

第4期

(令和8年度～令和12年度)

さいたま市

消費生活基本計画

令和8年4月

さいたま市

はじめに

さいたま市では、毎日の暮らしが市民の皆様にとりまして安心なものであるよう、本市の消費生活行政推進の指針である「さいたま市消費生活基本計画」を策定し、消費生活の安定と向上の確保のため、本市一体となって進めてまいりました。

しかしながら、近年、消費者を取り巻く環境は、高齢化の進行や単身高齢者世帯の増加、成年年齢の引下げ、デジタル化の進展や電子商取引の拡大など、大きく変化しています。これらの変化により、悪質商法や契約トラブル、詐欺サイトなど複雑・多様化した消費者トラブルの増加や深刻化が懸念されます。

本市では、このような状況に適切かつ迅速な対応を図るために、新たに「第4期さいたま市消費生活基本計画」を策定いたしました。

本計画では、目指すべき姿として、「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」の実現を掲げています。

そして、急速に変化する消費生活を取り巻く環境の中で、特に影響を受けやすく、被害が深刻化しやすい「高齢者」と「若年者」への支援を重点的に推進してまいります。

結びに、本計画の策定にあたり、ご支援をいただきましたさいたま市消費生活審議会委員、並びに、パブリック・コメント等を通じ、多くの貴重なご意見をお寄せいただきました市民の皆様に、心より感謝を申し上げます。



令和8年4月

さいたま市長 清水 勇人

目 次

第 1 章 計画の策定に当たって	1
1 計画策定の趣旨及び経緯	1
2 計画期間	1
3 第 4 期基本計画の全体構成	2
第 2 章 消費生活を取り巻く現状・課題と課題解決の方向性	4
I 消費者に関する現状・課題と課題解決の方向性	5
1 本市の人口と高齢化の状況	5
2 成年年齢引下げによる若年者への影響	9
II 社会情勢に関する現状・課題と課題解決の方向性	13
1 ICT の普及と EC 市場の成長に関する動向	13
2 SDGs の推進とエシカル消費への取組	18
III 消費生活相談に関する現状・課題と課題解決の方向性	21
1 消費生活相談件数の推移と傾向	21
2 年代別消費生活相談件数の傾向と変化	22
3 年代別消費生活相談の内容と特徴	23
4 契約当事者からの相談割合と高齢者の傾向	24
5 販売購入形態別の相談割合と高齢者の傾向	24
6 危害・危険に関する相談の傾向	26

第3章	目指すべき姿を実現するための基本方針と施策	30
1	目指すべき姿	31
2	施策の基本方針と施策	32
(1)	計画の体系	32
(2)	計画推進のための施策	35
1	消費者の安全・安心の確保	36
2	消費者被害への機動的な対応	39
3	自立した消費者の育成	42
4	消費者意見の反映の促進	46
3	重点施策	48
(1)	高齢者等への支援強化	48
(2)	若年者への教育の推進・支援強化	50
第4章	計画の推進	52
1	計画の推進体制	52
2	計画の進行管理	52
資料編		53
第10期	さいたま市消費生活審議会委員名簿	53
	さいたま市消費生活条例（抄）	54

第1章

計画の策定に 当たって

第1章 計画の策定に当たって

この章では、「さいたま市消費生活基本計画」（以下「基本計画」という。）の策定にあたり、その趣旨と経緯、計画期間について詳述します。併せて、基本計画全体の構成や内容の体系についても整理しその骨格を明示します。

これにより、市民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基本計画の意義を明確にします。

1 計画策定の趣旨及び経緯

本市では、市民の消費生活の安定と向上を図ることを目的に、平成18年に「さいたま市消費生活条例」（以下「条例」という。）を施行しました。また、条例では、この目的を達成するために、基本理念として消費者の権利の確立を掲げています。

基本計画は、条例第9条の規定に基づき、条例の目的と基本理念を踏まえ、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、平成20年に策定されました。その後、社会情勢や消費者問題の変化を踏まえて随時見直しが行われ、消費者行政の推進を図ってきました。

