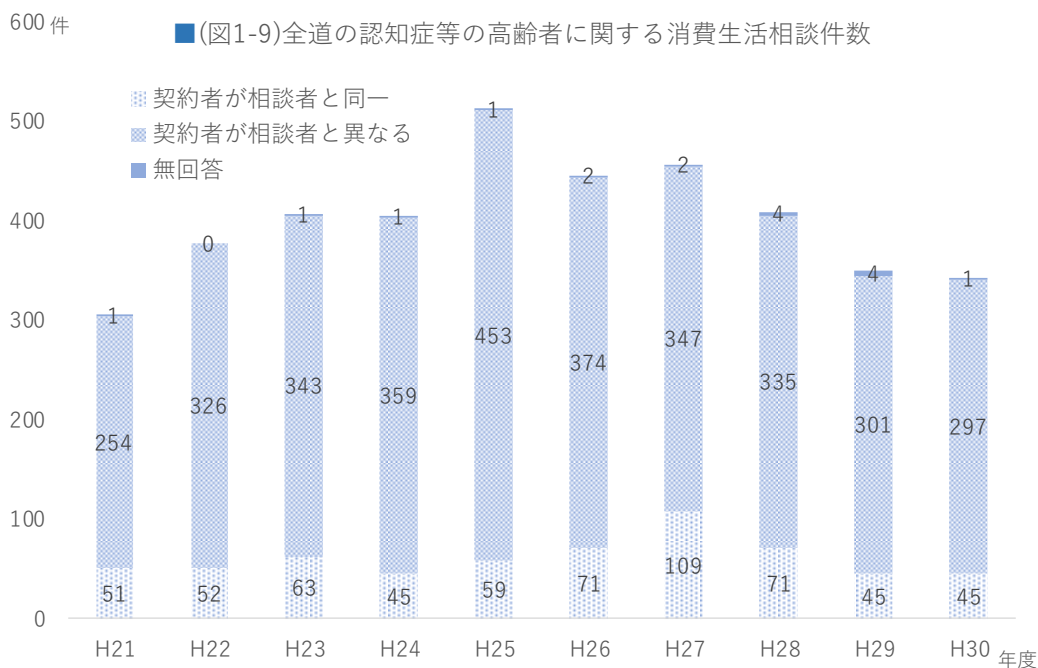
資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成



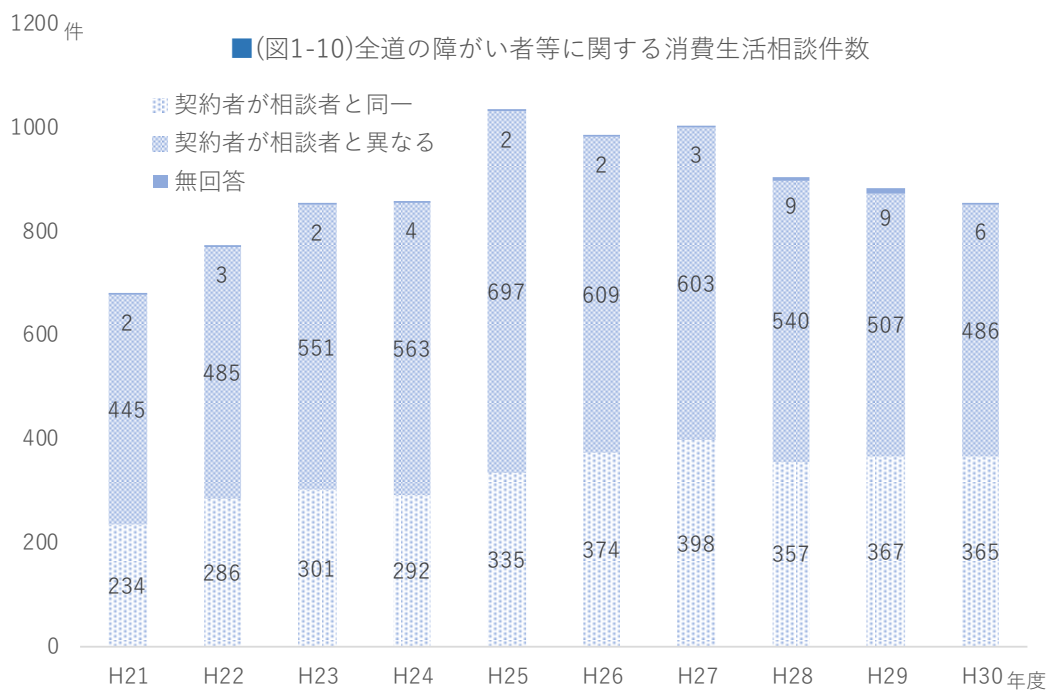
資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

認知症等の高齢者や障がい者等の消費生活相談状況

65歳以上の高齢者の消費生活相談件数は増加（図1-3参照）していますが、認知症等の高齢者及び障がい者に関する消費生活相談件数に限ると、この5年間、減少傾向を示しています。また、契約当事者本人から寄せられる相談は少なく、特に認知症等の高齢者では8割以上が本人以外からの相談です。特に認知症など判断力が不十分な高齢者は消費者被害に遭っているという認識が低く、問題が潜在化しやすい傾向があるため、周囲の見守りが必要です。（図1-9及び1-10）



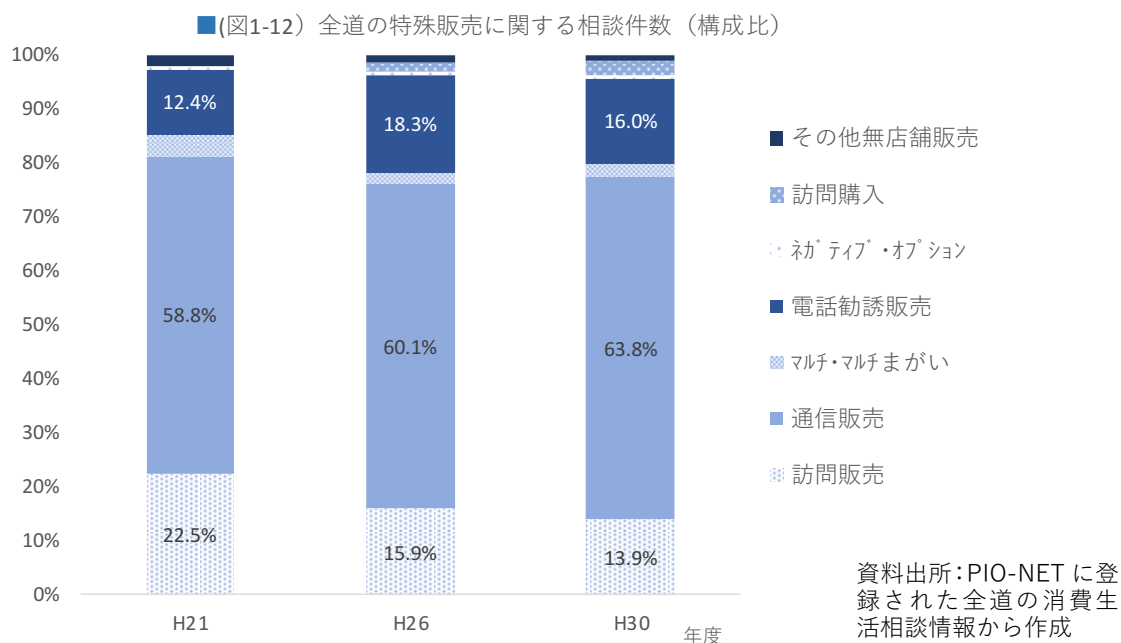
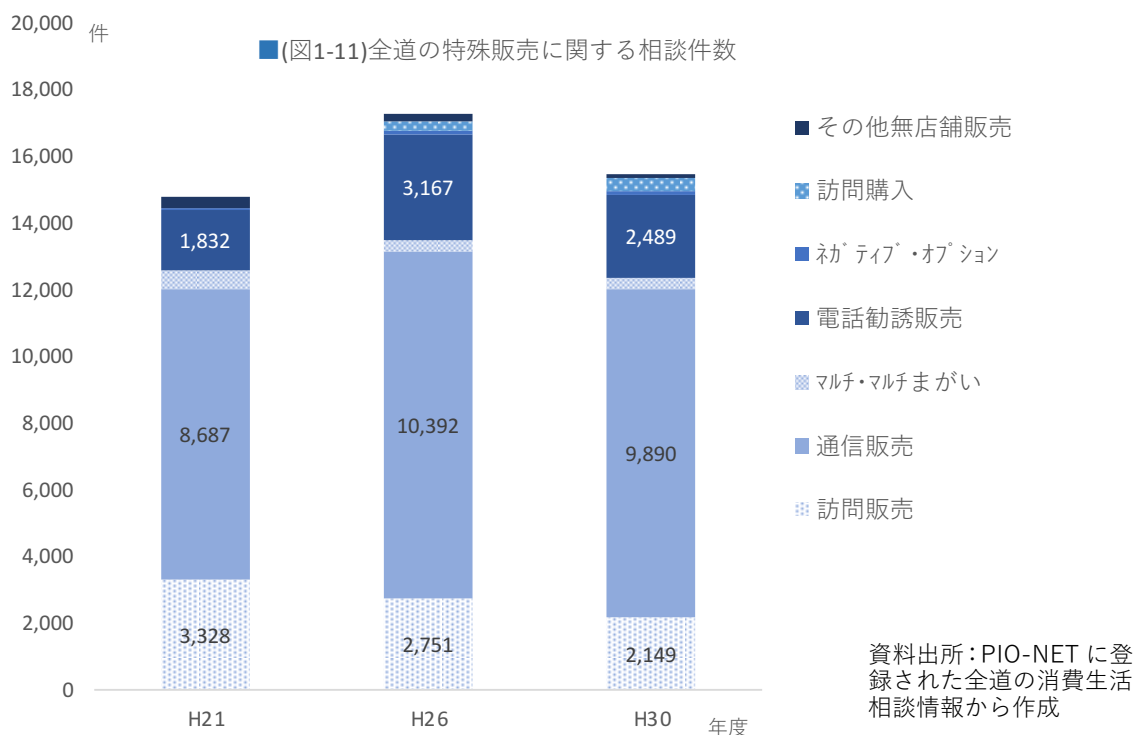
資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成



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

特殊販売に関する消費生活相談傾向

訪問販売、通信販売、電話勧誘販売等の特殊販売に関する消費生活相談状況の推移をみると、最も相談件数が多いのは通信販売であり、特殊販売全体の6割を超え、その割合も拡大傾向にあります。その反面、訪問販売に関する相談は減少傾向で推移しており、全体に占める割合も縮小しています。電話勧誘販売は一時的に増加傾向を示したものの直近では減少しています。(図1-11及び1-12)



消費生活相談件数を契約当事者の年代別にみると、訪問販売、電話勧誘販売、ネガティブ・オプション、訪問購入では60歳代以上の高齢者層の相談が大きなウェイトを占める反面、マルチ・マルチまがい取引では20歳代の若年層の相談割合が高くなっています。また、通信販売は、すべての年代の消費者から相談が寄せられています。（表 1-13）

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

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

近年、高齢者層の通信販売に係る相談が増加しており、テレビショッピングの他に、パソコンや携帯電話・スマートフォン等の普及により、それらを介したインターネット通販等に係わる相談が増加していることが背景とみられます。一方で、29歳以下においては、以前は多かった架空請求やワンクリック詐欺などの内容での通信販売の相談件数は大きく減少しています。（表 1-14 及び 1-15）

■(表 1-14)全道の通信販売に係る契約当事者別相談件数（平成 21 年度（2009 年度）と平成 30 年度（2018 年度））
の比較（単位:件）

年齢層	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
平成 21 年度	668	1,459	2,012	1,627	1,023	823	754	321	8,687
平成 30 年度	383	882	1,087	1,825	1,889	1,742	1,511	571	9,890

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

■(表 1-15)全道の通信販売相談件数の伸び率（平成 21 年度（2009 年度）→平成 30 年度（2018 年度））への寄与度

年齢層	29歳代以下	30～59歳	60歳代以上	その他・不明	全体
伸び率	-9.9%	1.6%	19.3%	2.9%	13.8%

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

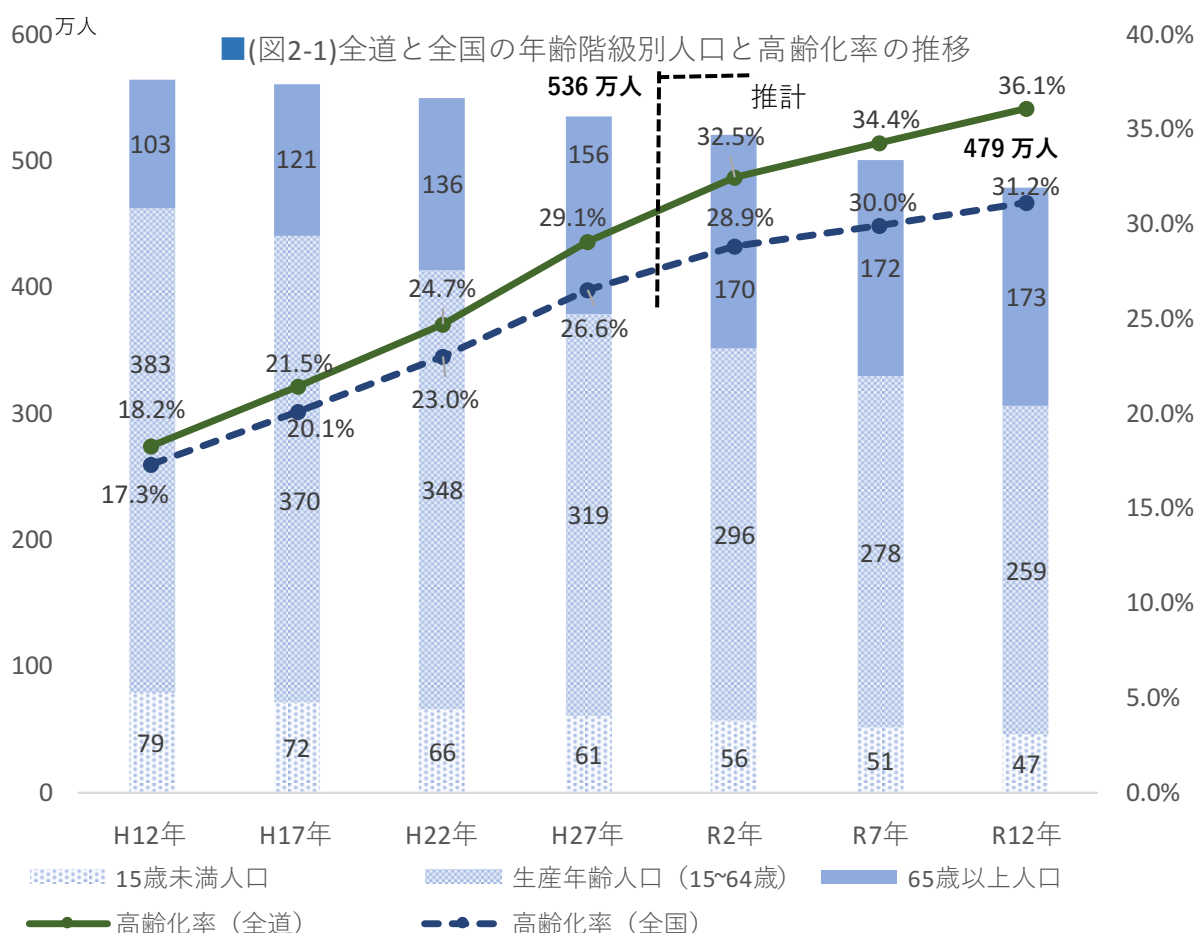
2 消費者を取り巻く社会環境の変化

(1) 人口減少と高齢化・在住等外国人の増加

全国を上回るスピードで進む人口減少と高齢化

本道の人口は既に減少局面に入っており、全国を上回るスピードで高齢化が進んでいます。

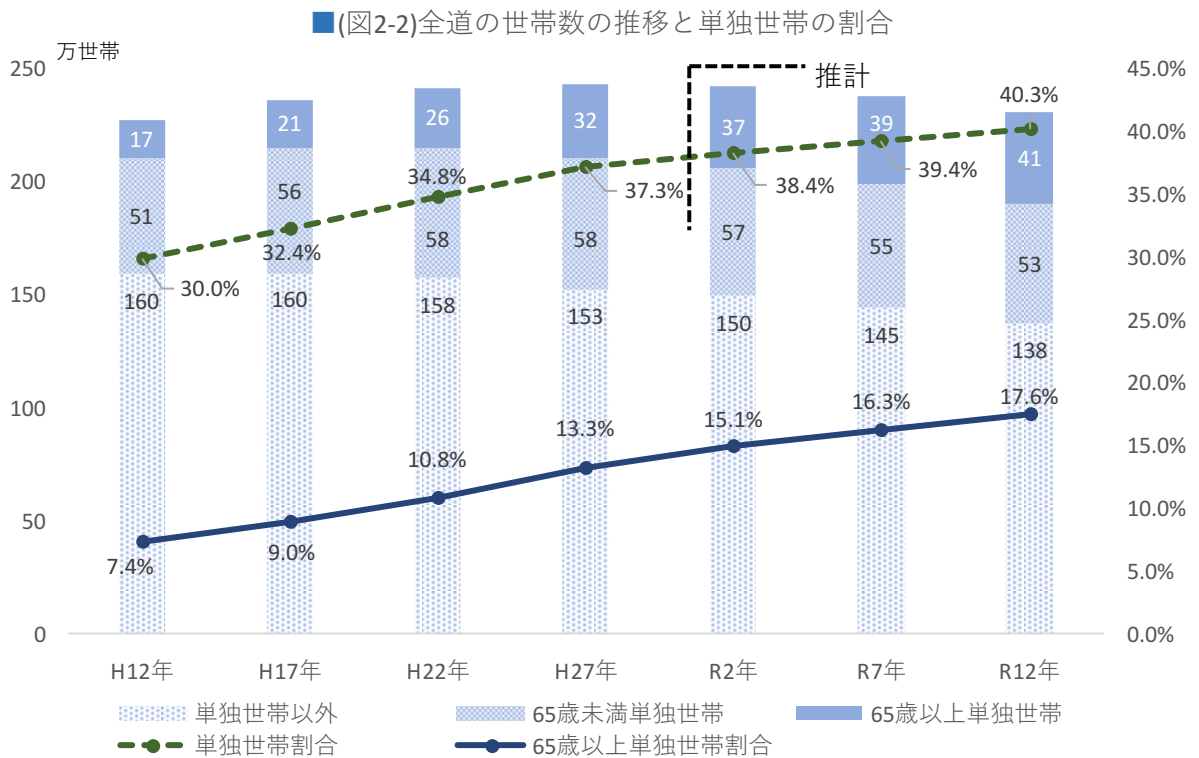
国立社会保障・人口問題研究所による将来人口の推計によると、令和12年（2030年）までには、主として生産年齢人口が大きく減少することから、本道の総人口は479万人まで減少する一方で、65歳以上の人口は173万人に増加し、よって高齢化率は36.1%に達するものと推計されています。（図2-1）



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。

また、本道における世帯数は、平成 27 年（2015 年）をピークに減少に転じるものの、65 歳以上の単独世帯だけが増加を続け、令和 12 年（2030 年）には 41 万世帯となるものと推計されています。（図 2-2）

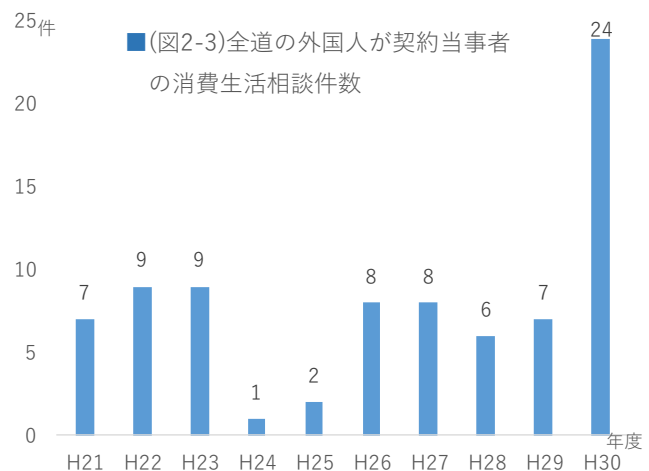
今後、高齢者の単独世帯が増加することにより、家族や周囲の目が届きにくく消費者被害が潜在化する可能性が高まることが懸念されます。



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。

訪日又は在住外国人の増加

本道を訪れる外国人や道内に居住する外国人が増加していることに伴い、消費者トラブルの発生も懸念されます。現状としては、外国人を契約当事者とする消費生活相談件数は極めて少ない状況ですが、平成 30 年度（2018 年度）に入り増加しています。（図 2-3）



