

第3期 (令和3年度～令和7年度)

さいたま市消費生活基本計画

概要版



さいたま市消費生活総合センター
マスコットキャラクター
さいたま しょうこ ちゃん

令和3年4月 さいたま市

1. 計画の基本的な考え方

(1) **基本理念** : P1

※「第3期さいたま市消費生活基本計画」のページを示しています。

・「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」を目指す。

(2) **計画の位置づけ** : P2

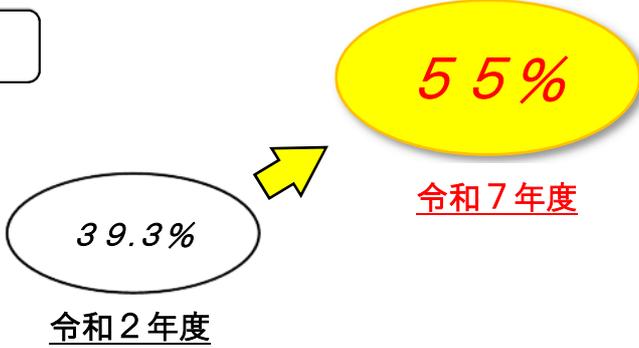
・消費生活に関する施策について、総合的に推進するために、これまで2つに分かれていた「消費生活基本計画」と「消費者教育推進計画」を一体化する。

(3) **計画期間** : P3

・令和3年度から令和7年度までの5年間とする（※ただし、社会経済情勢の変化や進捗状況に応じて、計画期間中であっても、見直しを行うこととする）。

(4) **計画の総合指標** : P3

・「消費者トラブル対策が充実していると感じる市民の割合」とする。



2. 消費生活をめぐる現状と課題

(1) 消費者行政の現状と消費生活相談の状況 : P4~P15

- ・国（消費者庁）では、「持続可能な社会の実現」、「成年年齢引下げ」を見据えた取組を促進。
- ・平成30年度における市の消費生活相談の件数は1万件を超え、特に高齢者からの増加が目立つ。
- ・市民の消費生活や環境への意識の高まりを受け、相談内容は多岐に渡るが、比較的若い世代ではデジタルコンテンツ、高齢者では架空請求（商品一般）に係るものが多い。

(2) 消費者を取り巻く環境の変化に伴う課題 : P16~P17

・上記の状況などから、主に取り組むべき課題として、次の①~④を挙げる。

- | | |
|--------------------------------|--|
| ① 高齢化の進行に伴う
高齢者支援の推進 | ② 成年年齢引下げを踏まえた
消費者教育の推進 |
| ③ 高度情報化・国際化の進展に
伴う消費者被害への対応 | ④ 「持続可能な開発目標（SDGs）」の
達成に資する消費者施策の推進 |

3. 施策の方向性と主要施策 (4. 施策展開における重点事項：P21)
 (5. 施策展開の基本的方向と主要施策：P23)

(1) 「消費者の権利」と「施策展開の基本的方向」の関連：P18

・前項で示す4つの課題を視野に入れながら、さいたま市消費生活条例第2条に規定する7つの「消費者の権利」(※巻末参照)をベースに、4つの「施策展開の基本的方向」としてまとめ、展開を進めていく。

(2) 4つの施策展開の基本的方向：P19～P48

(1)消費者の安全・安心の確保

- ① 食の安全対策の推進
⇒食の安全に関する情報提供等 他
- ② 生活環境の安全対策の推進
⇒災害時等における対応の充実・強化 他
- ③ 表示等の適正化の推進
⇒表示等にかかる調査の実施等 他

(2)自立した消費者の育成

- ① 《重点》若年者への教育の推進・支援の強化
⇒学校における消費者教育の充実 他
- ② 消費者教育の推進
⇒地域における消費者教育の推進 他
- ③ 環境保全への取り組みの促進
⇒ごみ減量・リサイクルの推進 他
- ④ わかりやすい情報提供の推進
⇒消費生活に関する講座の充実 他

(3)消費者被害への機動的な対応

- ① 迅速な消費者被害への対応
⇒消費生活相談機能の充実・強化 他
- ② 《重点》高齢者等への支援の強化
⇒高齢者等への情報提供等の強化 他
- ③ 事業者に対する指導の推進
⇒事業者指導の推進
- ④ 関係機関等との連携の推進
⇒適格消費者団体との連携の推進 他

(4)消費者意見の反映の促進

- ① 消費者、事業者及び市による協働の推進
⇒リスクコミュニケーションの推進 他
- ② 事業活動、市の施策への消費者意見の反映の推進
⇒事業者への情報提供の推進 他

※ 《重点》項目の詳細

項目	背景	主な取り組み	事業(例)
若年者への教育の推進・支援の強化	成年年齢引下げにより、18歳から契約行為の主体者となる	学校における消費者教育の充実	・学校での出前講座 ・若者消費者トラブル110番
高齢者等への支援の強化	・本市の急速な高齢化 ・高齢者を狙う悪質商法の増加	高齢者等への情報提供等の強化	・関係団体への情報提供 ・見守り活動の推進

6. 基本計画の実効性の確保 : P 49

- ・計画の内容を着実に実効性のあるものとするために、次の取組を進める。

(1) 機動的な推進体制の充実・強化

- ・消費者問題に関係する局区との緊密な連携を図るため庁内連絡会議を設置し、多面的な解決を図る。

(2) 基本計画の調査・検証・評価・改善

- ・毎年度、具体的施策の進捗状況を審議会において報告、審議することにより施策の有効性・効率性等の検証、評価を行い、その結果を次年度の施策に反映させる。

(3) 市民への情報発信

- ・具体的施策の進捗状況を、市報、ホームページ等で分かりやすく発信する。

(4) 国、埼玉県ほか地方公共団体及び他の関係機関並びに消費者団体、事業者団体との連携

- ・基本計画に掲げる施策の実施について、各団体との連携を深め機動性、実効性を高める。

(参考)

※さいたま市消費生活条例「第2条」に規定する *7つの権利*

1. 消費生活において、商品又はサービスによって、生命、身体及び財産を侵されない権利
2. 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制されず、不適正な取引行為を行わせない権利
3. 消費生活において、商品又はサービスについて、適正な表示等に基づいて選択をする権利
4. 消費生活を営む上で必要な情報が明確かつ速やかに提供される権利
5. 消費生活に関する必要な知識を修得し、及び消費者教育を受ける権利
6. 消費生活に関する市の施策及び事業者の事業活動に、消費者の意見が十分に反映される権利
7. 消費生活において、商品若しくはサービス又はこれらの取引行為により不当に受けた被害から、適切かつ迅速に救済される権利

さいたま市 市民局 市民生活部 消費生活総合センター
〒330-0853 さいたま市大宮区錦町 682-2 大宮情報文化センター (JACK 大宮) 6階
電話 048 (645) 3002 FAX 048 (643) 2247