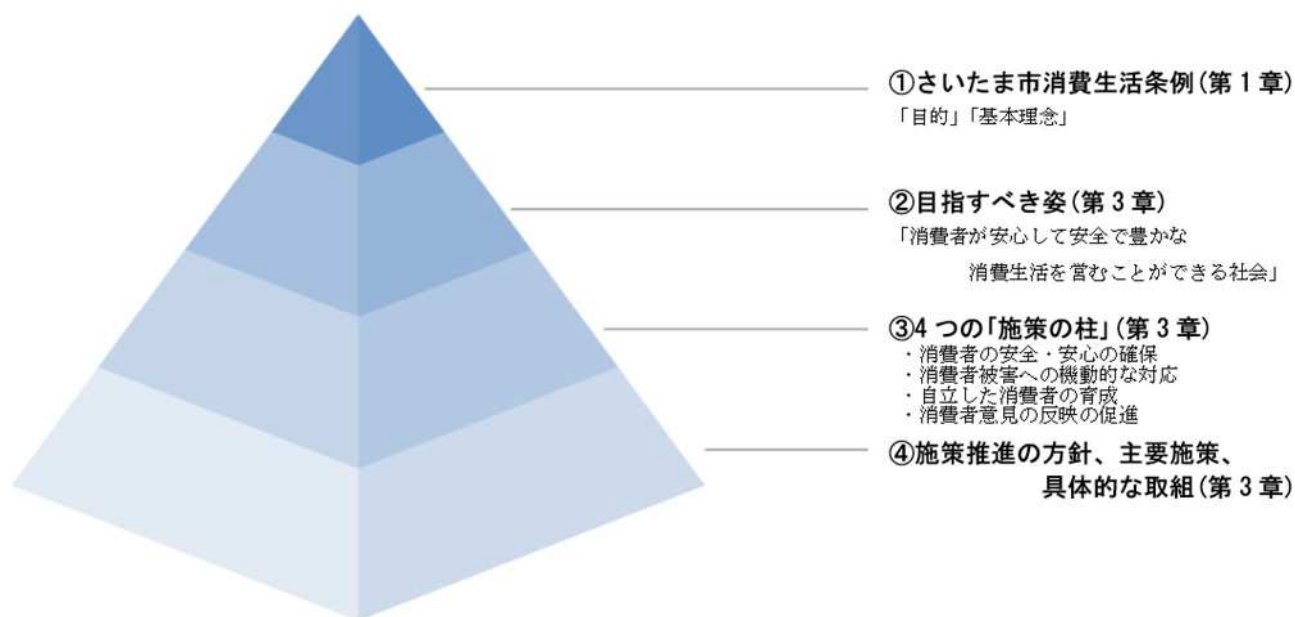
「第3期基本計画」は、令和7年度に終了することから、新たに「第4期基本計画」を策定し、引き続き条例の目的と基本理念に基づき、市民の消費生活の安定と向上に向けて取組を推進します。

なお、基本計画は、消費者教育の推進に関する法律第10条第2項に基づく「市町村消費者教育推進計画」としての役割も担います。

2 計画期間

本計画は、令和8年度から令和12年度までの5年間を計画期間とします。ただし、社会経済情勢の変化や新たな課題の発生に応じて、必要に応じた見直しを行います。

3 第4期基本計画の全体構成



この基本計画は、消費生活条例の目的と基本理念から目指すべき姿を示し、それを実現するための4つの「施策の柱」、「施策推進の方針」、「主要施策」、「具体的な取組」に至るまで、体系的に構成されています。これらの施策体系を着実に推進することにより、「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」の実現を目指します。

① さいたま市消費生活条例（第1章）

条例の目的では、消費者、事業者、市が協力し、消費生活の向上を図るための基本方針が定められています。消費者の安全・権利を確保し、市民の消費生活の安定と向上を実現することが根本的な目標です。また、この目的を達成するための基本理念として、消費者の7つの権利が掲げられ、「生命・身体・財産を侵されない権利」や「不適正な取引から保護される権利」などの権利が明記されています。