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) 民法改正による成年年齢の引下げ

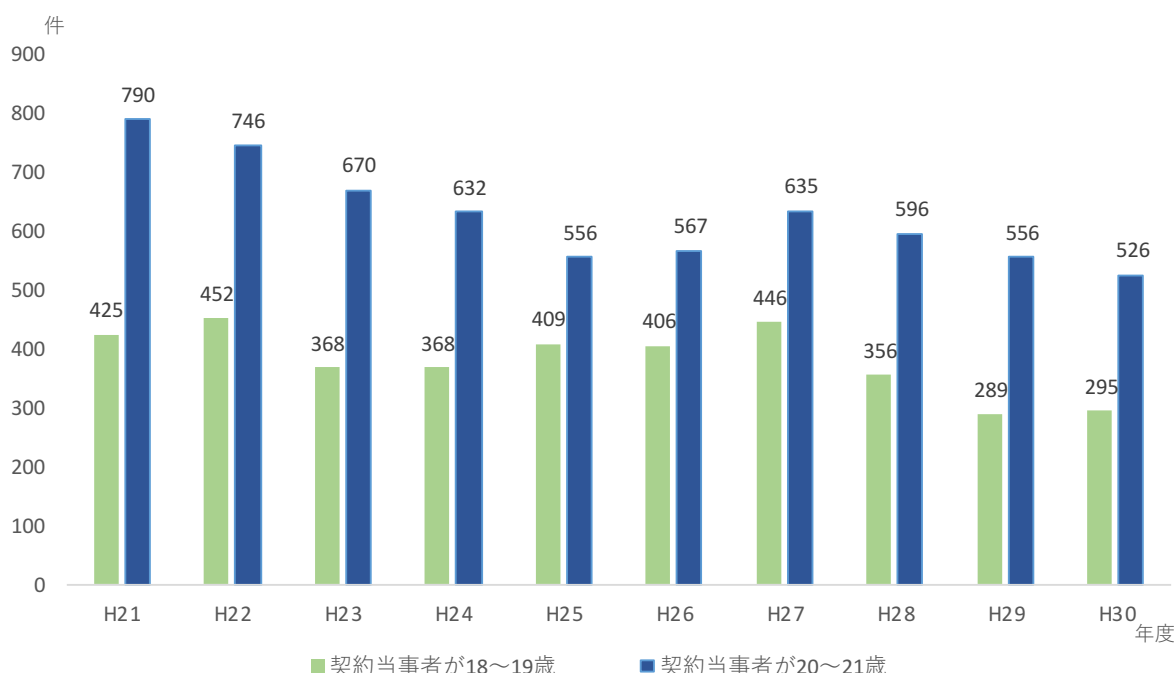
民法の一部改正の施行により、令和4年(2022年)4月から、成年年齢が18歳に引き下げられます。

民法では、未成年者が法定代理人の同意を得ないでした法律行為は取り消すことができる(未成年者取消権)旨、定められていますが、成年年齢が18歳に引き下げられると、18歳に達した時点から未成年者取消権を行使できなくなることから、18歳と19歳の若者が新たに悪質事業者のターゲットとされる可能性があります。

近年の消費生活相談件数をみると、18歳から19歳までを契約当事者とする相談と比べ、20歳から21歳までを契約当事者とする相談件数が上回る傾向がみられ、2倍近くの件数となっている年度もあります。特に18歳は、多くの者が高校を卒業し大学等への進学や就職するなど、生活環境が大きく変わる時期でもあります。成年年齢が18歳に引き下げられると、この年齢層における消費者被害の拡大と深刻化が懸念されます。(図2-4)

このため、民法の成年年齢の引下げを見据えて、18歳から19歳までを中心とする若年者層に対して、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ていく必要があります。

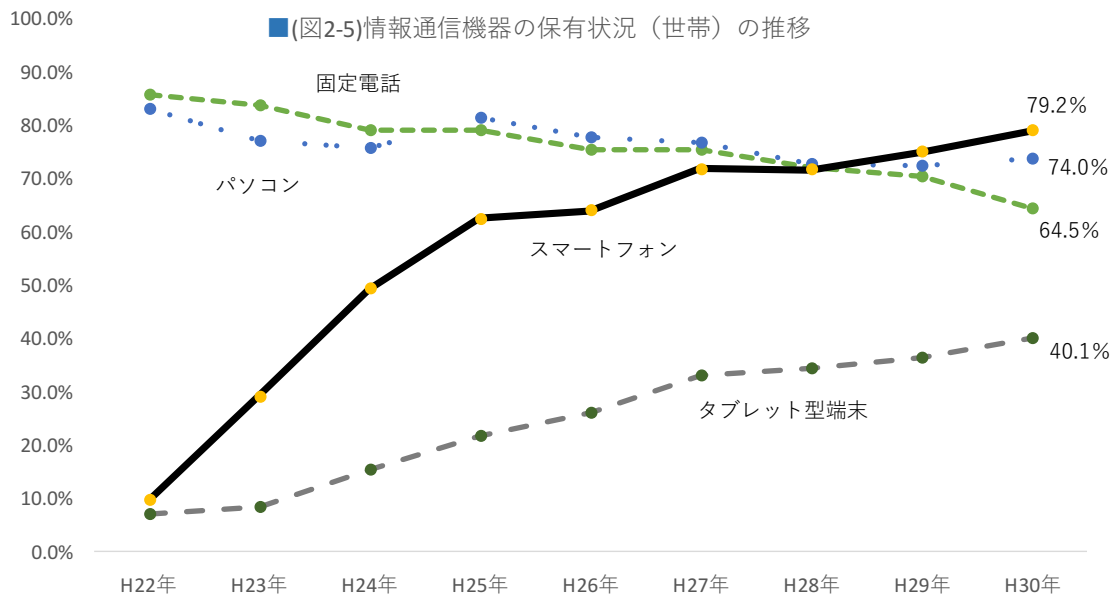
■(図2-4)全道の契約当事者が18～19歳と20～21歳の消費生活相談件数



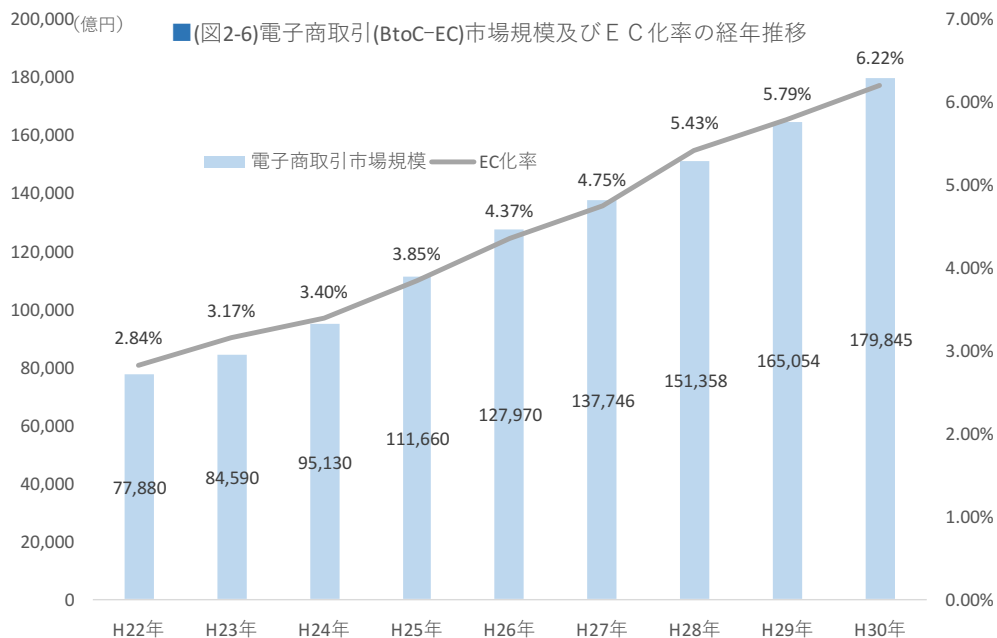
資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

(3) 高度情報通信社会化の進展

近年のインターネットなど情報通信技術の発展は、消費者の生活に大きな変化をもたらしています。スマートフォン、タブレット等の普及や情報通信の技術革新によって、誰もが簡単にインターネット環境にアクセスできるようになり、このような状況を背景に、オンラインサービスを介して、誰もがいつでもどこでも商取引ができる電子商取引市場が拡大しています。（図 2-5 及び 2-6）



※当該比率は、隔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：通信利用動向調査（総務省）

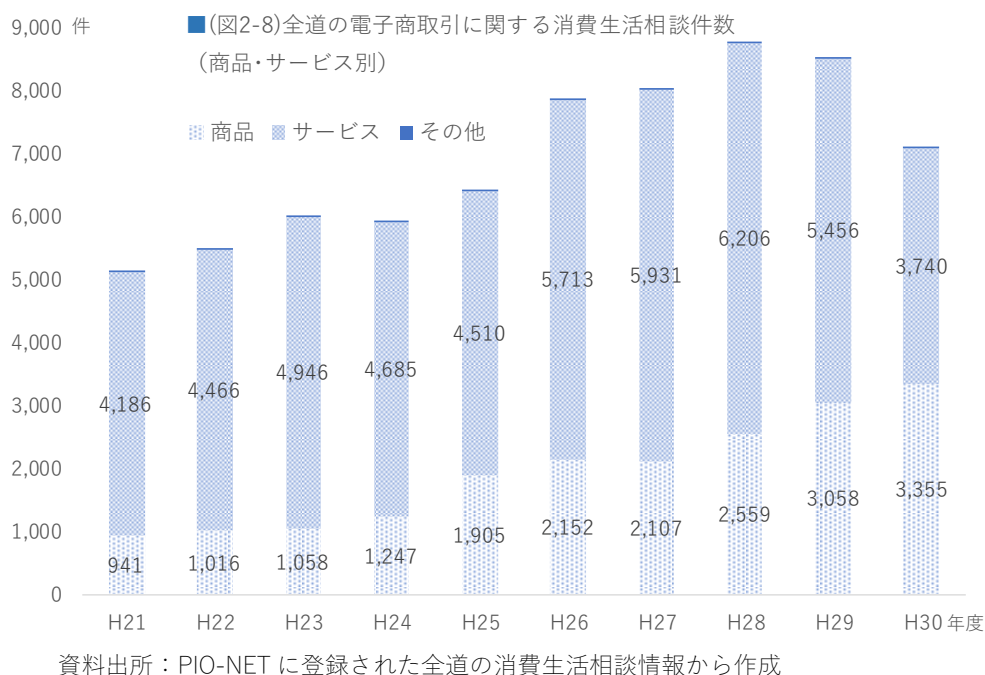
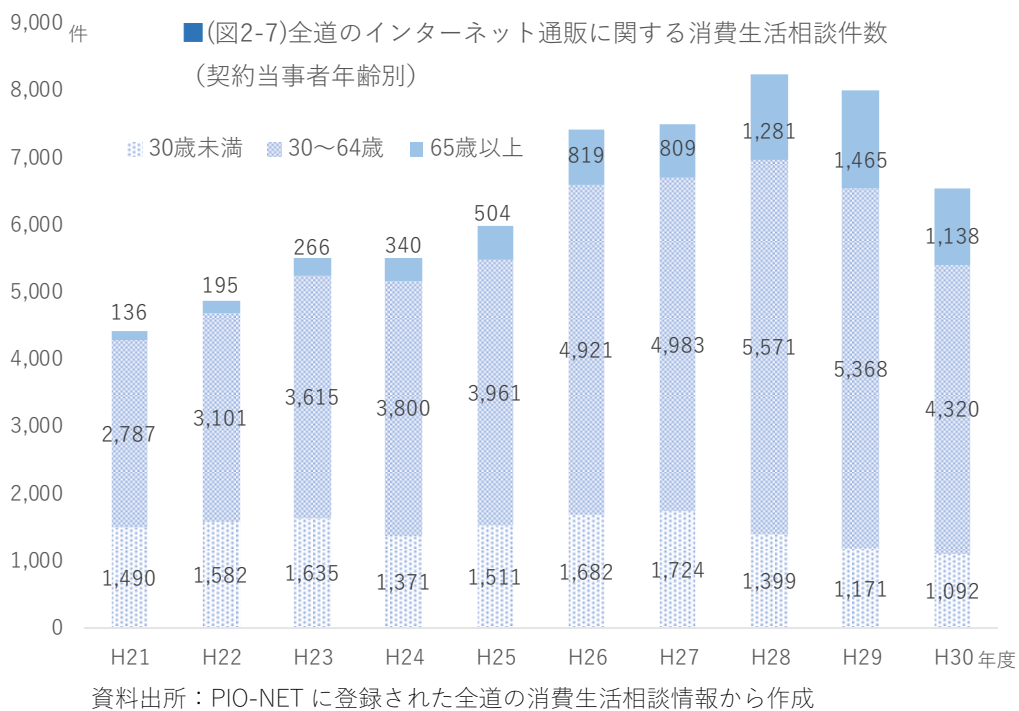


資料出所：平成 30 年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書（経済産業省）

※「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、対面（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。

インターネットを介した取引を誰もが手軽にできるようになった結果、インターネット通販に関する消費生活相談件数も近年大きく増加しており、このため、電子商取引に関する消費者トラブルも増加傾向にあり、特に商品の購入に係る消費生活相談件数が近年増加しています。

中でも30歳未満の層の相談が減少傾向にある反面、65歳以上の高齢者層の相談が増加しており、スマートフォンなどの情報通信機器が高齢者層にまで普及した結果、電子商取引においても高齢者の消費者被害が増加しているものとみられます。（図2-7及び2-8）

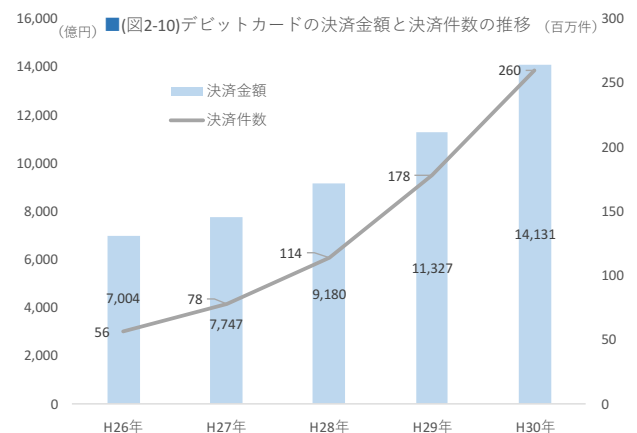
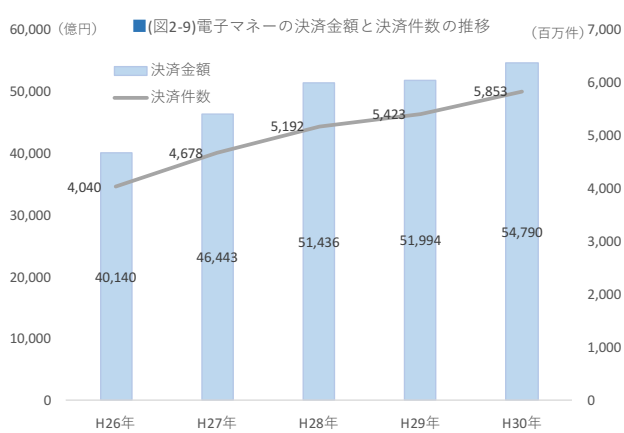


(4) 決済手段の多様化・高度化

決済手段の多様化・高度化が進んできており、現金以外での決済の利便性が消費者に認識されるようになったことに伴い、クレジットカードやデビットカード、電子マネー、プリペイドカード等の「キャッシュレス決済」に関する消費生活相談が近年大きく増加しています。(図 2-9～2-13)

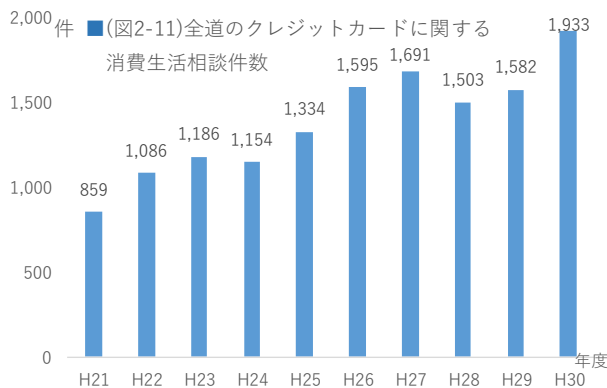
また、近年、支払・資金決済ツールや投資対象として利用される暗号資産(仮想通貨)に関しても、相談件数が平成 29 年度(2017 年度)以降急増しています。(図 2-14)

決済手段の多様化・高度化は消費者の利便性の向上に寄与している一方で、カード情報の漏洩や悪用、悪質商法の支払い手段として利用されるなどの消費者被害を発生させています。

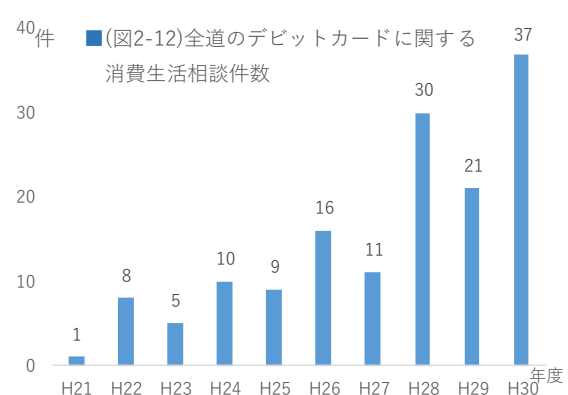


資料出所：決済動向（日本銀行）

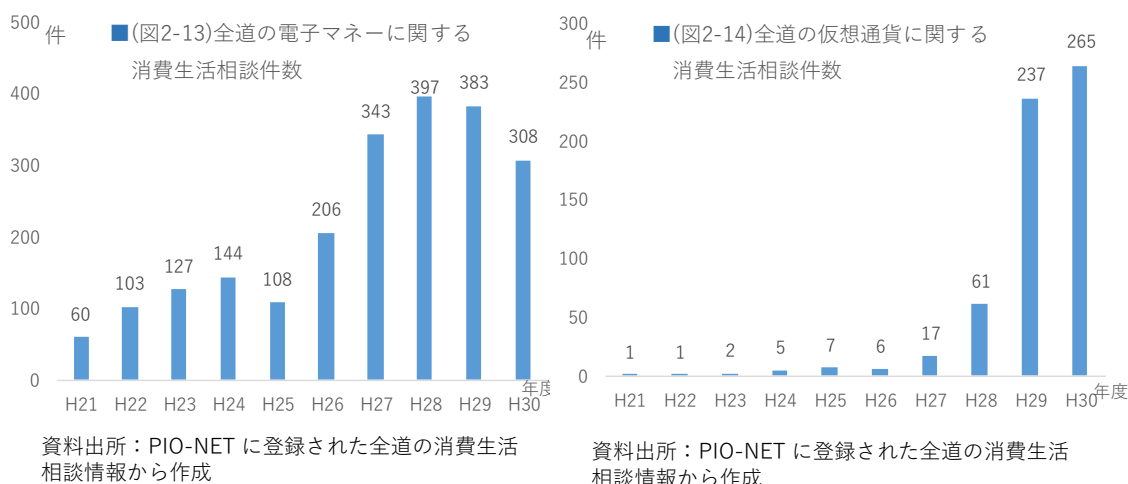
※電子マネーは、プリペイド方式のうち IC 型の電子マネーが対象。楽天 Edy、SUGOCA、ICOCA、PASMO、Suica、Kitaca、WAON、nanaco のデータを集計したもの。交通系については、乗車や乗車券購入に利用されたものは含めていない。デビットカードは、本邦にてデビットカードを取り扱っている日本電子決済推進機構（JEPP）、株式会社ジェーシービー、ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社、銀聯国際日本支社の 4 調査先から提供された係数を集計したもの。国内外の加盟店取引と海外 ATM における利用を含む。国内 ATM における利用は含まない。



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



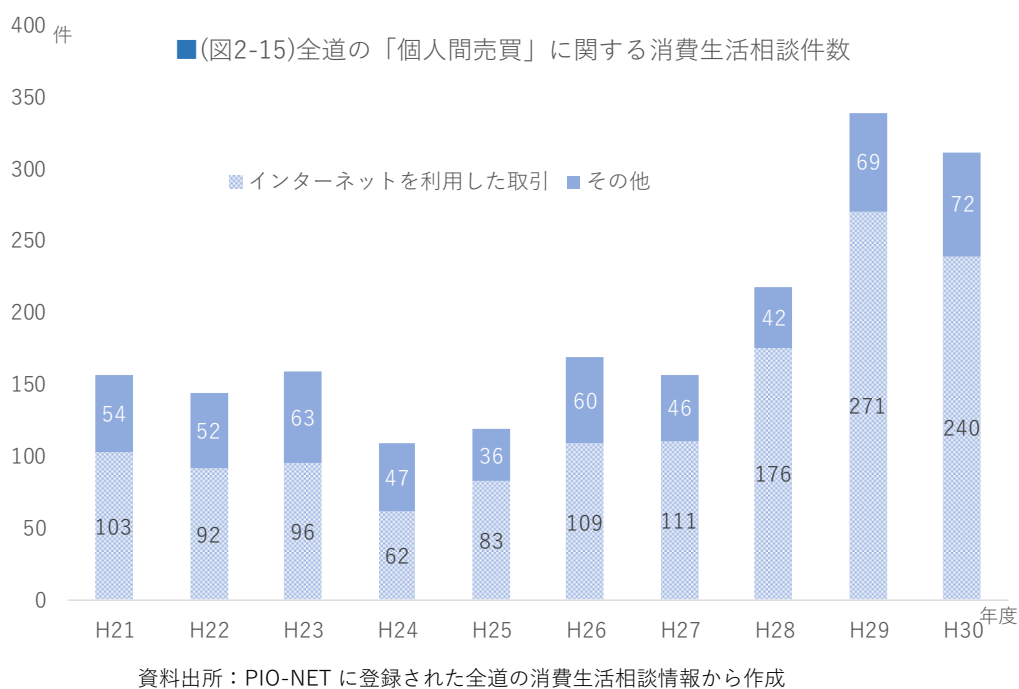
資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成



(5) 消費者間取引の増加

デジタル化の進展は新たなビジネスモデルを生み出しており、消費者間における取引市場の基盤となるデジタルプラットフォームの発展により、フリーマーケットサービスをはじめとするシェアリング・エコノミーに係る取引も発展し、インターネットを介した個人間売買が容易にできるようになったことに伴い、そのような個人間売買に関する消費生活相談も近年急増しています。(図2-15)

しかし、消費者間の取引については、消費者保護を目的とする法制度が適用できず、消費生活センター等によるトラブルの解決が困難であるなど、消費者被害の救済の上で、問題が生じています。



(6) 社会や環境を意識した消費行動

平成 27 年（2015 年）9 月、「国連持続可能な開発サミット」において、17 の目標と 169 のターゲットで構成される「持続可能な開発目標（SDGs）」を中核とする「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が採択され、平成 28 年（2016 年）1 月に正式に発効しました。

国際社会では、かけがえのない地球環境を守り、多様性と包摂性のある社会の実現に向けて、この SDGs を共通の指針として掲げ、取組が広がっています。

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、オール北海道で SDGs の目標に向けて取り組むこととしています。

SDGs では「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、当該目標達成のためのターゲットとして、「世界全体の一人当たりの食料廃棄を半減させ、生産・サプライチェーンにおける食品ロスを減らす」、「廃棄物の発生を大幅に削減」、「持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする」などが盛り込まれています。

CO₂ 排出量の増加による地球温暖化、気候変動やマイクロプラスチック排出による海洋汚染など、消費行動は地球環境に大きな影響を与えており、消費者もまた地球環境に大きな責任を負っているといえます。

消費者は、自らの行動が経済社会や地球環境に与える影響を自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に参画する「消費者市民社会」を形成する担い手でもあり、消費者基本計画（平成 27 年（2015 年）3 月 24 日閣議決定）では、「地域の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り組む必要があるとされています。

今後、道においても、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です。



第2次計画期間である平成26年度（2014年度）以降の国の消費者行政の動向は次のとおりです。

（1）基本政策

第3期消費者基本計画の策定

人口減少、高齢化、独居化、高度情報通信社会や消費生活におけるグローバル化の進展など消費者を取り巻く環境変化と課題を踏まえ、目指すべき姿や、地域の体制や取組の充実、新たに生じる消費者問題への機動的対応など、消費者政策を推進する上で考慮すべき視点など、消費者政策の基本的方針を示した第3期消費者基本計画が策定され、平成27年（2015年）3月に閣議決定されました。計画には、平成27年度（2015年度）から5年間で取り組むべき施策の内容と、計画を効果的に実施するための工程表の作成や実施状況を検証・評価・監視することなどについて定められています。

その後、令和2年度（2020年度）からの5年間を対象期間とする第4期計画を策定するため、そのあり方について検討を行う「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」が平成29年（2017年）10月に消費者庁に設置され、平成30年（2018年）12月に検討会報告書が公表されました。

「消費者行政新未来創造オフィス」を徳島県内に開設

平成29年（2017年）7月、実証に基づいた政策の分析・研究機能をベースとした消費者行政の発展・創造の拠点として、消費者庁が「消費者行政未来創造オフィス」を徳島県内に開設しました。

（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）、「どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心が確保される地域体制を全国的に整備すること」を目指し、「相談窓口のない自治体の解消」、「消費生活センター設立の促進」等を目標として掲げて、「地方消費者行政強化作戦」が策定されました。また平成27年（2015年）には、第3期消費者基本計画の策定を踏まえ、消費者教育や見守りネットワークの構築に関する目標を追加する改訂が行われました。

令和元年（2019年）5月に「地方消費者行政強化作戦2020策定に関する懇談会」が消費者庁に設置され、策定に向けた審議を行い、同年9月、「地方消費者行政強化作戦2020」の策定に向けた考え方をとりまとめた報告書が作成されました。

地方消費者行政への財政支援

平成26年度（2014年度）補正予算から、それまでの基金（地方消費者行政活性化基金）による支援から、単年度の交付金である「地方消費者行政推進交付金」に移行し、平成29年度（2017年度）には当該推進交付金による新規事業立ち上げが最終年度を迎え、平成30年度（2018年度）からは「地方消費者行政強化交付金」に移行しました。

（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

平成27年（2015年）には食品表示法違反行為についても、消費者団体訴訟制度で差止請求権を行使できることとなりました。

また、平成25年（2013年）に成立した「消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律」が平成28年（2016年）10月に施行され、消費者の財産的被害を集団的に回復するために特定適格消費者団体が、個々の消費者に代わり訴訟を通じて集団的な被害の回復を求めることができる制度の運用が開始されました。

（4）消費生活相談

「消費者ホットライン」188番の開始

平成27年（2015年）7月、消費生活センター等の消費生活相談窓口の存在・連絡先を知らない消費者に対し、近くの消費生活相談窓口を案内する全国共通の3桁の電話番号である「消費者ホットライン」188（いやや）番が、開始されました。その後、平成30年（2018年）7月には、イメージキャラクター「イヤヤン」が発表されています。

消費者安全法の改正

平成28年（2016年）4月に改正法が施行され、消費者安全確保地域協議会の法定化等が図られるとともに、消費生活相談における都道府県の役割の明確化、「消費生活相談員」及び消費生活相談員資格試験の法定化（国家資格化）、消費者行政職員及び消費生活相談員に対する研修の実施、市町村に対する助言・協力その他必要な支援を行う「指定消費生活相談員」制度の創設が行われました。

海外事業者との紛争解決及び訪日観光客からの相談

平成 27 年（2015 年）、外国に所在する事業者の越境取引に関するトラブルの円滑な解決を図るため、事業者が所在する国の消費者相談機関と連携して紛争解決の支援を行う「国民生活センター越境消費者センターCCJ」が設置されました。これは、平成 23 年（2011 年）消費者庁が設置した「越境消費者センター」を国民生活センターに移管したものです。

また、平成 30 年（2018 年）12 月には、日本を訪れた外国人観光客が、日本滞在中に消費者トラブルに遭った場合に相談できる電話相談窓口として、国民生活センターに「訪日観光客消費者ホットライン」が開設されました。

（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（2015 年）4 月、施行され、食品衛生法、日本農林規格等に関する法律（JAS 法）、健康増進法の食品表示に係る規定を統合し、食品表示制度の包括的一元化が図られました。

また、平成 30 年（2018 年）には改正され、食品を回収する食品関連事業者に回収に着手した旨及び回収状況の届出が義務づけられました。

食品表示に関する法令の改正

平成 29 年（2017 年）9 月、輸入品を除く全ての加工食品について、重量割合上位 1 位の原材料の原産地を義務表示の対象とすること等を内容とする食品表示基準の一部を改正する内閣府令が公布されました。

また、平成 31 年（2019 年）4 月には、遺伝子組み換え食品の表示について、分別生産流通管理を実施し遺伝子組み換え農産物の混入を 5 %以下に抑えているものについて、これまでは「遺伝子組み換えでない」との表示が認められていたところ、今後は「適切に分別生産流通管理している」旨の表示ができることとし、遺伝子組み換え農産物が「不検出」の場合に限り「遺伝子組み換えでない」旨の表示を認めることとする食品表示基準の一部を改正する内閣府令が公布されました（令和 5 年（2023 年）4 月 1 日から施行）。

不当景品類及び不当表示防止法の改正

平成 26 年（2014 年）12 月、改正法が施行され、都道府県知事の権限強化（措置命令権限）及び事業者の表示管理体制の整備等が計られました。また、平成 28 年（2016 年）4 月には、課徴金制度の導入に係る改正が施行されました。

電気通信事業法の改正

平成 28 年（2016 年）5 月、改正法が施行され、事業者の書面交付義務や勧誘継続行為の禁止等の行為規制、初期契約解除制度を内容とする民事ルールの整備が図られました。

特定商取引に関する法律の改正

平成 29 年（2017 年）12 月、改正法が施行され、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売における規制対象の拡大、処分事業者の役員等に対する業務禁止命令制度の創設など規制強化が図られました。

資金決済に関する法律の改正

平成 29 年（2017 年）、改正法が施行され、仮想通貨の定義が規定され、仮想通貨交換業について登録制が導入されました。

消費者契約法の改正

平成 28 年（2016 年）の改正により、不実告知に関する重要事項の範囲の拡大、過量な内容の契約の取消しに関する規定、取消権の行使期間の伸長、事業者の債務不履行等の場合でも、消費者の解除権を放棄させる契約条項等を無効とする規定の追加などが行われました。

また、平成 30 年（2018 年）の改正により、意思表示を取り消しうる不当な勧誘行為（生活上の経験不足の不当な利用など）の追加や、無効となる不当な契約条項（消費者の後見等を理由とする解除条項など）の追加などが行われました。

（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

平成 28 年（2016 年）、消費者庁が事務局となり、関係府省庁が子どもの事故の実態及び子供の事故防止に向けた各種取組等を情報交換し、緊密に連携して、保護者の事故防止意識を高めるための効果的な啓発活動の実施、教育・保育施設等の関係者による取組、子どもの事故防止に配慮した安全な製品の普及等の総合的な取組を推進するために、「子どもの事故防止に関する関係府省庁連絡会議」が設置されました。

平成 29 年（2017 年）には、「子どもの事故防止週間」が創設され、この期間中に共通テーマを掲げて関係府省庁が連携し集中的に広報を実施することとなりました。

(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

平成 24 年（2012 年）8 月、消費者教育推進法が成立し同年 12 月に施行され、同法では「消費者市民社会」が定義されるとともに、「消費者の自立のためには、まずは消費者被害に遭わないよう、消費生活に関する実践的な能力が育まれなければならない、その上で、消費者が自らの行動が社会に与える影響を自覚し、主体的に消費者市民社会の形成に参画することができるようになることが重要である。」との基本理念が示されました。

平成 25 年（2013 年）3 月には消費者庁に「消費者教育推進会議」が設置され、同会議の審議を経て同年 6 月に「消費者教育の推進に関する基本方針」が閣議決定されました。

その後、消費者教育推進会議（第 1 期～第 3 期）での審議が行われ、社会情勢等の変化を踏まえ、平成 30 年（2018 年）3 月に「消費者教育の推進に関する基本方針」の変更が閣議決定されました。

成年年齢の引下げに向けた対応

成年年齢を 20 歳から 18 歳に引き下げる改正民法が令和 4 年（2022 年）4 月から施行されることを見据え、民法の成年年齢が引き下げられた場合に新たに成年となる者の消費者被害の防止・救済のための対応策について、消費者庁長官から消費者委員会への意見聴取を受け「成年年齢引き下げ対応検討ワーキンググループ」が設置され、平成 29 年（2017 年）1 月に若年成人（18～22 歳）の被害防止・救済のための制度整備、処分等の執行の強化、消費者教育の充実など、望ましい対応策の提言がまとめられ、報告書が公表されました。この内容を踏まえ、上記「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の変更に併せて、平成 30 年（2018 年）2 月に「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」（若年者への消費者教育の推進に関する 4 省庁関係局長連絡会議決定）が決定され、平成 30 年度（2018 年度）から令和 2 年度（2020 年度）までを集中強化期間として取組を推進することになりました。

学習指導要領の改訂

消費者教育に関して、売買契約の基礎（小学校:家庭）、計画的金銭管理や消費者被害への対応（中学校:技術家庭）、多様な契約、消費者の権利や責任、消費者保護の仕組み（高等学校:公民、家庭）などが追加されました。

小学校では令和 2 年度（2020 年度）から、中学校では令和 3 年度（2021 年度）から全面実施、高等学校では令和 4 年度（2022 年度）入学生から実施されることとなっています。

倫理的消費

第3期消費者基本計画において、持続可能なライフスタイルへの理解を促進するため、消費者庁において「倫理的消費」等に関する調査研究を実施することとされ、これを受けて、消費者庁では平成27年（2015年）5月「『倫理的消費』調査研究会」を設置し、平成29年（2017年）3月まで、「倫理的消費」の概念、倫理的消費に取り組む必要性や消費者、事業者、行政のそれぞれの視点から見た意義、求められる推進方策の方向性など幅広く検討し、平成29年（2017年）4月「『倫理的消費』調査研究会とりまとめ～あなたの消費が世界の未来を変える～」がとりまとめられ、公表されました。また、研究会開催と並行して、全国で「エシカル・ラボ」を開催し、その普及に努めています。

食品ロスの削減の取組

平成24年度（2012年度）から毎年度「食品ロス削減関係省庁連絡会議」を開催し、食品ロス削減に向けた国民運動「No-Food loss Project」を展開し、食品ロスの削減の総合的な推進を図っており、その後、令和元年（2019年）5月に「食品ロスの削減の推進に関する法律」が公布、同年10月1日に施行されました。

架空請求対策パッケージ

平成29年度（2017年度）以降の架空請求事案の急増を受けて、平成30年（2018年）7月、「架空請求対策パッケージ」を消費者政策会議において決定し、その中で、架空請求がなされてから被害が発生するまでのプロセスを示し、関係省庁等が連携してプロセスごとに対策等を提示し、その推進を図っています。

4 消費者の意識

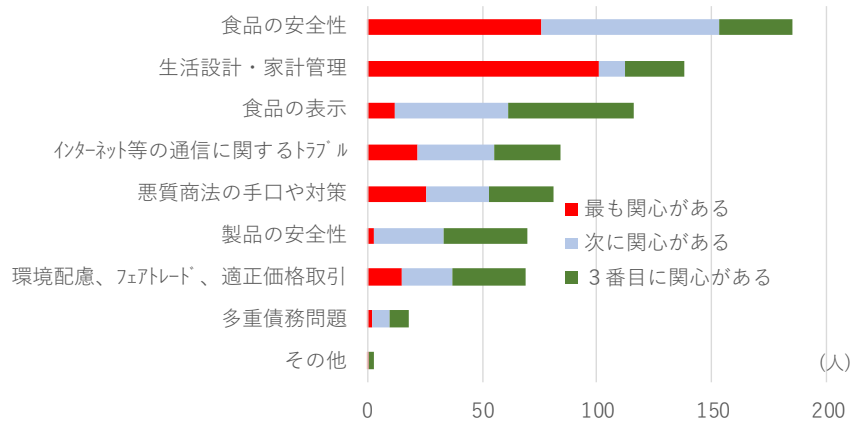
道内の消費者の意識を調査するため、令和元年（2019年）7月に、道内に配置している300名の消費生活モニターに対して調査（令和元年度消費生活モニターアンケート調査「消費者問題に関する意識調査」^{（注）}）を実施しました。

■(図3-1)関心のある消費者問題（複数回答）

(1) 消費者問題への関心

関心のある消費者問題

消費者問題に対して関心のある問題（3つまで）を挙げただいたところ、最も関心のある問題が「食品の安全性」、次いで「生活設計・家計管理」、「食品の表示」が続きました。（図3-1）

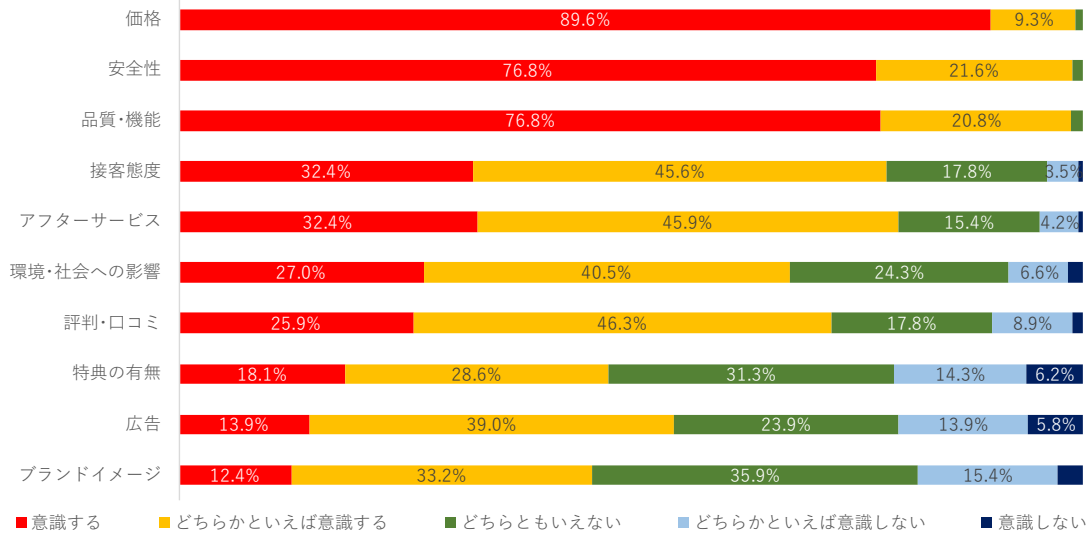


資料出所：令和元年度消費生活モニターアンケート調査「消費者問題に関する意識調査」回答総数：258

商品の購入やサービスの利用に当たって意識すること

商品・サービスの購入に当たり、9割を超える人が「価格」「安全性」「品質・機能」を意識する（「どちらかといえば意識する」を含む。以下同じ。）と回答しています。また、7割近くの人が「環境・社会への影響」を意識すると回答しています。（図3-2）

■(図3-2)商品の購入・サービスの利用の際に意識すること



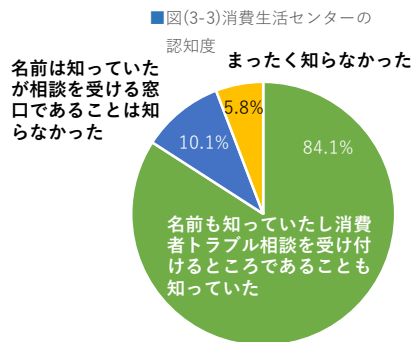
資料出所：令和元年度消費生活モニターアンケート調査「消費者問題に関する意識調査」回答総数：259

注：本調査（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」）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%

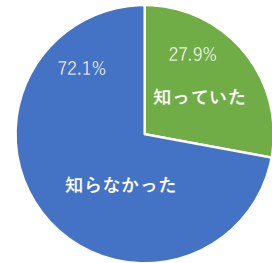
(2) 消費生活相談窓口、消費者トラブルへの対応について

相談窓口の認知度

消費生活センターについては、名称、相談機能いずれも概ね認知されている状況ですが、「消費者ホットライン」188番について「知っていた」という人は3割に満たない状況となっています。（図3-3及び3-4）



■ (図3-4)「消費者ホットライン」188番の認知度



資料出所：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」回答総数：259

消費者トラブルの経験

直近1年間で何らかの消費者トラブルを経験した人は全体の32%であり、トラブルの内容としては「架空・不当請求」「商品やサービスの内容」が多くなっています。（表3-5）

■ (表3-5)直近1年間の消費者トラブルの経験

ない	68.0%
ある	32.0%

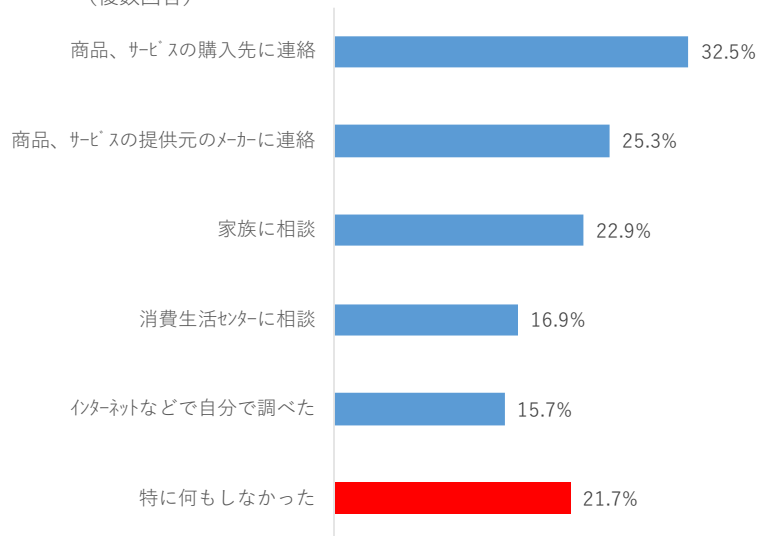
トラブルの内容「架空・不当請求（44.6%）」
「商品やサービスの内容（34.9%）」
「販売方法（25.3%）」
「価格」「表示（16.9%）」
「解約・中途解約」（8.4%）」