② 目指すべき姿（第3章）

第4期消費生活基本計画における目指すべき姿は、第3期基本計画を踏襲し、「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」の実現です。この社会像は、条例が掲げる目的「市民の消費生活の安定及び向上を確保すること」と、条例の基本理念である消費者の7つの権利を実現した社会の姿を示すものであり、消費者がより豊かな生活を享受できる環境を作ることを目指します。

③ 4つの「施策の柱」(第3章)

この目指すべき姿の実現に向け、条例の基本理念に基づき、第2章において整理した「消費生活を取り巻く現状と課題」を解決するための施策として、4つの「施策の柱」を設けています。これらの柱は、「消費者の安全・安心の確保」「消費者被害への機動的な対応」「自立した消費者の育成」「消費者意見の反映の促進」という主要施策の領域を網羅しています。

④ 施策推進の方針、主要施策、具体的な取組(第3章)

4つの「施策の柱」に基づき、各施策を効果的かつ継続的に推進するための方向性として施策推進の方針を策定します。さらに、それぞれの方針を具体化した主要施策と、各担当課所が実施する具体的な取組を展開していきます。

このように、基本計画は、条例の目的と基本理念を基盤に、目指すべき姿と施策を体系的に展開し、消費生活の向上を目指します。

第2章

消費生活を取り巻く現状・
課題と課題解決の方向性

第2章 消費生活を取り巻く現状・課題と課題解決の方向性

近年、消費者を取り巻く環境は急激に変化しています。

消費者に関する現状として、高齢化の進行や単身高齢者世帯の増加、成年年齢の引下げなど、消費者のライフステージや世帯構成など、消費行動に影響を与える消費者の現状が変化しています。

社会情勢に関する現状としては、デジタル化の進展・電子商取引の拡大、持続可能で多様性と包摂性のある社会への関心の高まりがあり、社会や経済全体のトレンドとして消費者に影響を与える外的要因が大きく変化しています。

これらの現状の変化に伴い、消費生活相談の内容は複雑・多様化し、相談の傾向も現状の変化を反映したものとなっています。

本章では、以下のような消費者、社会情勢、消費生活相談の状況という3つの視点で現状分析と課題の整理を体系的に行い、課題解決の方向性を示します。

- I 消費者に関する現状・課題と課題解決の方向性
- II 社会情勢に関する現状・課題と課題解決の方向性
- III 消費生活相談に関する現状・課題と課題解決の方向性