資料出所：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」回答総数：259

消費者トラブルへの対応

トラブルに遭った際の対応方法としては、購入先への連絡、メーカーへの連絡、家族に相談の順で多く、消費生活センターに相談したのは16.9%にとどまっています。また、21.7%の人が「特に何もしなかった」と回答しており、その理由として「大した被害ではないと思った」「相談しても解決しないと思った」を挙げています。（図3-6）

■ 図(3-6)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）

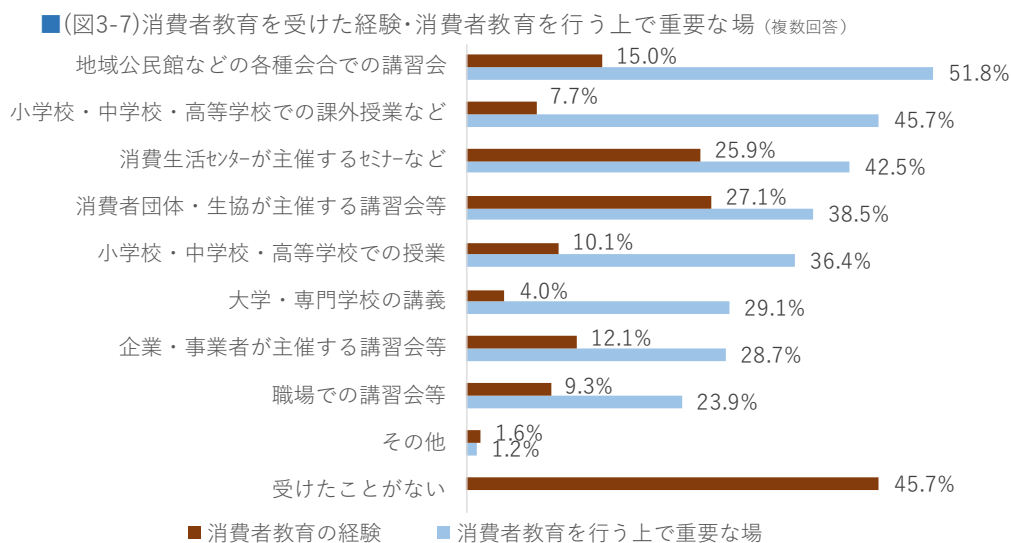


資料出所：令和元年度消費生活モニターアンケート調査「消費者問題に関する意識調査」回答総数：83（「直近1年間で消費者トラブルに遭った」）

(3) 消費者教育について

消費者教育の経験と消費者教育を行う上での重要な場

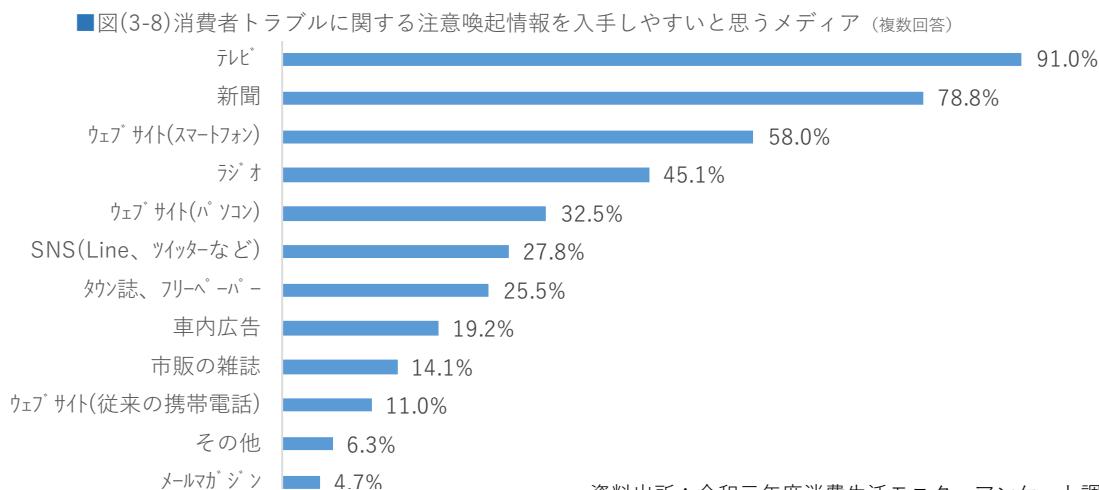
半数を超える人が消費者教育を受けた経験があると回答しており、消費者団体や消費生活センターが主催する講習会等の受講経験があると25%を超える人が回答しています。その一方、どのような場が消費者教育の場として重要かについては、これらのほかに、「地域の公民館での会合」「学校での課外授業」との回答が多くなっています。(図3-7)



資料出所：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」回答総数：247

注意喚起情報を入手しやすいメディア

消費者トラブルに関する注意喚起情報の入手先として最も「入手しやすい」とされたメディアはテレビであり、次いで新聞、スマートフォンの順となっています。SNSは27.8%、メールマガジンは4.7%となっています。(図3-8)



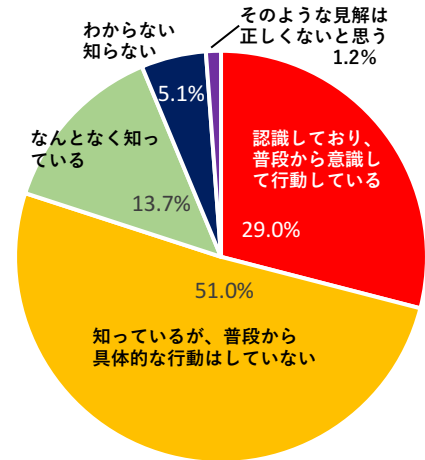
資料出所：令和元年度消費生活モニターアンケート調査「消費者問題に関する意識調査」回答総数：255

(4) 消費行動が与える経済・社会・環境等への影響について

消費行動が与える経済・社会・環境への影響

消費者の行動が経済・社会・環境に影響を及ぼす可能性があることについての認識については、「普段から意識して行動している」が全体の約3割であった反面、約半数の人が「知っているが具体的な行動はしていない」と回答しており、認識していても具体的な行動には結びついていない人が相対的に多い状況にあります。(図3-9)

■ 図(3-9)消費行動が経済社会環境に与える影響について

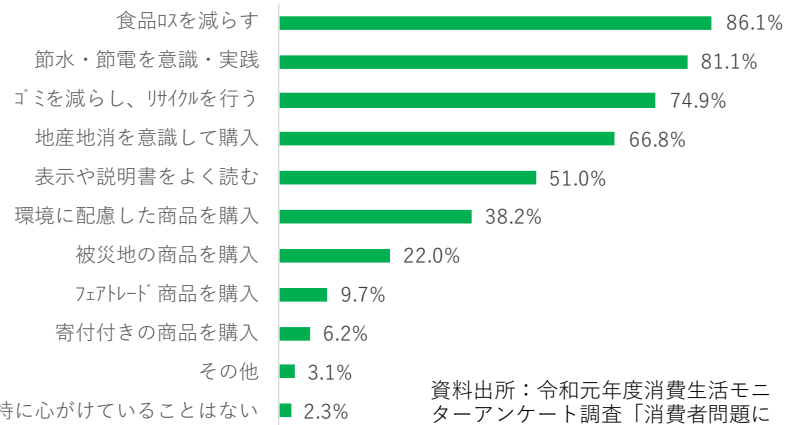


資料出所：令和元年度消費生活モニターアンケート調査「消費者問題に関する意識調査」回答総数：255

消費行動を行う上で心がけていること

こうした認識を受けて、日頃から心がけていることについて、最も多かったのは、「食品ロスを減らす」であり、9割近い人が挙げています。次いで、節水・節電、ゴミの削減が続いています。(図3-10)

■ 図(3-10)消費行動を行う上で心がけていること

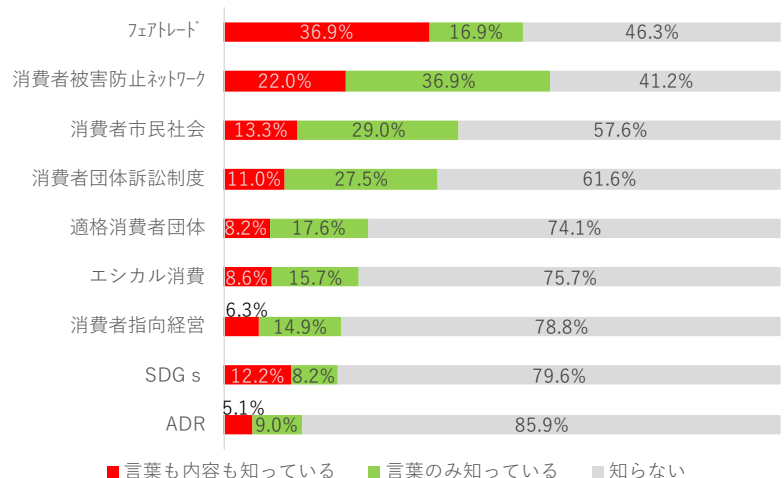


資料出所：令和元年度消費生活モニターアンケート調査「消費者問題に関する意識調査」回答総数：259

消費者問題への認識

消費者問題に関する特定の用語についての知識があるかどうかを質問したところ、「フェアトレード」は3分の1以上の人が内容まで知っていたのに対し、「エシカル消費」や「SDGs」、「ADR」など、未だに多くの人に知られていない言葉もあり、持続可能な社会に向けた消費行動に関する知識や、消費者被害救済制度に関する知識について、消費者の間に十分に認識が深まっているとは必ずしもいえない状況であることがわかります。(図3-11)

■ (図3-11)消費者問題に対する認識について



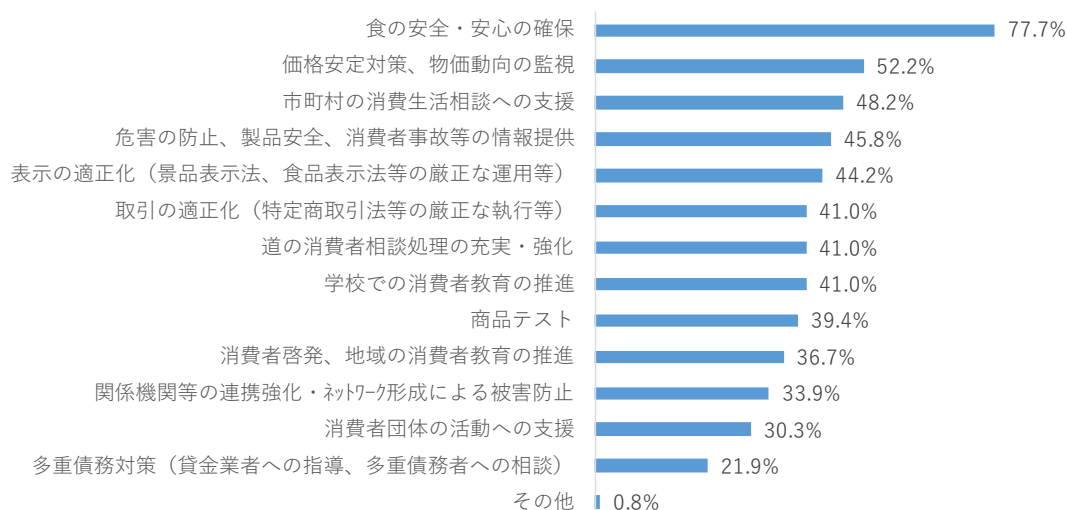
資料出所：令和元年度消費生活モニターアンケート調査「消費者問題に関する意識調査」回答総数：255

(5) 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

道に力を入れてほしい取組については、「食の安全・安心の確保」が最も多く、約8割の人が挙げており、次いで「価格安定対策・物価動向の監視」、「市町村の消費生活相談への支援」が続いています。

消費者教育・啓発や見守りネットワークが相対的に低い結果が出ていますが、このことは、消費者教育・啓発や地域連携体制について「身近な消費者問題」としての認識が必ずしも十分でないことを表しており、今後、消費者教育・啓発や見守り体制の構築への取組を一層強化していくことによって、十分な政策的効果が発揮される余地があるということが出来ます。（図3-12）

■(図3-12)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）



資料出所：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」回答総数：251

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かつ計画的な施策として、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、消費生活条例で定められています。この基本理念にのっとり、消費生活条例では、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が定められています。

この基本理念（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、道民の消費生活の安定と向上を図る上での「目指すべき姿」であり、その実現を図るため、道は消費者施策として、次の5つの施策を推進します。

施策1 消費者被害の救済

道民からの消費生活相談に適切に助言やあっせんを行い、市町村の消費生活相談処理への支援を行うなど、相談処理による消費者被害の救済に取り組むとともに、消費者苦情処理委員会による消費者被害の救済や、多重債務対策を推進します。

【関連する SDGs】



施策2 消費者教育の推進

あらゆるライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進を図るとともに、地域における消費者教育の担い手の育成に取り組みます。消費者への情報提供を充実させ、消費者市民社会の形成に向けた「倫理的消費（エシカル消費）」の推進に努めます。

【関連する SDGs】



施策3 見守りネットワークの推進と消費者団体との連携

地域における消費者被害防止に向けた連携体制の構築や見守り活動の維持・強化を進めるとともに、消費者意見の把握に努め、消費者団体等の活動を促進するとともに連携の強化に取り組みます。

【関連する SDGs】



施策4 公正な消費者取引の確保

不当表示や不当な取引方法等、法令に違反する行為を行う事業者に対して、行政調査の結果に基づき法を厳正に執行するとともに、事業者への行政指導を適切に行うことなどによって、公正な消費者取引の確保を図ります。

【関連する SDGs】



施策5 消費者の安全・安心の確保

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、消費者事故情報の収集、情報共有及び消費者への迅速な周知を図ります。消費生活モニターの配置や生活物資の価格監視など価格安定対策に取り組むほか、商品テストに取り組めます。消費者の視点に立った食品の安全性の確保に努めます。

【関連する SDGs】



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点を掲げます。

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の構築が必要となっており、そのような消費者被害を迅速に救済していくためには、相談機関と見守り関係者が顔の見える関係を構築し、緊密な連携を図ることが重要です。

消費者教育を推進するに当たっては、消費生活センター等を拠点として、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・協働することで効果的な実施が図られます。また、消費者への迅速な情報提供のためには、地域における情報伝達のための連携体制を構築していることが重要です。

人口減少によって地域資源が不足している現状にあって、消費者行政を効果的に展開していくためには、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ります。

2 消費者の特性に配慮した施策の推進

消費者には、年齢、障がいの有無、消費生活に関する知識の量、判断力の程度、就業の形態、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、消費者の権利を十分に行使できない状況が発生することによって、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、消費生活相談処理に当たってはそうした特性に十分に配慮する必要があるほか、日頃の見守りについても一定の配慮を必要とする場合があります。

また、消費者教育を行う上でも、消費者の多様な特性を踏まえたきめ細かな配慮を行うことで、その教育啓発効果が大きく向上することが考えられます。

様々な立場や状況、事情などを持つ消費者一人ひとりが十分な救済が受けられるとともに、どこに住んでいても生涯を通じて消費者教育を受けることができるよう、消費者の多様な特性に配慮する必要があることを意識して取り組む必要があります。

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、消費者がより身近な窓口で相談を受けられること、さらに、どこに住んでいても身近な地域で消費者教育を受けられることは、消費者行政施策にとって非常に重要です。

人口減少と高齢化が全国を上回るペースで急速に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の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ます。

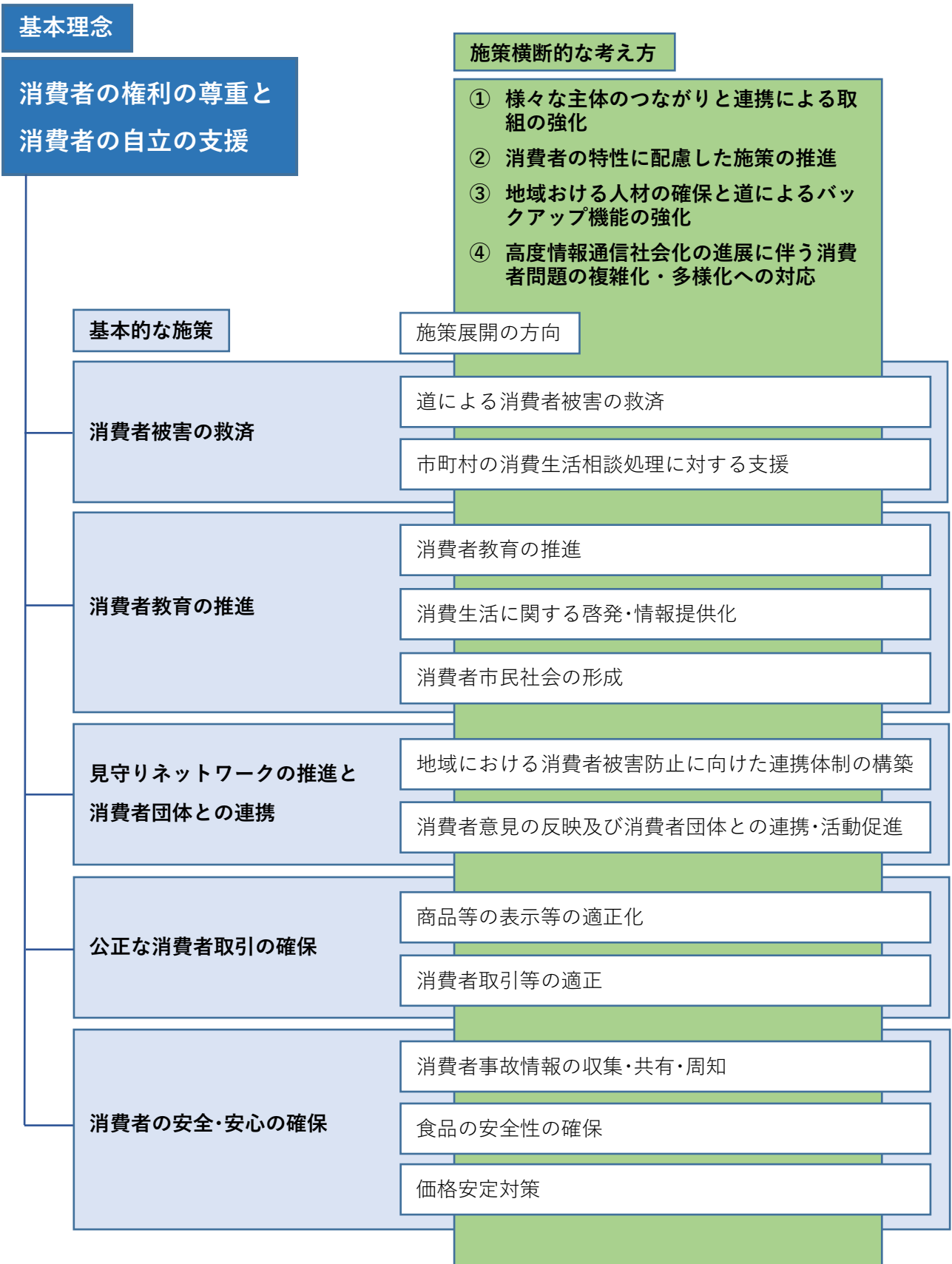
地域の消費者問題への対応力を維持・向上し、地域全体の消費者力を底上げしていくための専門的な知識を有する人材の供給は、消費者行政全般に関わる大きな課題であり、あらゆる分野での人材の育成、確保の視点を意識して施策に取り組む必要があるとともに、担い手人材の供給が極めて厳しい地域に対する広域的な観点からの支援についても考慮する必要があります。

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、消費者取引の方法に大きな変化が生じているとともに、インターネット通販の発達により海外との取引も容易になり、消費生活のグローバル化やボーダレス化が進行しており、消費者トラブルの複雑化・多様化が進行しています。今後も、情報通信の技術革新に伴い、新たな消費者トラブルの発生が予想されます。

国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」において、「消費者が育むべき力」として「高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力」が規定されており、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、新たな取引やトラブルの情報を迅速に収集し、情報を共有し、消費者教育・啓発を行うなど、技術革新に伴う新たな問題に対して消費者行政全体として迅速に対応していく必要があります。

【資料】 施策の体系



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と課題

道立消費生活センターによる消費生活相談処理

道立消費生活センターでは、消費生活相談窓口を開設し、有資格者である12名の消費生活相談員を配置して、消費生活に関する苦情相談処理を通じて、消費者の権利の主張を支援するとともに、消費者自身による解決が困難な事案の解決のため、あっせんを行っています。

相談内容の複雑化・高度化に対応するため、相談員の資質向上のための研修に相談員を派遣するほか、弁護士、建築士、臨床心理士等専門家から助言を受ける体制を構築し、高度専門的な相談にも対応できる体制の整備に努めています。

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などと連携するなど、高齢者や障がい者など消費者の特性に配慮した相談対応に努めるとともに、電子メール相談を実施するなど、消費者の利便性向上にも努めています。(表4-1)

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ます。(表4-2)

札幌市消費者センターとの間で、悪質業者の新手・悪質な手口等が発生した場合に速やかに情報交換し、両センターでの消費生活相談処理に活用することとしており、道立消費生活センターは市町村の消費生活相談窓口に出張して当該情報を提供して消費者被害の防止に努めているほか、弁護士会等と連携して事例の検討等を行っています。

■(表4-1)電子メール相談受付実績 (件)

年度	H26	H27	H28	H29	H30
受付実績	194	198	207	145	152

資料出所：道立消費生活センター

■(表4-2)特別相談の実施実績

年度	特別相談の個別テーマ
H26	美容医療・審美歯科契約トラブル、住宅トラブル
H27	ネット契約トラブル、住宅トラブル
H28	通販トラブル、住宅トラブル
H29	修繕・片付け・開錠契約トラブル、住宅トラブル
H30	儲け話トラブル(投資・ネットワークビジネス・仮想通貨等)、住宅トラブル

資料出所：道立消費生活センター

道立消費生活センターによる消費生活相談処理の課題

消費者が消費者被害を消費生活相談窓口にご相談することは、消費者の権利の尊重と自立の支援にとって大変重要であるとともに、消費者トラブル事例を社会的に共有することで被害を未然に防止し、消費者市民社会の形成に資するものであることから、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ります。特に、29歳以下の年齢層の相談件数が減少傾向にあり、今後予定される18歳への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について検討していく必要があるほか、消費生活相談全国共通電話番号（「消費者ホットライン」188番）の認知度が低い状況にあることから、道立消費生活センターの相談窓口（相談電話番号050-7505-0999）だけでなく、「消費者ホットライン」188番について、道民に対して一層の周知を図り、相談窓口の利用促進に努める必要があります。

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に努める必要があります。特に、「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律」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、相談者の特性に十分に配慮できるよう、消費生活相談体制の維持強化に取り組む必要があります。

暴言等問題のある行為を行ったり、長時間にわたる対応を強要する相談者もあり、このような相談者への対応による消費生活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、このような相談事案に適切に対応する必要があります。

警察本部による相談対応

警察本部及び各方面本部の相談センターや全道の警察署において、振り込め詐欺、ヤミ金融、悪質商法など、消費者が不安を感じる犯罪被害等に関する相談を受け付けています。（表4-3）

■（表4-3）道内の「消費者が不安を感じる犯罪被害等」に関する警察相談の件数（件）

内容	年	H26	H27	H28	H29	H30
振り込め詐欺		2,563	3,658	3,401	7,350	11,012
ヤミ金・悪質商法		3,066	2,821	2,151	1,912	1,426

資料出所：道警察本部

北海道消費者苦情処理委員会による消費者被害の救済等

道立消費生活センター及び各市町村の消費生活センター等の消費生活相談窓口寄せられた相談のうち、消費生活センター等での解決が困難な事案であって道民の消費生活に広く影響を及ぼし又はそのおそれがある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行っています。これまで3件の苦情事案について知事から付託され、解決に向けた処理を行いました。今後とも委員会による紛争解決手続制度が積極的に活用されるよう、制度の周知を図る必要があります。（表4-4）

平成28年（2016年）10月に施行された集团的消費者被害回復訴訟制度について、消費者への周知を一層図る必要があります。

■(表 4-4)知事が北海道苦情処理委員会に付託した苦情案件

苦情事案	処理経過
訪問販売における宝石類の購入契約に係る苦情事案	H16年(2004年)2月 苦情処理委員会へ付託 H17年(2005年)2月 和解成立、事案の公表
訪問販売による家庭用医療機器等の購入契約に係る苦情事案	H28年(2016年)2月 苦情処理委員会へ付託 H28年(2016年)3月 あっせん開始前に解決・事案の公表
シロアリ駆除契約に係る苦情事案	H30年(2018年)2月 苦情処理委員会へ付託 H30年(2018年)7月 調停成立 H30年(2018年)11月 事案の公表

資料出所：道環境生活部

多重債務者からの相談対応等

道では、環境生活部くらし安全局消費者安全課（以下「消費者安全課」という。）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し、貸金業者の業務方法等に係る苦情や債務整理に係る相談に対応しています。

また、「北海道多重債務者対策協議会」を設置し、関係機関との多重債務対策に係る意見交換や情報交換などを行うほか、国等が主催する多重債務相談強化キャンペーンにおいては、リーフレットにより相談窓口の周知を図るとともに、弁護士会、司法書士会等との共催により無料相談会を開催しているところです。（表 4-5）

貸金業苦情相談専用窓口での相談件数は近年減少していますが、道内の消費生活相談窓口での「多重債務」に関する消費生活相談件数は横ばいの状況にあり、多額の借入残高を有する層は現在も相当数存在することがうかがえることから、多重債務対策の取組を引き続き推進する必要があります。（表 4-5 及び 4-6）

■(表 4-5)多重債務対策の取組実績

多重債務対策の取組	実 績				
	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度
貸金業苦情相談窓口での相談件数	407件	337件	289件	189件	218件
多重債務者相談キャンペーンによる無料相談会の開催状況（札幌弁護士会、司法書士会）	4カ所	8カ所	8カ所	8カ所	8カ所
多重債務者相談キャンペーンによる啓発事業の実施状況	新聞広告・ラジオ CM 啓発リーフレットを作成(平成30年度(2018年度):25,000部)し、市町村、保健所窓口等に配布				

資料出所：道環境生活部

■(表 4-6)道内の消費生活相談窓口での「多重債務」に関する消費生活相談

年度	H26	H27	H28	H29	H30
相談件数	917件	1,002件	855件	910件	879件

※資料出所：PIO-NET に登録された消費生活相談情報から作成

施策展開の方向と具体的取組

道立消費生活センターによる消費生活相談処理

道立消費生活センターにおいて、道民からの消費生活相談を受け、適切に助言やあっせんを行うことにより消費者被害の救済を図ります。

道立消費生活センターの消費生活相談窓口や「消費者ホットライン」188番の周知に一層取り組み、消費生活相談窓口の利用促進に努めるとともに、SNSの活用など若年者の相談しやすい環境整備についての検討を行います。

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ほか、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とともに、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・強化に取り組みます。

今後増加する可能性のある道内におけ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します。

相談処理にあたり、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とともに、長時間にわたる対応や過剰な対応を要求するような相談者への適切な対応の方法についても検討を進めます。

警察本部による相談対応

警察本部及び各方面本部（函館・旭川・釧路・北見）の相談センターや全道の警察署において、振り込み詐欺などの特殊詐欺、ヤミ金融、悪質商法といった消費者が不安を感じる犯罪被害等に関する相談等に対応します。

北海道消費者苦情処理委員会による消費者被害の救済

道立消費生活センターや各市町村の消費生活センター等の消費生活相談窓口寄せられた消費生活相談のうち、消費生活相談窓口での解決が困難であって、道民の消費生活に著しい影響を及ぼし又は及ぼすおそれのある紛争について、公正かつ速やかな解決を図るため、北海道消費者苦情処理委員会においてあっせんや調停を行います。

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ます。

多重債務対策の推進

貸金業相談員を配置や苦情相談専用フリーダイヤルの設置により、引き続き債務者等の相談に対応するとともに、多重債務者相談強化キャンペーンの取組を通じた相談窓口の一層の周知等により、多重債務に関する潜在的な相談者の掘り起こしに努めます。

また、「北海道多重債務者対策協議会」において、効果的な多重債務対策の検討を進めるほか、多重債務問題とも密接に関連するギャンブル等依存症対策の取組などと連携した対策の推進に努めます。

(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と課題

市町村における消費生活相談処理の現状

道内の市町村は、国の交付金（地方消費者行政強化交付金）を活用し、消費生活センターの整備・拡充や消費生活相談員の資質の向上などに取り組んだ結果、平成 31 年（2019 年）4 月 1 日現在、道内市町村の消費生活センター設置数は 40 箇所已达到しており、103 の市町村において、広域連携により消費生活相談処理がされています。（表 4-7～4-9）

また、平成 31 年（2019 年）4 月現在、道内の専任の消費生活相談員は 234 名となっており、専任の消費生活相談員による相談処理を行っている市町村（広域相談処理に参加している市町村を含む）は 145 市町村あります。（表 4-8）

なお、専任の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 町村となっており、これらの町村では、行政職員による相談処理が行われています。

■(表 4-7)道内の消費生活センター（市町村設置）数の推移（各年 4 月 1 日現在）

	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年	平成 30 年
センター設置数	38	38	38	39	40

注：消費生活センターは、消費者安全法第 10 条第 2 項に規定する相談窓口
資料出所：道内市町村消費生活相談窓口状況調査

■(表 4-8)道内の消費生活相談員数配置状況（市町村）の推移（各年 4 月 1 日現在）

	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年	平成 30 年
配置市町村数	146 市町村	144 市町村	144 市町村	145 市町村	145 市町村
相談員数	264 人	266 人	256 人	241 人	234 人

資料出所：道内市町村消費生活相談窓口状況調査

■(表 4-9)道内の広域相談体制の整備状況

地区名	参加市町村	市町村数
富良野地区	富良野市、上富良野町、中富良野町、南富良野町、占冠村	5 [H18.4~]
釧路地区	釧路市、釧路町、厚岸町、浜中町、標茶町、弟子屈町、鶴居村、白糠町	8 [H20.3~]
中空知地区	滝川市、奈井江町、浦臼町、新十津川町、雨竜町、歌志内市	6 [H22.4~]
岩内地区	岩内町、島牧村、寿都町、共和町、泊村、神恵内村	6 [H22.4~]
ようてい地区	ニセコ町、黒松内町、蘭越町、真狩村、留寿都村、喜茂別町、京極町	7 [H22.4~]
南空知地区	栗山町、南幌町、由仁町、長沼町	4 [H23.4~]
小樽・北しりべし地区	小樽市、積丹町、古平町、仁木町、余市町、赤井川村	6 [H23.4~]
上川中部地区	旭川市、鷹栖町、東神楽町、当麻町、比布町、愛別町、上川町、東川町	8 [H23.4~]
上川北部(士別)地区	士別市、和寒町、剣淵町、幌加内町	4 [H23.4~]
音更地区	音更町、士幌町	2 [H23.4~]
北空知地区	深川市、秩父別町、妹背牛町、北竜町、沼田町	5 [H23.9~]
渡島地区	函館市、北斗市、松前町、福島町、知内町、木古内町、七飯町、鹿部町、森町、八雲町、長万部町	11[H24.4~]
宗谷地区	稚内市、猿払村、浜頓別町、中頓別町、枝幸町、豊富町、礼文町、利尻町、利尻富士町、幌延町	10[H24.4~]
根室地区	根室市、別海町、中標津町、標津町、羅臼町	5 [H24.4~]
名寄地区	名寄市、下川町、美深町、音威子府村、中川町	5 [H25.4~]
美幌地区	美幌町、津別町	2 [H28.4~]
北見地区	北見市、訓子府町、置戸町	3 [H29.4~]
(その他)	岩見沢市・月形町→岩見沢消費者協会、江別市・新篠津村→江別消費者協会 中札内村・更別村→中札内消費者協会へそれぞれ委託し実質的な広域体制	6
合計		103

資料出所：道内市町村消費生活相談窓口状況調査

市町村の消費生活相談体制の維持・向上に対する支援

道では、消費生活相談窓口状況調査を毎年実施し、相談窓口の開設状況、専門的な相談員の配置状況、資格取得状況、相談処理実績、研修受講状況等、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しています。

市町村の消費生活相談員や消費生活相談に対応する市町村職員の資質の向上のため、道では、経験別、地域別の集合研修を実施しているほか、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研修を実施しています。(表 4-10)

消費者安全法第 10 条の 4 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相談員の中から指定し、道立消費生活センターに市町村専用電話を設置して、市町村からの消費生活相談処理に関する照会や問い合わせに対応するとともに、消費生活相談員の地域担当制を導入して市町村の消費生活相談窓口の状況に合わせて助言や情報提供を行うなど、市町村の相談処理への支援に努めています。

市町村の消費者行政担当部局及び消費生活相談窓口に対して、事業者への行政措置情報や悪質商法に関する新手・悪質な手口に関する情報、事業者に関する情報など、相談処理に資する様々な情報を消費者行政メーリングリストで迅速に提供することによって、市町村の消費生活相談処理の円滑化と迅速な消費者被害の救済を図っています。

■(表 4-10)道立消費生活センターによる市町村対象の研修事業

区分		実施時期・回数等	開催場所	開催日程
全道研修	高度専門研修	年 2 回	札幌市内	1 日間
	初任者研修	年 1 回 (4 月)	道立消費生活センター	1 日間
地域研修	専門研修	下期 (計 9 回)	各総合振興局管内	1 日間
	一般研修	上期 (計 14 回)	各 (総合) 振興局管内	1 日間
実務研修		6~2 月 (計 12 回)	道立消費生活センター	1~2 日間
随時研修		7 月~3 月 (随時)	道立消費生活センター	1~2 日間
現地研修		5 月~3 月 (随時)	各市町村等	個別調整

注：地方消費者行政担い手育成事業（平成 30 年度（2018 年度））

資料出所：道環境生活部

市町村の有資格相談員等人材の確保に対する支援

国家資格である消費生活相談員資格を有する相談員の配置が市町村において一層進むよう、消費生活相談員資格取得のための研修（消費生活相談員等スキルアップ研修（消費生活相談員資格試験対策講座））を開催して資格取得を支援し、相談員人材の育成に努めるとともに、市町村における消費生活相談員の人材確保を支援するため、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 回提供しています。

市町村における消費生活相談処理の課題

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、道内の消費生活相談の 8 割以上は市町村において処理されており、相談窓口は道内全市町村に整備されているものの、消費生活相談員の配置人数は減少傾向で推移し、相談員の資格保有率は全国平均と比べ低い状況です。専門の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にあります。（表 4-11 及び図 4-12）

市町村の消費生活相談処理の質を高め維持することは、道内の消費者被害の救済にとって非常に重要です。一方、有資格相談員の確保や地域の連携体制の構築などの新たな行政課題も生じていることから、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・向上を図り、地域が連携して消費者被害の防止・救済を図る体制を構築する必要があり、そのためには今後とも道によるきめ細かな支援が必要です。

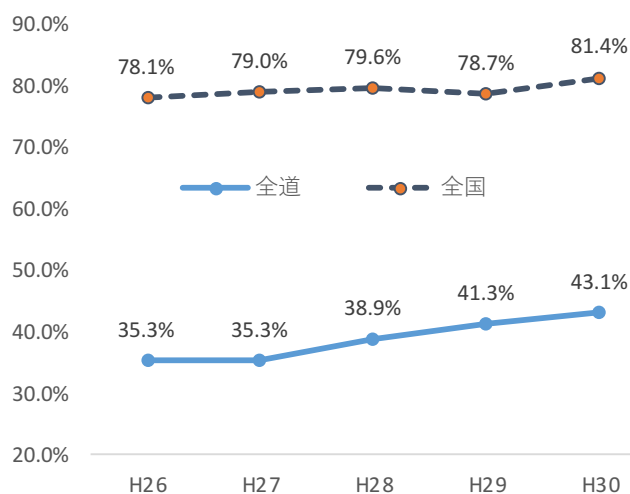
■(表 4-11)相談分担率※の推移

年度	H25	H26	H27	H28	H29
道	82.9%	82.8%	82.9%	82.4%	84.1%
全 国	69.2%	70.4%	70.9%	72.0%	73.4%

※相談分担率 = (当該都道府県の市区町村等の消費生活センター又は相談窓口が受けた相談件数) / (市区町村等受付相談件数 + 都道府県消費生活センター受付相談件数)

資料出所：「地方消費者行政の現況調査」（消費者庁）から作成

■(図 4-12)相談員に占める有資格者の割合



※各年 4 月 1 日現在

資料出所：「地方消費者行政の現況」
(消費者庁) から作成。

施策展開の方向と具体的取組

市町村の消費生活相談処理に対する支援

消費生活相談窓口状況調査を毎年度実施し、相談窓口の開設状況、専門的な相談員の配置状況、資格取得状況、相談処理実績、相談員や行政職員の研修受講状況等、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とともに、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、市町村において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引き続き取り組みます。

道内の 8 割を超える消費生活相談を処理している市町村の消費生活相談体制の維持向上を図るため、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、必要に応じて相談員を市町村に派遣するなど、市町村の消費生活相談員等の資質の向上のため、市町村の支援に取り組みます。

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、市町村の直面する処理困難な相談に対し道立消費生活センター相談員がきめ細やかに助言等を行うとともに、あっせんに係る助言、被害情報、研修情報、啓発情報、消費生活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います。

国家資格である消費生活相談員資格取得を支援する講座を開催し、有資格の相談員が市町村に配置されるよう支援するほか、市町村における消費生活相談員の人材確保を支援するため、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、道内における専門的人材の発掘と育成に努めます。

消費者教育の基本的な方針

消費者教育推進法第3条の規定において、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ために、また、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上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の育成を目指し、行われるものであると規定されています。

国は「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（平成30年（2018年）3月20日閣議決定）において、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すものと考えられており、また、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の達成につながることを期待されるものとしています。

本道における消費者教育は、以上の考え方にに基づき、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、効果的かつ体系的に実施する必要があります。

消費者の特性によって消費者問題がより深刻化する可能性があることを十分考慮し、消費者教育を行うに当たっては、消費者の特性に対して配慮をする必要があります。

効果的・効率的な消費者教育を行うためには、道、市町村、教育機関、消費者団体、事業者、事業者団体、住民団体、専門家団体等各主体が連絡・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必要があります。

道では、消費者の自立を支援するため、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ート機能を確保・活用することにより、「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、市町村等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、消費者教育施策を推進します。

(1) 消費者教育の推進

これまでの主な取組と課題

学校における消費者教育

学校における消費者教育は、小学校、中学校、高等学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、家庭科等の学習指導要領に指導内容が盛り込まれており、同要領に基づき指導を行っています。

特に、高等学校においては、令和4年（2022年）4月から成年年齢が18歳に引き下げられることを踏まえ、全ての生徒が第2学年までに家庭科の消費者教育に関わる内容を学習することになるよう規定されています。

消費者支援のための諸制度について学びを深め、自立した消費者として契約を考慮することや、消費生活の現状と課題について考え、消費者としての権利と責任を自覚して行動することの重要性を理解することができるよう、教育委員会で毎年度作成し、ウェブに掲載している「高等学校教育課程編成・実施の手引」に具体的指導内容が盛り込まれており、実践的な指導を行っています。

道では、児童生徒の発達の段階に応じた体系的な消費者教育の充実を図るため、教育委員会や学校との連携のもと、専門的な知見を有する講師を小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校に派遣する「学校訪問講座」の取組を行っています。（表5-1）

■(表5-1)学校訪問講座実績

	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
実績(回数・参加人数) [※]	36回(2,198人)	32回(1,829人)	50回(2,940人)	49回(2,635人)	41回(2,744人)

※消費者教育サポートセミナー事業のうち学校訪問講座

資料出所：道立消費生活センター

令和4年（2022年）4月に施行が予定されている民法改正による成年年齢の引下げに伴い、18歳及び19歳の年齢層の消費者被害の拡大が懸念されており、これら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付けるための消費者教育を充実させる必要があります。

このため、国が策定している「消費者教育の推進に関する基本的な方針」や「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」を踏まえ、消費者庁が作成した教材「社会への扉」（図5-2）を使用した指導の充実や、大学等と連携した若年者層向けの消費者教育など、若年者層への消費者教育の取組を一層充実させる必要があります。

■(図5-2)消費者庁が作成した教材「社会への扉」



地域・職域における消費者教育

自立した消費者を育成するため、市町村や団体等が開催するイベント等と連携し、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て悪質商法の実態と対策について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、消費生活に必要な知識の普及や最新情報の提供等を行っています。

金融経済に関する情報提供や児童・生徒に対する金銭教育に係る普及・広報活動（金融経済講演会、市民向け講座、児童・生徒・保護者・教職員向け金銭教育の支援）を北海道金融広報委員会とともに行うとともに、道立高等技術専門学院において金融講習会を行っています。

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」（図 5-3）を運営し、消費者教育に関する情報提供、素材の提供等、消費者教育を行う主体に対して支援しています。（表 5-4）

■(図 5-3) 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」）



■(表 5-4) 地域における消費者教育の主な実績

(回数、参加人数)