I 消費者に関する現状・課題と課題解決の方向性

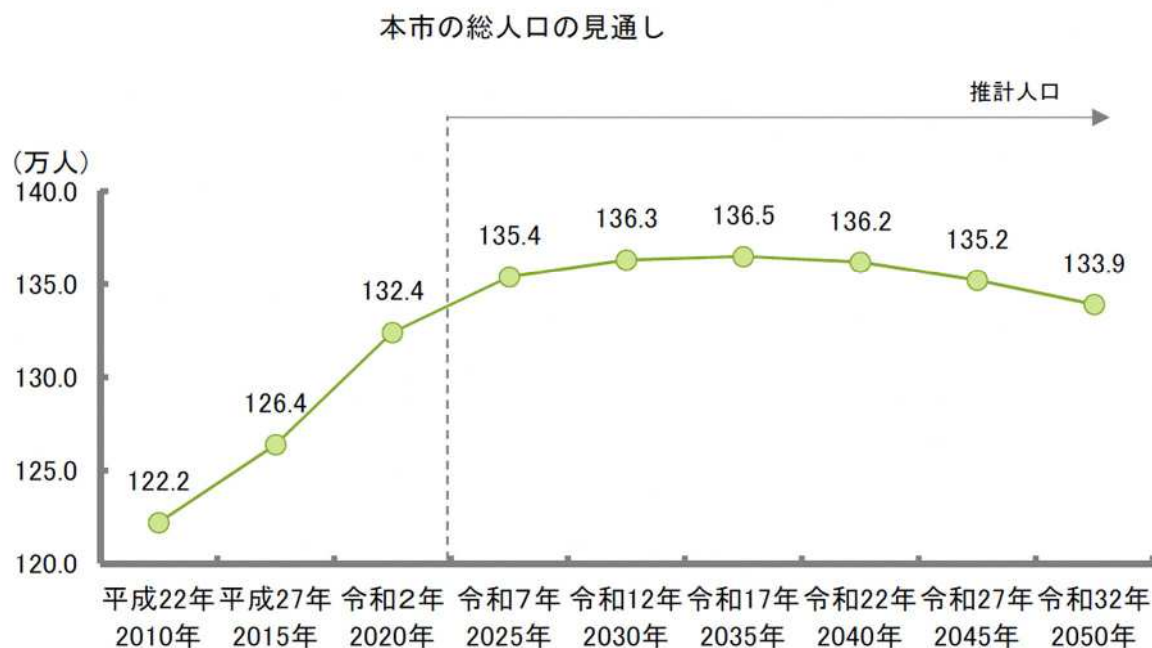
1 本市の人口と高齢化の状況

現 状

(1) 人口推移と将来予測

国勢調査によると、本市の令和2年（2020年）時点の人口は、132万4千人でした。

国立社会保障・人口問題研究所の将来推計によると、令和7年（2025年）には135万4千人、令和12年（2030年）には136万3千人に達すると予測されています。



資料：令和2年（2020年）までは、「国勢調査」（総務省）に基づきます。令和7年（2025年）以降は、国立社会保障・人口問題研究所から発表された推計値です。

※あくまでも過去の状況から推計されたものであり、今後の都市開発等の政策的要因を加味したものではありません。

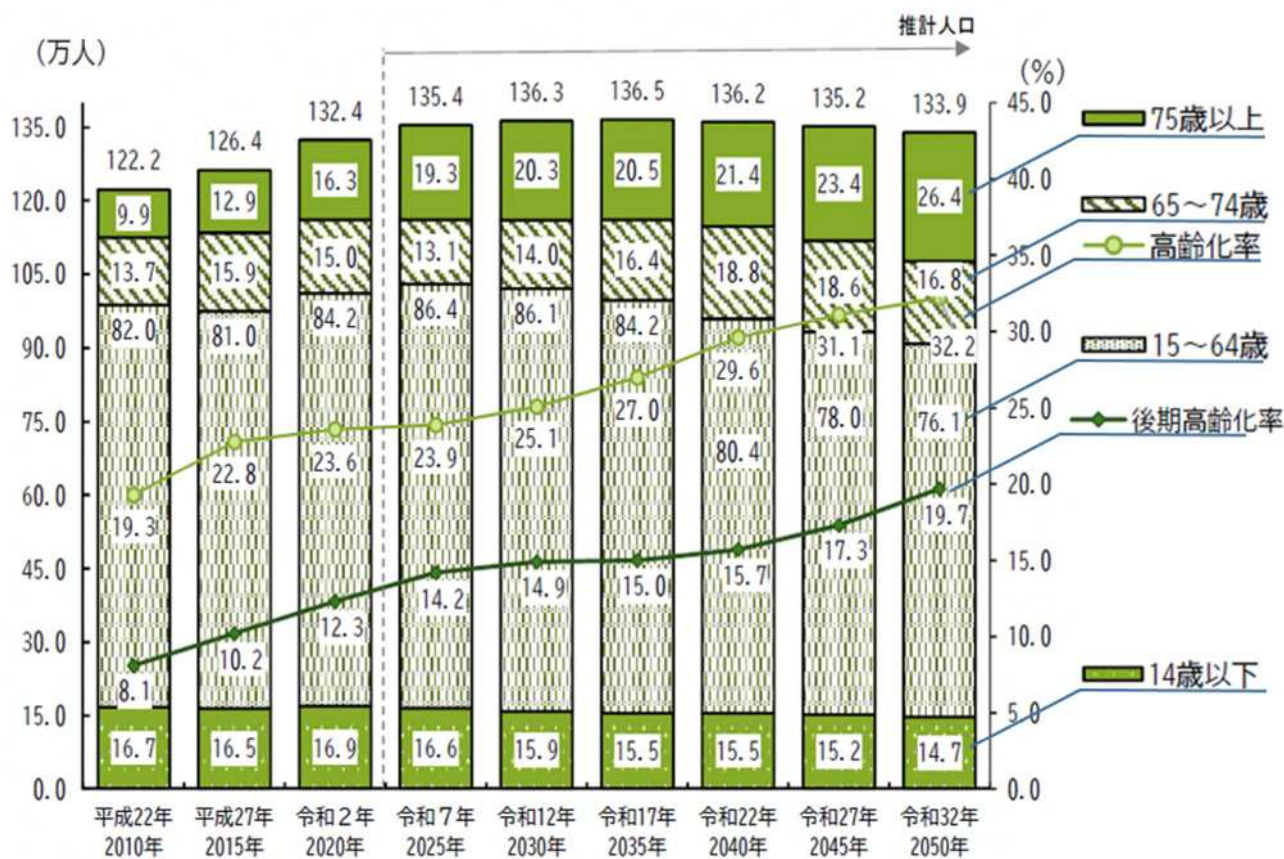
(2) 高齢化の現状と将来予測