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
くらしの安全・安心セミナー	16 回(3,385 人)	25 回(7,384 人)	27 回(1,705 人)	25 回(2,249 人)	18 回(1,259 人)
高齢者消費者被害防止セミナー	11 回(430 人)	14 回(562 人)	10 回(368 人)	8 回(221 人)	10 回(484 人)
くらしのセミナー・親子教室	計 8 回	計 8 回	計 8 回	計 8 回	計 8 回
講師派遣*	20 回	25 回	29 回	21 回	19 回

※消費者教育サポートセミナー事業を除く。 資料出所：道立消費生活センター

消費生活モニターアンケート調査結果によれば、地域の公民館などの各種会合での講習会や消費生活センターが主催するセミナー、消費者団体・生協が主催する講習会は地域における消費者教育の場として重要であると多くの方が回答しています。地域における消費者教育は、地域、家庭、職域などのライフステージに応じたさまざまな教育の場を活用して、多様な主体による連携により効果的に行われる必要がありますが、職域における消費者教育など、その取組の実態が必ずしも十分に把握されていない状況もみられることから、こうした領域での取組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ります。

消費者教育の担い手の育成等

学校における消費者教育・金銭教育を担う小学校、中学校及び高等学校等の教職員を対象に、近年の消費生活に関わる問題や、若年者層に伝えるべき情報を提供する「消費者教育支援セミナー」を北海道金融広報委員会及び一般社団法人北海道消費者協会との共催で開催しているほか、教職員の消費者教育を支援するための講師派遣事業である「教員サポートセミナー」を開催しています。

消費者被害防止のための地域の消費者教育や見守りを行う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」を開催し、地域における見守り人材の育成に努めています。（表 5-5）

■(表 5-5)人材育成のためのセミナーの開催実績

(回数・参加人数)

	H26 年度	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度
消費者教育支援セミナー	-	1 回(43 人)	1 回(56 人)	1 回(55 人)	1 回(45 人)
教員サポートセミナー*	3 回(94 人)	2 回(23 人)	2 回(61 人)	1 回(20 人)	5 回(148 人)
消費者被害防止ネットワーク促進セミナー	3 回(111 人)	3 回(240 人)	2 回(41 人)	4 回(60 人)	3 回(34 人)

※消費者教育サポートセミナー事業のうち教員サポートセミナーの開催実績

資料出所：道環境生活部

一般社団法人北海道消費者協会が地域における消費者運動を担う人材を育成するために実施している「消費生活リーダー養成講座」等に助成し、消費者教育を含む団体の活動を担う人材育成を支援しているほか、国家資格である消費生活相談員試験対策講座を開催し、地域における消費生活相談や消費者教育を担う専門的な知見を有する人材の育成に努めています。

現在、行政機関、各種団体、企業等がそれぞれに消費者教育に取り組んでいるところですが、地域の消費者教育がライフステージごとに体系的かつ効率的に行われるためには、実務経験者の有する知識や経験を有効活用することが必要です。そのため、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が必要です。消費者庁は、令和 2 年度（2020 年度）までに、すべての都道府県で「消費者教育コーディネーター」を育成・配置することを目標として掲げており、本道においても、コーディネート機能を担う体制の整備が必要です。

施策展開の方向と具体的取組

学校における消費者教育

現行の社会科や公民科、家庭科等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、各学校に対して新学習指導要領の趣旨の周知・徹底を図り、社会科や公民科、家庭科等を中心に各教科等において充実した消費者教育が行われるように努めます。

学校教育において児童生徒の発達の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、教育委員会や学校との連携のもとに、関係部局や外部の専門家等の協力を得ながら、その有する情報や知識が活用されるよう、学校における消費者教育への支援・調整に努めます。

令和 4 年（2022 年）において成年年齢の引き下げが予定されていることから、令和 2 年度（2020 年度）以降の高等学校入学生には第 2 学年までに消費生活に関わる内容を履修させ、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、高校生向け消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業の実施を推進するなど高等学校における消費者教

育の取り組みへの支援に努めるとともに、大学、大学生協等と連携して、大学生等向けの消費者教育の推進を図ります。

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ライフステージに応じた体系的な消費者教育を地域においても取り組むことが重要であることを踏まえ、市町村等が地域で実施する公民館や図書館などの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ため、消費者教育に関するコーディネート機能を発揮し、消費者の属性に応じた各種コミュニティ等の多様な場への講師派遣や調整、教材の提供、講座開催情報の発信などさまざまな方法で支援を行います。

道立消費生活センターは本道の消費者教育の拠点であり、消費生活相談窓口に集積された消費者被害に関する情報を活用し、講座・セミナーの開催により直接に消費者教育を実施するほか、消費者教育に役立つ内容の情報提供等を実施します。

高齢者、障がい者等消費生活上特に配慮を要する消費者の被害の未然防止と早期発見に向けた消費者教育として、町内会や地域の学習会の活用のほか、消費者被害防止ネットワークの枠組みを活用するほか、年齢や障がいなどの特性に応じた効果的な消費者教育の手法について検討します。

金融経済等に関する消費者教育を関係機関と連携して取り組むほか、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ます。

職域における消費者教育

事業者には、事業の形態や分野等に応じ、従業員に対して消費者教育を行うとともに、SDGsやエンカル消費の概念を普及させ、コンプライアンスを強化し消費者指向経営の視点を持つための教育や研修を行うことが期待されていることから、事業者における従業員に対する消費者教育の取り組みが進むよう、従業員に対して消費者教育を実施することが消費者教育推進法で事業者に求められていることの周知を行うほか、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・把握に努めるとともに、研修等に活用できる出前講座や講師、教材等に関し、事業者や事業者団体に向けて情報提供を行う等の支援を行います。

消費者教育の担い手の育成

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。

消費者団体が実施す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・発信を行うことにより、消費者教育に係る人材等の発掘と情報の集約・発信を行うとともに、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などの検討を進め、行政、消費者団体、事業者、事業者団体、大学等多様な主体との連

携を強化し、さらに消費生活相談員を養成するなどによる人材育成を行うことなどにより、特に人口が減少している等社会条件の厳しい地域における消費者教育の担い手確保に努めます。

(2) 消費生活に関する啓発・情報提供

これまでの主な取組と課題

消費者への啓発・情報提供

道立消費生活センターは道における消費者教育の拠点であり、消費生活に係る最新情報などを道民にわかりやすく提供するため、若者向けパンフレット「狙われる若者」(図5-6)といったトラブル事例や相談、問い合わせ先等を掲載した啓発用パンフレットの作成・配布に加え、くらしの広場等における展示や、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・情報提供に努めており、平成30年度(2018年度)の道立消費生活センター(くらしの広場、くらしの教室)利用者数は16,946人となっています。

■(図5-6)若者向けパンフレット「狙われる若者」



消費者安全課ではメールマガジン「消費者ほっとメール」を月2回配信し消費者トラブルに関する情報を提供しているほか、若年者向けリーフレットやクリアファイルの作成・配布、多重債務問題のリーフレットの作成配布、ラジオCMや新聞広告を実施するなどして、啓発に努めています。

札幌市、一般社団法人北海道消費者協会、公益社団法人札幌消費者協会及び道警察本部と連携して毎年度街頭啓発イベントを開催しているほか、消費者啓発事業の実施に当たって、道と札幌市は定期的に連絡・調整を行い、効果的な啓発事業の実施に努めています。

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ことによって、市町村の消費者教育・啓発を支援するとともに、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行っています。

道立消費生活センターの会議室(「くらしの教室」など)を消費者団体等に貸し出し、会合や研修会などの活動に利用されています。

北海道消費者被害防止ネットワークでは「ネットワークニュース」を発行し、ネットワーク構成員に対して消費者被害防止情報を提供し、周知啓発に活用いただいています。また、関係行政機関で行政情報を一斉に共有する「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しています。(表5-7)

■(表 5-7)道の消費者啓発に関する手法・周知広報の方法

項目	内容等				
道消費者安全課ホームページ	http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ks/sak/index.htm				
道立消費生活センターホームページ	http://www.do-syouhi-c.jp				
センターニュース「きらめっく」	年 6 回 42,000 部発行（平成 30 年度（2018 年度））				
北海道消費者被害防止ネットワークニュース	年 6 回 電子メールで発信、ホームページに掲載				
メールマガジン消費者ほっとメール	月 2 回（毎月 10 日、25 日）配信				
消費者行政メーリングリスト	随時メール送信（消費者安全課から関係行政機関へ一斉送信）				
消費者啓発情報パネル貸し出し	H26 年度	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度
	51 回/346 枚	54 回/360 枚	56 回/425 枚	55 回/401 枚	57 回/480 枚
DVD、図書、教材の貸し出し	随時対応（道立消費生活センター）				
消費者啓発リーフレット等の作成・配布	H26 年度	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度
	5 種類 23,000 枚	8 種類 32,010 枚	5 種類 13,000 枚	7 種類 57,000 枚	7 種類 23,000 枚
消費者の日普及啓発イベント	5 月 30 日の消費者の日にさっぽろ駅地下歩行空間で開催				
くらしの広場、くらしの教室、情報提供コーナー（展示ホール）利用者数	H26 年度	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度
	15,957 人	18,395 人	20,727 人	18,925 人	16,946 人
多重債務問題啓発ラジオ CM、新聞広告	ラジオ CM は道内 3 局 5 日間延べ 15 回、新聞広告は 1 回				

資料出所：道環境生活部、道立消費生活センター

以上の周知・広報・情報提供の方法が消費者にとって有力な情報入手先となり、消費生活に関する有益な情報が多くの消費者に確実に届くよう、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ります。消費生活モニターアンケート調査結果によれば、消費者が情報を入力する主要な媒体としては、多くの人がテレビ、新聞などを挙げていますが、スマートフォンやパソコンのウェブサイトや SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を挙げる人も少なくありません。SNS は多くの世代で急速に普及が進んでいることからその活用や、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ります。

年齢、障がいの有無、消費生活に関する知識の量、就業の状態等、居住形態、時間的余裕の有無、情報通信機器の利用可能の状況、経済的自立の程度の格差など、消費者の特性は多様であり、その特性によっては、市場において消費者の権利を自ら十分に行使することが難しい状況にある消費者も存在していることから、今後、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ます。

施策展開の方向と具体的取組

消費者への啓発・情報提供の充実

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等様々な媒体、機会を利用して、適時かつ最新で十分な内容の啓発・情報提供に努めるとともに、教材の貸し出し、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、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します。

啓発や情報提供に当たっては、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関連する消費者トラブルに関する情報を道立消費生活センターにおいて速やかに収集・分析し、消費者に対して迅速かつ正確に提供します。

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効果的な消費者啓発や情報提供を行うため、消費者被害防止ネットワークの仕組みを活用しつつ、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し、消費者の特性に配慮した内容や手法による、きめ細やかな情報提供に努めます。

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など連携を強化します。

(3) 消費者市民社会の形成

これまでの主な取組と課題

SDGs の推進

「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となっており、かけがえのない地球環境を守り、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）」を中核とする「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」を共通の指針として掲げ、国際社会において取組が広がっています。

道は、平成 30 年（2018 年）12 月に、「北海道 SDGs 推進ビジョン」を策定し、オール北海道で SDGs の目標に向けて取り組むこととしています。地球環境は地球温暖化や廃棄物問題等により大きな影響を受けており、消費者は、自らもその消費活動により環境負荷を与えその責任を有している一方で、自らの行動が経済社会や地球環境に与える影響を自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に参画する「消費者市民社会」を形成する担い手でもあります。

「消費者市民社会」と「エシカル消費」

消費者教育は、消費者教育推進法において「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の育成を目指し行われるもの」と規定されており、消費者市民社会とは「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社会」と定義されています。

「消費者教育の推進に関する基本的な方針」においては、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ものと期待されています。

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り組む必要があるとされています。

道の取組の現状と課題

食べ残しや賞味期限切れなどにより、まだ食べられる食品が捨てられる、いわゆる「食品ロス」について社会的関心が高まっており、その削減に向けた消費者への普及啓発の重要性が増しています。道では、食品ロスの削減に向け、「おいしく残さず食べきろう！」をスローガンに「どさんこ愛食食べきり運動」を進めています。

一人一人が環境問題への関心を持ち、理解を深めるとともに、「もったいない」の心を持ち、日常生活の中から積極的に環境に配慮した行動を実践することや、環境保全活動に積極的に参加することが期待されています。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に、市町村や NPO と連携した普及啓発の取組等を行っています。（表 5-8）

消費生活モニターアンケート調査結果によれば、7 割近くの人が「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」と回答している反面、5 割を超える人は「消費行動が経済・社会・環境に与える影響を知っていても普段から具体的な行動はしない」と回答しており、「エシカル消費」や「SDGs」に対する認知度は未だに低い状況です。

本道においては、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、消費者教育や消費者啓発が既に行われてきていますが、今後は、以上のような国際的潮流や国内の情勢を踏まえ、持続可能なライフスタイル、エシカル消費の概念や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、動物に配慮した、消費者市民社会の形成を担う消費者を育成する消費者教育を推進していく必要があります。（表 5-9）

■(表 5-8)道の資源リサイクルの推進の取組

○市町や NPO と連携した 3R 推進フェア、3R キャンペーンによる普及啓発
○ビジネス EXPO（北海道技術ビジネス交流会）における資源リサイクルフォーラム、北海道認定ビジネス製品の展示等の実施
○3R に取り組む上で参考となるような先進事例を盛り込んだ「3R ハンドブック」の作成・配布
○ポスター等の啓発資材の作成・配布

資料出所：道環境生活部

■(表 5-9)道のエシカル消費の普及啓発の取組

○エシカル消費の講演を含むセミナーやエシカル消費をテーマの一つにしたフォーラムを開催
○学校訪問講座にエシカル消費等をテーマにしたコースを設定
○エシカル消費やフェアトレードに関する DVD の貸し出し

資料出所：道環境生活部

施策展開の方向と具体的取組

「エシカル消費」の理解の促進

本道における「消費者市民社会」の形成推進のために、人、社会、環境、地域等に配慮した消費活動であるエシカル消費について、消費者団体等エシカル消費関連の活動団体と連携し、エシカル消費に関する講座の開催、エシカル消費を紹介し理解を広めるフォーラムの開催、講師派遣、消費生活展における展示やイベント等での普及啓発、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することにより、その意義などについて広く普及・啓発するほか、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進するとともに、社会全体の意識の醸成を図ります。

食品ロス・食品廃棄物の削減

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」を推進します。

3Rの推進と環境教育

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、国が定めた「3R推進月間」などにおける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、各種リサイクル法の概要や3Rに関する各種制度等のホームページでの情報提供等により、3Rに関する普及啓発を推進するとともに、環境問題に関する学習会等への講師派遣、環境教育プログラムの普及等を行います。

(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と課題

地域における連携体制の構築（地域消費者被害防止ネットワークの設立）

高齢化等を背景として、高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった方等、消費者被害に遭う可能性の高い方が増加している中、こうした方々の消費者被害の防止、早期発見、救済は喫緊の課題であり、地域のさまざまな主体が「地域の住民を守る」という共通認識のもとに消費者被害の情報を共有し、連携して対応する体制を構築することが必要です。

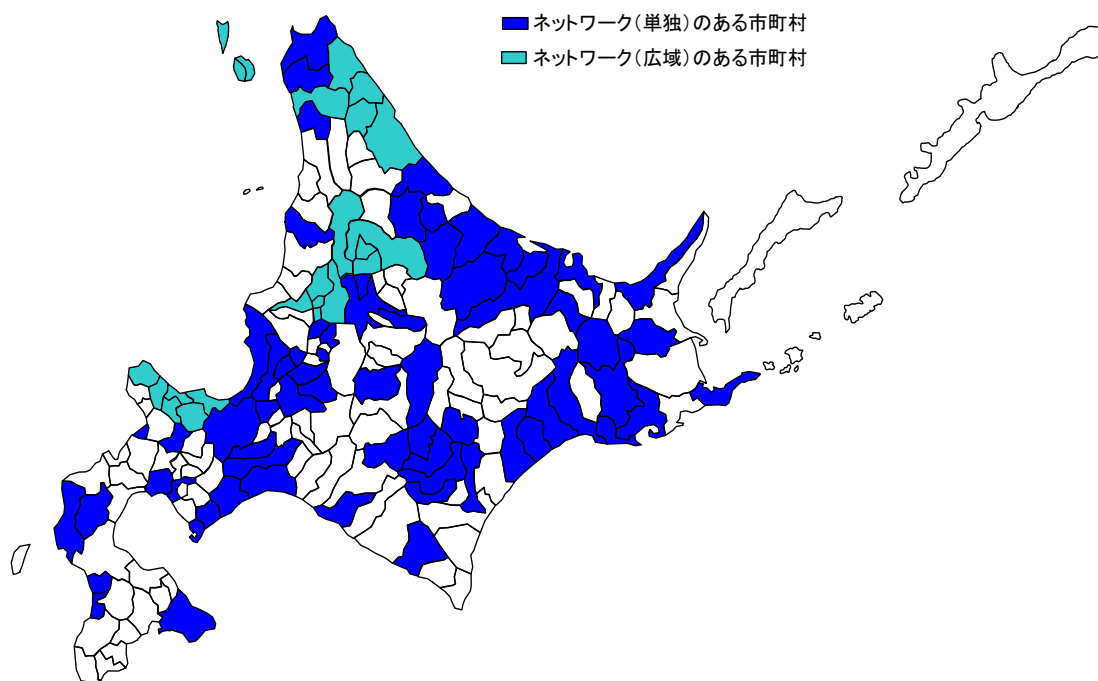
このため、道では、地域におけるこうした連携のしくみ（体制）である「地域消費者被害防止ネットワーク」の構築を推進しており、平成10年度（1998年度）から平成30年度（2018年度）までの20年間で、69の地域消費者被害防止ネットワークが設立され、89の市町村で設置されています。（表6-1、図6-2及び6-3）

■(表6-1)地域消費者被害防止ネットワーク新規設立数の推移

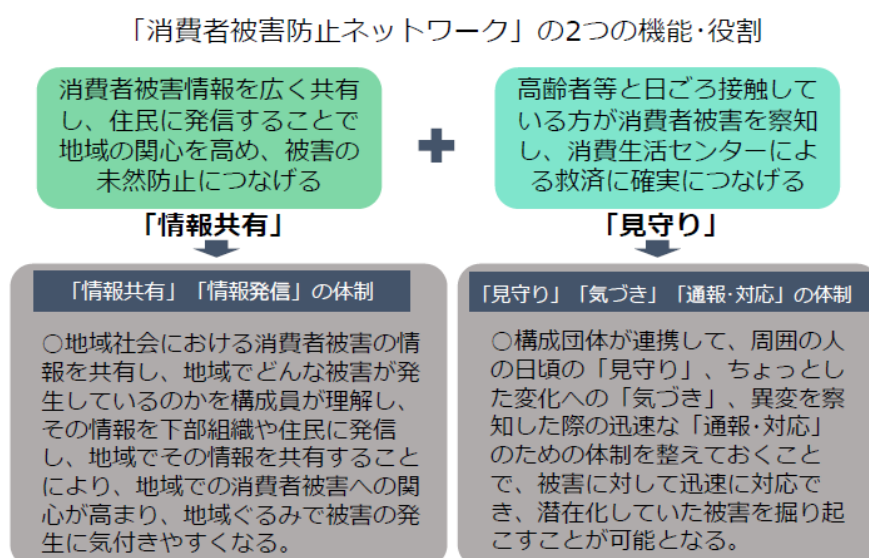
年度	H10～25	H26	H27	H28	H29	H30
新規設立数	50	2	5	8	3	1

資料出所：道環境生活部

■(図6-2)道内の消費者被害防止ネットワーク設置状況



■(図 6-3)地域消費者被害防止ネットワークの機能・役割



北海道消費者被害防止ネットワーク

道においても、消費者安全課、道立消費生活センター及び警察本部を幹事として、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のほか、各地域のネットワークに「消費者被害防止ネットワークニュース」を発行して情報提供に努めるなどしてきました。

平成 26 年（2014 年）6 月の消費者安全法の改正により、高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった者の消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行う「消費者安全確保地域協議会」を設置できるとことが同法に規定されたことを受けて、平成 28 年（2016 年）4 月に、北海道消費者被害防止ネットワークを消費者安全確保地域協議会として位置づけるとともに、各地域の消費者被害防止ネットワークに対しても、消費者安全確保地域協議会への位置づけを行うよう要請しています。

地域消費者被害防止ネットワーク活動の活性化

地域で設立された消費者被害防止ネットワークが、その活動を維持・活性化していくことは地域の連携体制の確保にとって非常に重要であることから、道では、平成 27 年度（2015 年度）に「地域消費者被害防止ネットワーク活動状況実態調査」を実施しました。その結果、活動の維持ができていないネットワークが相当数あることが確認されたほか、情報共有は多くのネットワークで行われている反面、見守り活動を実施しているネットワークは少数であることがわかりました。

このため、平成 28 年度（2016 年度）「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、消費者安全確保地域協議会への移行の働きかけを行いました。（表 6-4）

■(表 6-4)平成 28 年度（2016 年度）地域消費者被害防止ネットワーク活動強化事業

事業細目	事業内容
活動事例調査	既存ネットワーク活動状況等を詳細に聞取調査する。(道内 18 箇所)
ブロック別説明会	優良事例やネットワークの設立、法定協議会への移行について地域ブロックごとに説明会を開催する。(道内 5 箇所)
現地訪問・説明	ネットワーク既設置市を戸別訪問し法定協議会への移行及び組織活動・運営の活性化等について働きかけを行う。(道内 16 箇所)
報告書等作成	上記事業結果を分析し、最終報告書を作成し、各市町村に情報提供する。

実態調査の結果を踏まえ地域ネットワーク組織・活動の強化・活性化を行い消費者安全確保地域協議会への移行を促進する。

事業費：95 万 5,000 円（地方消費者行政推進交付金（先駆的プログラム分））

地方消費者行政強化作戦目標の早期達成のため人口 5 万人以上の市を中心に働きかけを行う。

優良事例についてはその背景を分析し組織活動活性化のためのノウハウを抽出する。

資料出所：道環境生活部

消費生活相談窓口と、地域包括支援センター等の地域の関係者とが、日頃からどの程度連携関係を構築しているかを把握するため、平成 28 年度（2016 年度）に「消費者被害防止のための地域連携状況実態調査」を実施しました。

地域連携体制における課題

道では上記のとおり、地域消費者被害防止ネットワークの新規設立を推進していますが、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ります。

任意組織である「地域消費者被害防止ネットワーク」は、基本的には消費者安全確保地域協議会への移行が可能であり、道では移行を推奨し、各ネットワークに働きかけていますが、平成 30 年度（2018 年度）末現在までに移行（若しくは新規設立時から消費者安全確保地域協議会として設立したもの）を行ったネットワークは 10 組織（石狩市、江別市、北見市、釧路市、登別市、恵庭市、乙部町、洞爺湖町、豊浦町及び湧別町）にとどまっており、今後とも、人口 5 万人以上の市を中心に継続して移行を働きかける必要があります。

既存の 12 の地域消費者被害防止ネットワークが活動を休止していることが判明しており、定期的な情報交換会議も多くのネットワークで実施されていないことがわかっています（平成 28 年度（2016 年度）実態調査結果）。既存のネットワーク活動の維持・活性化のため、活動状況を継続的に把握し、その活動が維持されるよう働きかけや支援を行う必要があります。（表 6-5）

■(表 6-5)地域消費者被害防止ネットワークの活動状況

調査質問事項	回答結果
活動状況	休止中：12 市町村
構成員間の定期的な情報交換・連絡調整	現在実施している：45.9%

資料出所：平成 28 年度地域消費者被害防止ネットワーク活動状況実態調査

市町村の消費生活相談窓口と地域包括支援センター等の関係者が顔の見える関係を構築し、消費者被害の発見・救済に向けて十分な連携が図られている必要がありますが、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ります。（表 6-6）

■(表 6-6)消費生活相談窓口と地域包括支援センター等との連携関係の構築状況

調査質問事項	回答結果
連携関係があるか	ない：22.3%
地域包括支援センター等から相談窓口への通報実績があるか	ない：52.2% 1~4回：28.7%
地域包括支援センター等に現場確認や付き添いを依頼できるか	そのような関係にない：56.1%
双方が出席する情報交換等の機会があるか	ない：63.7%
双方が互いの分野に係る研修機会があるか	ない：79.6%

資料出所：平成 28 年度消費者被害防止のための地域連携状況実態調査

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構築の支援

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効果的であることから、地域の関係団体・機関で構成される「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します。

地域消費者被害防止ネットワーク活動の維持・強化

北海道消費者被害防止ネットワークでは、地域消費者被害防止ネットワークの活動実態を調査・把握し、構成機関や地域消費者被害防止ネットワークに対して最近の消費者被害情報や、各地のネットワーク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の活動の維持・活性化及び関係団体との連携が図られるよう取組を強化するとともに、消費者安全確保地域協議会となっていない地域消費者被害防止ネットワークの同協議会への移行を推進します。

地域における連携体制の構築

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地域包括支援センター等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ます。

(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と課題

消費生活モニターへの意識調査、意見聴取

全道に配置する 300 名の消費生活モニターを対象に意識調査を実施し、その結果を公表し、関係部局や団体等に通知等をするほか、消費生活モニターから「モニター通信紙」の提出を受けることにより、随時消費者としての意見や疑問等を受け付け、必要に応じて対応等を行っています。

平成 27 年度（2015 年度）以降は、継続的に液化石油ガス（LP ガス）等に関する意識調査を実施し、関係団体等に積極的に情報提供を行いました。（表 6-7）

■(表 6-7)消費生活モニター調査テーマ

年度	調査テーマ
H27	ガス供給契約に関する意識調査
H28	LP ガスに関する意識調査
H29	LP ガスに関する意識調査
H30	LP ガスに関する意識調査

資料出所：道環境生活部

消費生活地域協議会の開催

消費生活条例第 32 条の規定に基づき、各（総合）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しました。（表 6-8）

■(表 6-8)消費生活地域協議会開催状況

年度	開催（総合）振興局	主な開催内容
H26	日高、檜山、留萌、十勝	食品表示、インターネットトラブル、消費者行政活性化事業
H27	胆振、林-ツク、宗谷	最近の消費生活に関する問題、消費生活相談事例と対策、食品表示法
H28	空知、後志、渡島、上川、釧路	地域消費者被害防止ネットワーク、市民が進める持続可能な地域づくり
H29	石狩、檜山、留萌、根室	消費者行政推進事業、地域消費者被害防止ネットワーク、消費生活相談事例と対策、景品表示法
H30	胆振、日高、宗谷	新たな加工食品の原料原産地表示、食品の品質表示

資料出所：道環境生活部

液化石油ガス及び灯油に関する消費者意見の聴取及び情報共有等

液化石油ガスや灯油の流通等に関する諸問題について、消費者団体、関係業界、学識経験者、行政機関等が一堂に会し、液化石油ガス産業の現状と課題、灯油を巡る国内外の情勢等について情報提供を行い、本道の地域事情、需給特性等について関係者相互の理解を深めるため、「北海道地方 LP ガス懇談会」に出席して、消費者苦情事例を報告した上で消費者団体等の意見を聴取しているほか、「北海道地域灯油意見交換会」を北海道経済産業局との共催により開催しています。

消費者団体の活動の促進

道内各地で消費者協会が組織され、消費者運動を展開しており、平成 30 年度（2018 年度）末には 70 の消費者協会が地域で活動し、地域の消費者問題の解決に貢献しています。道では、こうした消費者協会の地域での組織活動を促進するため、一般社団法人北海道消費者協会が実施する消費生活リーダー養成講座や消費者問題学習会などの事業に助成しています。

任意の団体である消費者協会が法人格を取得することは、社会的信用が高まるとともに、消費生活相談を含む幅広い積極的な活動がしやすくなると考えられることから、道内各地域の消費者協会の中で、法人格を取得して積極的に活動している地域協会の取組事例を調査・集約し、法人化による効果やメリット等について、広く情報提供を行いました。

消費生活協同組合との連携等

道内で設立されている消費生活協同組合の組合活動の適正化を図るため、消費生活協同組合法に基づき行政調査及び行政措置を行うとともに、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・協力を努めています。

消費者団体における課題等

地域消費者協会は、地域における消費者利益の擁護と増進に向け重要な役割を果たしていますが、地域消費者協会の数は近年減少傾向で推移しており（表 6-9）、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ります。

■(表 6-9)地域消費者協会数の推移

	H26 年度	H27 年度	H28 年度	H29 年度	H30 年度
地域における消費者協会数	74 協会	74 協会	73 協会	71 協会	70 協会

資料出所：一般社団法人北海道消費者協会

施策展開の方向と具体的取組

消費生活モニターへの意識調査、意見聴取

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ます。

消費生活地域協議会の開催

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）振興局単位で開催し、地域の消費者の意見が道の施策へ適切に反映されるよう努めます。

液化石油ガス及び灯油に関する消費者意見の聴取及び情報共有等

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、消費者意見の聴取や、消費者団体、関係事業者団体、学識経験者、行政機関により構成される意見交換の場に参加し必要な情報の提供や意見交換を行うなどにより、関係者相互の理解の促進に努めます。

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、道内の消費者団体の実態を適切に把握し、人材育成の取組を支援するなど、一般社団法人北海道消費者協会との一層の連携を図り、道内における消費者団体の活動の活性化を図ります。

また、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を密にし、顔の見える関係を構築するとともに、日常的に情報共有に努め、消費者利益の擁護・増進に向けて一層の連携強化に努めます。

消費生活協同組合の活動の促進

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・措置を厳正に行います。

消費生活協同組合が、持続可能で公正な社会の実現のために社会的な活動や消費者運動を行っている実態に鑑み、それらの活動が適切に行われるよう、必要な助言と連携に努めます。

(1) 商品等の表示等の適正化

これまでの主な取組と課題

食品表示法に基づく食品表示の適正化

食品表示法に基づく食品表示の一層の適正化を図るため、平成 14 年（2002 年）から食品表示に関する各種情報の受付窓口（食品表示 110 番）を開設し、道民の皆様から広く情報を受け付けるとともに、道内の小売店舗等に対する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などを行っており、食品表示に関する法令違反に係る通報案件に対しては行政調査を行い、調査の結果に基づき違反事業者に対して行政措置を行っています。（表 7-1）

現状として、食品表示違反疑義事案の発生は後を絶たず、改正が相次ぐ食品表示制度に関し、事業者の法令遵守状況について、監視をしていく必要があります。

■(表 7-1)食品表示法に基づく行政措置の実績

措置	年度	H26	H27	H28	H29	H30
措置命令		0	0	0	1	0
指示		2	2	1	0	0
指導		120	125	132	108	117

(件)

注：平成 26 年度（2014 年度）は JAS 法に基づく措置

資料出所：道環境生活部

消費生活条例に基づく料金等の表示の適正化

消費者の商品選択の適正化を図るため、一部の商品及び役務の表示について、消費生活条例第 14 条の規定に基づき料金等の表示の基準を定めており、当該表示の状況について監視調査を行っています。（表 7-2）

■(表 7-2)消費生活条例第 14 条に基づく表示の基準

美容料金の店頭表示基準
クリーニング料金の店頭表示基準
商品の単位価格等の表示に係る標準

資料出所：道環境生活部

不当表示の監視と排除措置

消費者に誤認させる不当表示を防止するため、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）に基づき疑義事案に対する調査を行い、違反事業者への行政措置を行っています。特にホテルや飲食店等のメニュー表示については、事業者に対する調査・啓発を実施するとともに、消費者安全課内に「景品表示法ホットライン」を設置して、事業者からの相談等に迅速かつ適切に対応しています。（表 7-3）

メニュー表示については、消費者の商品の選択に大きく影響しますが、具体的な基準がないため、事業者における表示の管理体制が不足するおそれがあることから、今後とも、不当表示の防止に向け、事業者に景品表示法の考え方などを周知し、法令遵守を促す取組を行う必要があります。

■(表 7-3)景品表示法に基づく行政措置の実績 (件)

措置	年度	H26	H27	H28	H29	H30
措置命令*		0	0	0	1	0
指示*		0	—	—	—	—
指導(注意)		69	36	23	17	20

※知事の権限は平成 26 年(2014 年)12 月までは指示、それ以降は措置命令

資料出所：道環境生活部

施策展開の方向と具体的取組

食品表示の適正化の推進

関係機関との密接な連携のもと、食品の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を行い、疑義事案に対する食品表示法に基づく行政調査、行政措置を行うなど、食品表示に関する法令を厳正かつ適切に執行することにより、食品表示の適正化を図ります。

不当表示に対する監視と行政措置

不当表示疑義事案について、消費者等からの情報の受付、景品表示法等に基づく行政調査、行政措置を行うなど法令を厳正かつ適切に執行することにより、表示の適正化を図ります。

事業者の適正表示に向けた取組への支援

事業者が表示に関する法制度を正しく理解し、自主的な法令遵守への取組が行われるよう、景品表示法ホットラインによる事業者からの相談等に対応するほか、ホテルや飲食店等の事業者の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ます。

計量・品質表示に関する法令の厳正な執行

計量法、家庭用品品質表示法、消費生活条例(規格、表示等の適正化)等を厳正かつ適切に執行することにより、規格・表示等の適正化を図ります。

(2) 消費者取引等の適正化

これまでの主な取組と課題

特定商取引に関する法律、消費生活条例（不当な取引方法の禁止）による規制

多発・深刻化する消費者被害を防止し、消費者取引の適正化を図るため、国、他都府県、市町村、警察本部などの関係機関との連携の下、特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）及び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行政調査を行い、厳正な行政措置を行っています。（表 7-4）

行政措置を受けても廃業・名称変更を繰り返して同様の行為を行う事業者も存在するなど、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っていく必要があります。

■(表 7-4)特定商取引法及び消費生活条例（不当な取引方法の禁止）に基づく行政措置の実績

措置内容	年度	H26	H27	H28	H29	H30
特定商取引法 指示		1	1	0	2	2
特定商取引法 業務停止命令		4	0	1	2	1
消費生活条例 勧告		5	2	0	0	2
消費生活条例 重大被害防止措置*		1	0	0	1	1
消費生活条例 公表		5	2	0	5	4
行政指導		57	22	21	30	37

※重大被害防止措置は不当・架空請求事業者の公表案件を除く件数

資料出所：道環境生活部

適格消費者団体に対する情報提供

適格消費者団体と行政措置情報等の情報提供に係る覚書を締結し、事業者の違法・不当な行為や契約条項等に対する差止請求等に必要な情報提供を行っています。

貸金業法に基づく事業者への指導監督

貸金業者の業務の適正な運営の確保及び資金需要者の利益の保護を図るため、貸金業法等に基づく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、及び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行っています。

宅地建物取引業法に基づく事業者への指導監督

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、宅建業者及び取引士に対する指導監督を行っています。（表 7-5）

■(表 7-5)宅地建物取引業法に基づく行政措置の実績

措置	年度	H26	H27	H28	H29	H30
免許取消		7	3	4	3	0
業務停止命令		3	4	0	1	1
指示処分		0	3	5	2	0

資料出所：道建設部

架空請求・不当請求対策

架空請求・不当請求被害を防止するため、架空請求・不当請求を行っているものと認められる事業者名等について、消費生活条例第17条の2の規定に基づく重大被害防止措置として、消費者に対し、当該事業者を特定する情報の提供を行っています。（表7-6）

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たことから、そのような事業者を特定する情報を複数提供し、被害の未然防止に努めていますが、相談件数は依然として高水準で推移している（図1-7参照）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ります。

■(表7-6)架空請求・不当請求事業者に関する情報提供の件数

(件)

年度	H26	H27	H28	H29	H30
消費生活条例に基づく事業者を特定する情報の提供（架空・不当請求関係分）	4	0	0	5	4

資料出所：道環境生活部

施策展開の方向と具体的取組

特定商取引法、消費生活条例（不当な取引方法の禁止）等の厳正な執行

特定商取引法及び消費生活条例等に基づく行政調査、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、関係法令等を厳正かつ適切に執行することにより、消費者取引の適正化及び消費者被害の未然防止・拡大防止に努めます。

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するとともに、行政措置情報を市町村等関係機関へ適切に提供することによって、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します。

また、特定商取引法第60条及び消費生活条例第30条の規定に基づく消費者からの申出を受理した場合には、適切に行政調査及び行政措置を行うことにより、消費者取引の適正化及び消費者被害の未然防止・拡大防止に努めます。

適格消費者団体に対する支援

事業者の違法・不当な行為や契約条項等に対する差止請求等を行う適格消費者団体が、適切にその役割を果たすことができるよう、必要な情報提供等の支援を行うことにより、表示や消費者取引の適正化及び消費者被害の未然防止・拡大防止に努めます。

貸金業法に基づく事業者等への指導監督等

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指導監督を行います。

宅地建物取引業法に基づく事業者への指導監督等

宅地・建物の売買や賃貸住宅に入居する際の契約内容に係るトラブルなど、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、宅建業者及び取引士に対する指導監督等を行います。

架空請求・不当請求対策

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、消費生活条例第17条の2の規定に基づく重大被害防止措置として事業者を特定する情報の提供を適切に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ます。

(1) 消費者事故情報の収集・共有・周知

これまでの主な取組と課題

消費者事故情報の収集と重大事故の国への通知

消費者を消費者事故から守り被害拡大を防止するため、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、情報の収集と共有を図っており、消費者安全法第12条の規定に基づく消費者事故の通知について、庁内各部局管下で死亡事故等の重大事故等又は消費者事故等が発生した場合には、消費者安全課に情報が集約され、国に対して迅速に通知を行っています。(表8-1)

■(表8-1)消費者安全法第12条に基づく消費者事故等の通知件数 (件)

年度	H26	H27	H28	H29	H30
重大消費者事故通知件数	16	9	12	7	11

資料出所：道環境生活部

消費者事故情報の周知・発信、危害の防止

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については、消費者安全課のホームページやメールマガジンに掲載して周知を図っているほか、関係行政機関との間で迅速に情報共有を図るため「消費者行政メーリングリスト」を運用しており、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し、関係先への周知等の対応に役立てています。(表8-2)

今後は、ホームページやメールマガジン、消費者行政メーリングリストに加えて、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ります。

■(表8-2)消費者行政メーリングリストで行った情報交換件数実績 (件)

年度	H26	H27	H28	H29	H30
メーリングリスト情報交換件数	332	280	293	269	249

資料出所：道環境生活部

商品テストの実施による商品の安全確保の取組

道立消費生活センターは、商品の安全性や性能などに関する苦情や問い合わせに応じており、原因究明に必要な商品テストや専門技術相談に対応するとともに、消費生活相談で問い合わせの多い商品や消費者の関心の高い商品を買上げ、安全性や品質、性能などの試買テストを行

い、そのうち、製品に起因する事故や問題のあった商品については、事業者に改善を申し入れています。（表 8-3 及び 8-4）

■(表 8-3)商品の安全性や性能に関する相談と商品テストの実績 (件)

年度	H26	H27	H28	H29	H30
商品の安全性や性能に関する相談	462	449	448	353	382
うち、商品テストを実施した件数	196	187	179	175	180

資料出所：道立消費生活センター

■(表 8-4)試買テスト実施状況（テスト品目）

平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
除湿機	柔軟剤	子供用マニキュア	野菜系飲料	炭酸飲料
養殖エビ	豆乳類	ペットボトルのお茶	ワイシャツ	はっ水加工繊維製品
マイクロファイバースマット	電子体温計	卓上用シュレッダー	直飲式携帯用魔法瓶	自転車用ライト
スポーツドリンク	子供用ラッシュガード	スプレー缶ガス抜き器	丸形 LED ランプ	加湿器

資料出所：道立消費生活センター

施策展開の方向と具体的取組

消費者事故情報の収集及び情報共有

消費者事故等に係る情報については、消費者への周知が効果的に行われるよう全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）によって情報を収集するほか、市町村の消費生活相談窓口や警察・保健所等と密接に連携し、情報収集及び情報共有に努めます。

重大事故情報の集約と国への情報伝達

庁内各部局で入手した重大事故等の情報等については、消費者安全課に迅速に情報が集約され、消費者安全法の規定に基づき確実に国に情報が伝達されるよう、適切かつ万全な対応を行います。

消費者事故情報の周知

消費者事故等に関する情報については、ホームページやメールマガジンで情報を発信するとともに、消費者行政メーリング・リストにより迅速に市町村に通知することにより消費者への周知を図るほか、地域消費者被害防止ネットワークにより関係機関や団体を通じて消費者に情報提供が行われるよう通知するなど、様々な経路で効果的な情報周知を図られるよう努めます。

商品テストによる消費者被害の未然防止

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消費者からの苦情・問い合わせに対応するため、商品テストや技術相談対応を行うとともに、消費者の関心の高い商品について試買テストを行い、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ります。

危害の防止のための行政措置

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消費生活条例の適切な運用を図ります。

緊急事態への対処

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、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、商品及び役務による事故等による危害情報の収集、整理及び分析を行うとともに、収集した情報の評価、緊急事態であるかどうかの判断その他の緊急時対応を迅速かつ適切に行うことにより、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。

(2) 食品の安全性の確保

これまでの主な取組と課題

食品衛生法に基づいた監視指導

食品衛生法等に基づき、食品の製造施設や販売施設への立入検査や、食品及び添加物の試験検査等を行うとともに、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し、食品衛生上の危害発生の防止に努めています。

食品トレーサビリティ制度の導入・促進

トレーサビリティの普及を図るため、道独自のトレーサビリティ導入の手引きや、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行ったほか、米トレーサビリティ制度については、パンフレットの配布等による制度の普及を図るとともに、国と連携して飲食店等への巡回調査等を実施しています。