本市の令和2年（2020年）の高齢化率は23.6%、後期高齢化率は12.3%でした。

「団塊の世代」が75歳以上となる令和7年（2025年）には、高齢化率は23.9%、後期高齢化率は14.2%に増加すると予測されています。

さらに、「団塊ジュニア」と呼ばれる世代が65歳以上となる令和22年（2040年）には、高齢化率が29.6%に達し、市民のほぼ3人に1人が高齢者となる見込みです。同時に、後期高齢化率も15.7%に増加すると予測されています。

本市の年齢4区分別人口の見通し



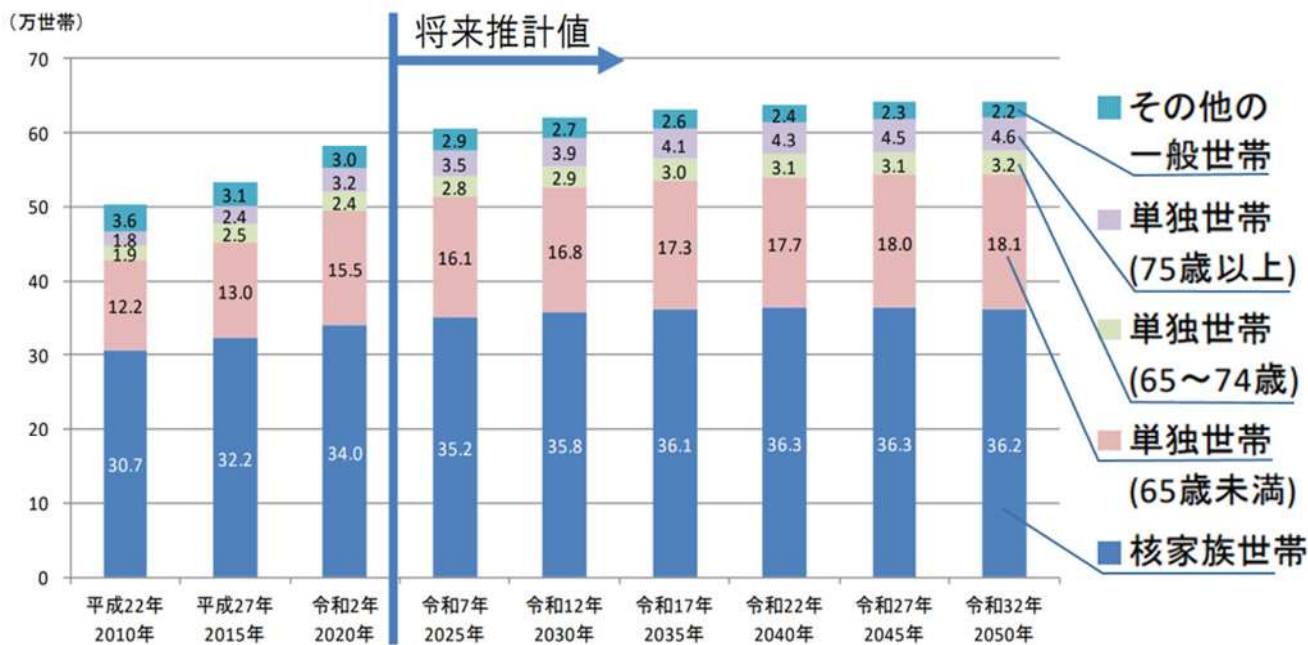
資料：令和2年（2020年）までは、「国勢調査」（総務省）に基づきます。令和7年（2025年）以降は、国立社会保障・人口問題研究所から発表された推計値です。
 ※あくまでも過去の状況から推計されたものであり、今後の都市開発等の政策的要因を加味したものではありません。