食の安全に関するリスクコミュニケーション

関係機関・団体と連携しながら食の安全に関する意見交換会を実施し、情報の共有や道民意見の把握に努めています。（表 8-5）

■(表 8-5)平成 30 年度（2018 年度）に実施した食の安全に関するリスクコミュニケーション

事業名	実施場所
「食の安全見えてみ隊、学び隊」	滝川市・北斗市
食品衛生に関する各種講習会	道内各地
食の安全・安心セミナー	札幌市ほか道内 6 か所
GAP 導入推進セミナー	札幌市
HACCP 認定取得促進のための講習会（水産関係）	網走市
食の安全・安心及び食育に関する地域意見交換会	札幌市ほか道内 7 か所

資料出所：道農政部

食の安全・安心に係る通報等への対応

北海道食の安全・安心条例第 26 条の規定に定める食品の安全性または食品の表示に関する道民からの申出や食の安全・安心に係る通報等については、消費者安全課に一元的に集約され、毎月開催する消費生活安定会議幹事会食品安全部会において関係部局が情報を共有しているほか、通報の情報伝達に万全を期するため、毎年度情報伝達訓練を実施し、連絡手順や伝達ルート等を確認しています。また、国等の関係機関と定期的に通報内容に関する情報交換や相互確認を行い、伝達に遺漏がないように努めています。

道民が気軽に食の安全・安心に関する相談や申出、通報ができるよう、通報相談窓口を明確化し、その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ます。（表 8-6～8-10）

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ります。（図 8-11）

■食の安全・安心に係る通報等の状況について

(表 8-6)通報等の件数と内容の区分

(件)

	受理件数	通報等の概要（複数内容の通報があり、計は一致しない）					
		食 品	施 設	表 示	健康被害	米トけ法	その他
平成 26 年度	1,006	322	112	224	87	326	40
平成 27 年度	827	336	109	146	95	197	41
平成 28 年度	866	259	95	132	100	308	36
平成 29 年度	806	235	108	126	90	291	28
平成 30 年度	461	225	92	110	86	6	24

(表 8-7)通報者別件数

(件)

	件 数	一般住民	他機関
平成 26 年度	1,006	524	482
平成 27 年度	827	550	277
平成 28 年度	866	503	363
平成 29 年度	806	472	334
平成 30 年度	461	424	37

注：通報等の概要

食品：異物混入、腐敗、カビ等

施設：汚れ、周囲の悪臭等

表示：期限切れ、貼り替え、欠落等

健康被害：下痢、嘔吐等

米トけ法：米及び米加工品の産地情報の消費者への伝達漏れ

その他：製品や店舗の対応への不満、無許可営業の疑い、道への意見等

注：通報者区分

一般住民：消費者、事業者、他機関：国、都府県等

(表 8-8)対応状況（令和元年（2019 年）7 月末現在）

(件)

	件 数	立入検査等	他機関へ回付	その他	調査中
平成 26 年度	1,006	537	73	493	0
平成 27 年度	827	395	69	423	0
平成 28 年度	866	357	51	504	0
平成 29 年度	806	386	93	417	0
平成 30 年度	461	354	91	83	2

注：他機関は他法所管の部局を含む

その他は、置換で調査済みのものや、口頭・電話等で通報者の了解を得て終了したものの複数対応の事案があり、計は一致しない

(表 8-9)措置状況（令和元年（2019 年）7 月末現在）

(件)

	件 数	命令・指示	文書指導	口頭指導	その他	調査中
平成 26 年度	1,006	2	316	397	280	0
平成 27 年度	827	1	208	328	281	0
平成 28 年度	866	0	238	277	281	0
平成 29 年度	806	0	181	277	337	0
平成 30 年度	461	1	14	260	172	8

注：その他は、措置の必要がないもの

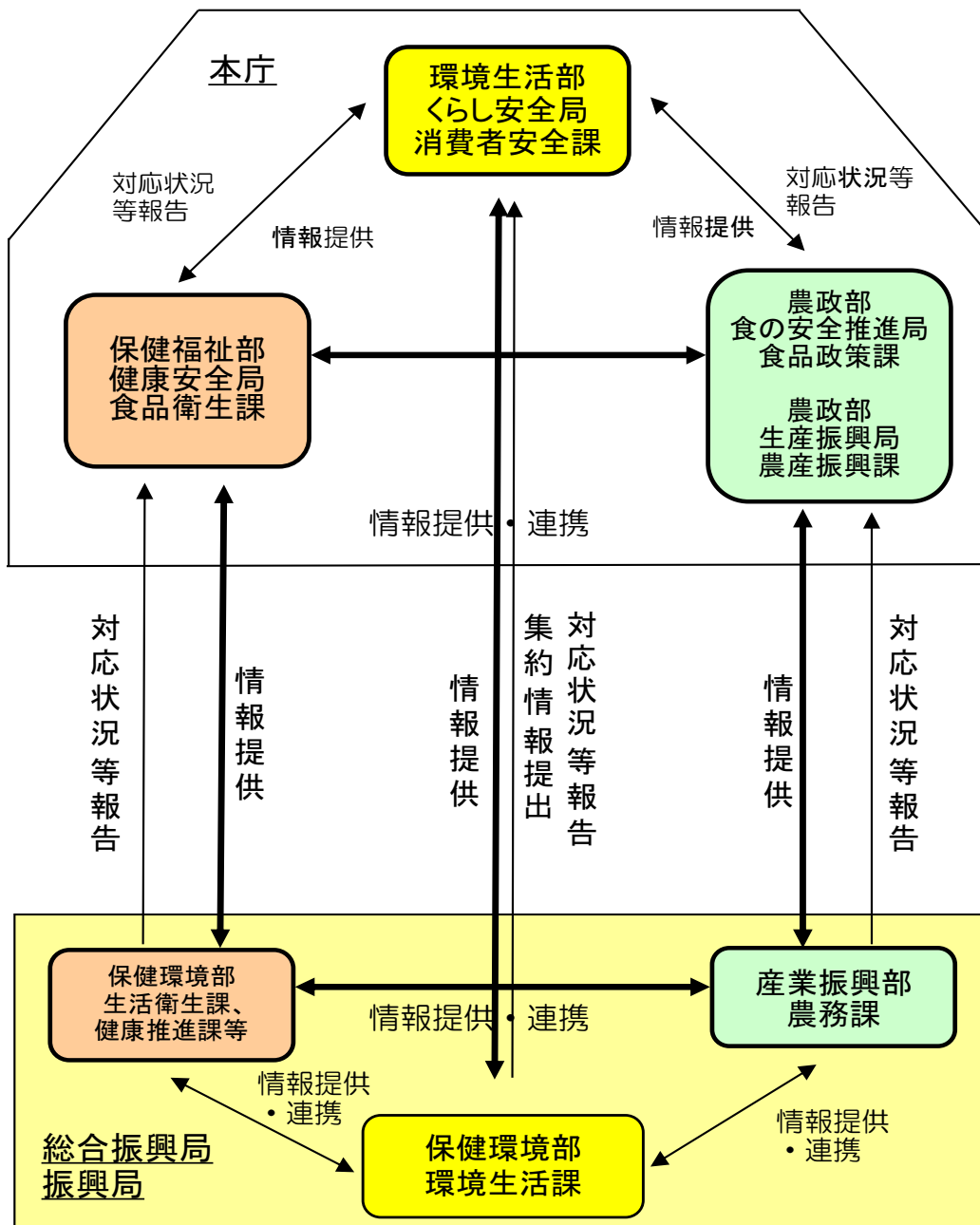
資料出所（表 8-6～8-9）：道環境生活部

■(表 8-10)食の安全に関する相談・申出・通報の窓口

窓口・専用電話名	受け付ける情報等	設置場所
食品表示 110 番	食品表示に関する違反情報	環境生活部くらし安全局消費者安全課
食品安全相談ダイヤル	食品の安全・安心全般に関する情報提供、問合せ、意見等	農政部食の安全推進局食品政策課
道内保健所窓口	食品衛生に関する違反情報や相談等	道内各保健所

■(図 8-11)食の安全・安心に係る通報等情報の共有・一元的管理体制

「食の安全・安心に係る通報等の取扱い」に係る所管
一元化情報共有・対応状況確認



施策展開の方向と具体的取組

食品衛生法に基づく監視指導

食品衛生法に基づき策定された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を実施し、食中毒予防を普及啓発するとともに、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。

食品表示制度に関する普及啓発

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、関係法令等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適正に実施します。

食品トレーサビリティ制度の導入促進

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・啓発に努めます。

食の安全に関するリスクコミュニケーションの充実

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ます。

食の安全・安心に係る通報への対応

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」を毎月開催し、処理状況を確認・点検するほか、四半期ごとに通報や対応等の状況をホームページで公表します。

(3) 価格安定対策

これまでの主な取組と課題

消費生活モニターによる価格・需給動向の調査・監視

道内各地の 300 人の一般消費者を「北海道消費生活モニター」として委嘱し、道民の消費生活に関連性の高い商品・役務^(注)の毎月の価格や出回り状況の調査・監視を行い、調査結果についてホームページを通じて公表しています。

生活関連物資の価格等の動向は、道民生活に直接影響を及ぼすものであることから、引き続きその動向を監視し、消費者等に対して情報提供に努めるとともに、必要に応じて、価格の安定に向けた対応を行う必要があります。

年末年始の物価等対策

生鮮食料品等の主要な食料品に関する需要が増加し、販売競争が激化する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、対策を実施しています。(表 8-12)

■(表 8-12)年末年始の物価等対策

<p>○生鮮食料品等の供給の確保及び価格の安定</p>
<p>年末年始に需要が増加する青果物、水産物及び食肉等について農業協同組合、漁業協同組合、卸売市場及び関係業界に対し、供給の確保や価格の安定について要請し、輸送の円滑化について関係機関に協力要請</p>
<p>○生鮮食料品の需給や価格動向の把握</p>
<p>生鮮食料品の需給や価格動向を把握し、市町村に要請</p>
<p>○誇大な表示、過大な景品付き販売や不良・違反商品の追放</p>
<p>誇大な表示や過大景品類の監視(景品表示法)、食品製造・販売施設への立入検査等(食品表示法)</p>

資料出所：道環境生活部

災害時における生活必需物資の需給、価格の調査・監視

平成 30 年(2018 年)9 月 6 日の北海道胆振東部地震の発生に伴い、道民生活に関連性の高い商品等について、道職員による緊急価格調査を行い、調査結果をホームページにより公表しました。

注：道民の消費生活に関連性の高い商品・役務

消費生活条例第 18 条の規定により選定(選定商品等：生活関連重要商品等 52 品目)及び第 20 条の規定により指定(指定商品：家庭用灯油及び家庭用液化石油ガス)を行っている商品

施策展開の方向と具体的取組

物価動向等の監視と情報提供

生活物資の物価安定は、道民生活の安定の基盤であることから、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、その結果を公表するなどして消費者に情報提供します。

災害発生時等における情報提供等

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正確・迅速な情報の収集と発信を行うなど、災害発生時における道民の冷静な行動の助長や不安感の払拭に努めます。

年末年始の物価等対策

年末年始における生鮮食料品等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ります。

第5章 推進体制と推進管理等

1 計画の推進体制

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、計画の推進を図ります。

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、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ます。

消費生活関連施策の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います。

別表

I 指標項目

(目標値を設定し、計画の推進管理において成果を検証する際に用いる項目)

区分	指標の名称	現状値 (年度)	目標値 (年度)	指標の説明
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			消費生活モニターのうち消費者ホットライン「188」を知っていると答えた人数の割合
	道の消費生活相談員研修参加率			道立消費生活センターの相談員が受講した研修等の延べ人数
(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			全道人口に対する市町村の消費生活センターがカバーする地域人口の割合
	消費生活相談員資格保有率			道内の消費生活相談員のうち消費生活相談関係の資格を保有している人数の割合
	市町村の消費生活相談員研修参加率			市町村の消費生活相談員等が道立消費生活センター主催の研修会等を受講した延べ人数
施策2 消費者教育の推進				
(1) 消費者教育の推進				
	「社会への扉」を利用した授業実施学校数			道立高校において、「社会への扉」を利用した授業を実施した学校の数
	関係機関と連携した消費者教育実施学校数			道立高校において、消費者教育に関する取組を実施している団体等と連携し、生徒が体験的に事例等を学ぶ消費者教育を実施した学校の数
	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)			道立消費生活センターが実施する学校訪問講座の開催回数及び参加人数
(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			メールマガジン「消費者ほっとメール」の読者となる登録者数(各年3月31日現在)
	センターニュース「きらめっく」発行			道立消費生活センターの広報誌「きらめっく」の発行回数
(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			消費生活モニターのうち「エシカル消費」の言葉及び内容を知っていると回答した人数の割合

施策3 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の実施回数			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の実施回数
地域消費者被害防止ネットワーク設置数			地域消費者被害防止ネットワークを組織している地域の数（各年4月1日現在）
消費者安全確保地域協議会設置市町村人口カバー率			全道人口に対する消費者安全確保地域協議会設置市町村の人口の割合
北海道消費者被害防止ネットワークニュース発行回数			北海道消費者被害防止ネットワークニュースを発行した回数
地域消費者被害防止ネットワーク活動休止組織数			地域消費者被害防止ネットワークの活動を休止している組織の数（各年4月1日現在）
(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の実施及び消費生活地域協議会の開催			消費生活モニターによる調査実施の回数及び消費生活地域協議会の開催回数
施策5 消費者の安全・安心の確保			
(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			食品衛生法に基づき、道が毎年度策定する監視指導計画の立入検査予定数に対する実施件数の割合
HACCPによる自主衛生管理の導入施設数			食品等事業者のうち、HACCPによる自主衛生管理手法を導入した施設の数
(3) 価格安定対策			
価格動向調査実施回数			消費生活モニターによる価格動向や需給状況の調査の実施回数
年末年始における物価等対策			消費生活モニターによる年末年始における価格動向や需給状況の調査の実施回数

II 参考項目

(目標値を設定するものではないが、年度ごとの状況把握のため参考とする項目)

区分	指標の名称	現状値 (年度)	指標の説明
施策1 消費者被害の救済			
(1) 道による消費者被害の救済			
	消費生活相談件数(道立消費生活センター)		道立消費生活センターで受け付けた消費生活相談の件数
	うち契約当事者 65 歳以上の消費生活相談件数		道立消費生活センターで受け付けた消費生活相談のうち契約当事者が 65 歳以上の相談の件数
	うち契約当事者 29 歳以下の消費生活相談件数		道立消費生活センターで受け付けた消費生活相談のうち契約当事者が 29 歳以下の相談の件数
	うち電子メールによる消費生活相談件数		道立消費生活センターで受け付けた消費生活相談のうち電子メールにより受け付けた相談の件数
	あっせん率		道立消費生活センターで受け付けた消費生活相談のうちあっせんを行った相談の割合
	市町村専用電話相談件数		道立消費生活センターに設置している市町村専用電話による相談件数
	専門家の助言等依頼回数		道民からの相談に対応するため、道立消費生活センターが弁護士、建築士等の専門家に助言等を依頼した回数
	北海道消費者苦情処理委員会処理係属件数		北海道消費者苦情処理委員会に付託した苦情案件の件数
	警察相談における消費者関係相談件数		警察相談で受け付けた「消費者が不安を感じる犯罪被害等」(振り込め詐欺、契約取引関係、悪質商法、ヤミ金など)に関する相談の件数
	貸金業苦情相談窓口での相談受付件数		本庁及び(総合)振興局で受け付けた貸金業に関する苦情相談の件数
(2) 市町村の消費生活相談処理に対する支援			
	消費生活相談件数(道内市町村)		市町村で受け付けた消費生活相談の件数
	消費生活相談員資格試験対策講座参加者数		道立消費生活センター等が開催する消費生活相談員資格試験対策講座を受講した延べ人数
	市町村消費生活相談員研修(道が実施するもの)受講者数		市町村の消費生活相談員等が道立消費生活センター主催の研修会等を受講した延べ人数
	市町村専用電話相談件数(再掲)		道立消費生活センターに設置している市町村専用電話による相談件数
	広域相談体制実施市町村数		消費生活相談について広域的な相談体制を実施している市町村の数
	単独処理かつ専門的な相談員不在の市町村数		消費生活相談について市町村単独で相談を受け付け、かつ相談員を設置していない市町村の数

道内の消費生活相談員配置状況		市町村の消費生活相談員の人数
施策2 消費者教育の推進		
(1) 消費者教育の推進		
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		北海道教育委員会が実施する、教員対象の研修会等の参加教員数
くらしの安全・安心セミナー開催実績(回数、参加人数)		道立消費生活センターが実施する、くらしの安全・安心セミナーの開催回数及び参加人数
高齢者消費者被害防止セミナー開催実績(回数、参加人数)		道立消費生活センターが実施する、高齢者向けの消費者被害防止セミナー等の開催回数及び参加人数
講師派遣(消費者教育サポートセミナーを除く)実施回数		道立消費生活センターが実施する、講師派遣事業(消費者教育サポートセミナーを除く)の実施回数
教員向け講座「消費者教育サポートセミナー」の受講者数		道立消費生活センターが実施する、学校教員向け講座を受講した延べ人数
消費者教育支援セミナー受講者数		消費者教育支援セミナーを受講した延べ人数
消費者被害防止ネットワーク促進セミナー開催実績(実施回数及び参加者数)		消費者被害防止ネットワーク促進セミナーの開催回数及び参加人数
消費生活リーダー養成講座受講者数		北海道消費者協会が開催する消費生活リーダー養成講座の受講者数
消費生活相談員資格試験対策講座受講者数(再掲)		道立消費生活センター等が開催する消費生活相談員資格試験対策講座を受講した延べ人数
(2) 消費生活に関する啓発・情報提供		
啓発資材貸出回数		道立消費生活センターから消費者啓発用パネルやDVDなどの啓発資材を関係団体等に貸し出した回数
くらしの教室等利用者数		道立消費生活センターのくらしの教室等を利用した延べ人数
施設見学団体数		道立消費生活センターの施設を見学した団体等の数
ホームページアクセス数(道立消費生活センター)		道立消費生活センターのホームページのうちトップページへのアクセス数
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)		消費者安全課のホームページのうちトップページへのアクセス数
悪質商法事例に関する情報提供回数		道のホームページ等により悪質商法事例に関する注意喚起等の情報を提供した回数
「消費者の日」普及啓発イベント来場者数		「消費者の日」に関連した普及啓発イベントへの来場者数
消費者啓発リーフレット配布数		道立消費生活センターにおいて、消費者啓発用リーフレットを消費者や市町村、関係団体に配布した枚数
(3) 消費者市民社会の形成		
「エシカル消費」に関連する消費		道が実施する、「エシカル消費」に関連する消費者教育講

者教育講座、フォーラム等の開催回数		座、フォーラム等の開催回数
「エシカル消費」に関連する展示やイベント等での普及啓発活動の実施		道が実施する、「エシカル消費」に関連する展示やイベント等での普及啓発活動の実施回数
施策3 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		
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		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		
消費者協会数		道内の消費者協会の設置数
消費生活協同組合立入検査実施回数		消費生活協同組合に対する立入検査や報告徴収の実施回数
施策4 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		食品表示法に基づく措置命令・指示の件数
食品表示法に基づく行政指導の件数（指示を除く）		食品表示法に基づく行政指導の件数（指示を除く）
食品表示 110 番受付実績		食品表示 110 番にあった電話の受付件数
景品表示法に基づく措置命令の件数		景品表示法に基づく措置命令の件数
景品表示法に基づく指導の件数		景品表示法に基づく指導の件数
食品表示セミナー（食の安全安心セミナー）開催回数		食品表示セミナー（食の安全安心セミナー）の開催回数
(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、指示の件数		特定商取引法に基づく業務停止命令、業務禁止命令、指示の件数
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		北海道消費生活条例に基づく勧告、重大被害防止措置、公表を行った件数
特定商取引法又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		特定商取引法又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
適格消費者団体への情報提供件数		覚書に基づき適格消費者団体への情報提供を行った件数
架空・不当請求案件に係る重大被		架空・不当請求案件に係り、北海道消費生活条例に基づ

害防止措置の件数		き重大被害防止措置を行った件数
施策5 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		消費者安全法に基づき道から消費者庁へ通知した事案の数
消費者行政メーリングリストによる情報発信数		消費者行政メーリングリストにより、市町村等へ情報提供した回数
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		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)に基づく行政措置を行った件数
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		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した回数
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		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を受理した件数
商品テスト実施件数		道立消費生活センターが消費者からの依頼や寄せられた苦情、危害情報に基づき実施した商品テストの実施件数
(2) 食品の安全性の確保		
食の安全・安心に関する通報受理件数		食品表示 110 番、食品安全ダイヤル、各保健所の相談窓口等で受け付けた食に関する通報の件数
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))		食品表示法に基づき実施した命令・指示及び食品衛生法に基づき実施した営業停止命令等の件数
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)		食品表示法及び食品衛生法等に基づき実施した指導の件数
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)		食品のトレーサビリティの取組内容をホームページで消費者に情報提供する事業者のうち道が紹介する事例数
リスクコミュニケーション開催回数		食の安全・安心に関するリスクコミュニケーション(関係者による意見交換)の開催回数