(3) 本市の高齢者世帯数の傾向と特徴

全ての年代における単独世帯数は、令和 2（2020）年の 21.1 万世帯から、令和 32（2050）年には約 1.2 倍の 25.9 万世帯まで増加する見通しです。

特に、本市において高齢化が進行している状況において、高齢単独世帯数も増加し、令和 2（2020）年の 5.6 万世帯から、令和 32（2050）年には約 1.4 倍の 7.8 万世帯に増加する見通しです。

世帯類型別一般世帯数の見通し



資料 令和 2（2020）年までは「国勢調査」（総務省）、令和 7（2025）年以降は本市による推計値

課 題

(1) 高齢化による消費者トラブルの増加とトラブルの深刻化

高齢化率の上昇に伴い、高齢者が詐欺や悪質商法などの消費者トラブルに遭うリスクが高まることが懸念されます。

また、高齢に伴う認知機能の低下や情報リテラシー不足が原因となる、ネット詐欺やネットショッピングのトラブルなどの深刻なトラブルが懸念されます。

(2) 単身・孤立高齢者の消費者トラブルの増加と深刻化

単身高齢者世帯の増加に伴い、孤立による相談相手の不在が原因で、悪質商法や詐欺のターゲットになりやすい状況が懸念されます。

また、地域コミュニティの衰退などにより、地域社会から孤立し、地域に相談できる人がいない高齢者が増加する恐れがあります。そのため、消費者トラブルを未然に防げず、また、被害が深刻化する可能性が高まっています。

課題解決の方向性

(1) 高齢者特有の消費者トラブルに対応できる相談体制の充実

高齢者が詐欺や悪質商法に巻き込まれるリスクを軽減するためには、消費者トラブルに直面した高齢者や孤立した単身高齢者が安心して相談でき、気軽に情報提供できるような相談窓口にするとともに、相談員が研修に参加し専門的な知識や対応力を向上させることが必要です。また、弁護士相談を活用するなど、迅速かつ適切に対応できる相談体制を強化することも重要です。

(2) 関係機関との連携強化

高齢者が消費者トラブルに巻き込まれるリスクを減らすためには、関係機関との連携を強化することが重要です。民生委員のアウトリーチの取組を通じた見守りや支援、警察、地域の福祉機関などとの連携、消費者被害防止サポーターが地域の中で活躍できるような取組を推進するなど、消費者トラブルの早期発見と迅速な対応を図るとともに、地域全体で高齢者を見守る仕組みを強化していく必要があります。

(3) 高齢者の特性に応じた啓発と消費者教育の強化

高齢者が詐欺や悪質商法に遭わないよう、市広報誌や自治会回覧などを活用した啓発、情報提供の強化を図る必要があります。また、出前講座やセミナーを実施するなど、消費者教育の充実が求められます。さらに、高齢者自身が不適切な取引や勧誘を見抜き、被害を防ぐ判断力を養うための教育が必要です。特に、後期高齢者などの認知機能に配慮した分かりやすい啓発や消費者教育を推進することが強く求められます。

これにより、高齢化社会における消費者問題を包括的に解決し、安心して暮らせる地域社会の実現を目指します。

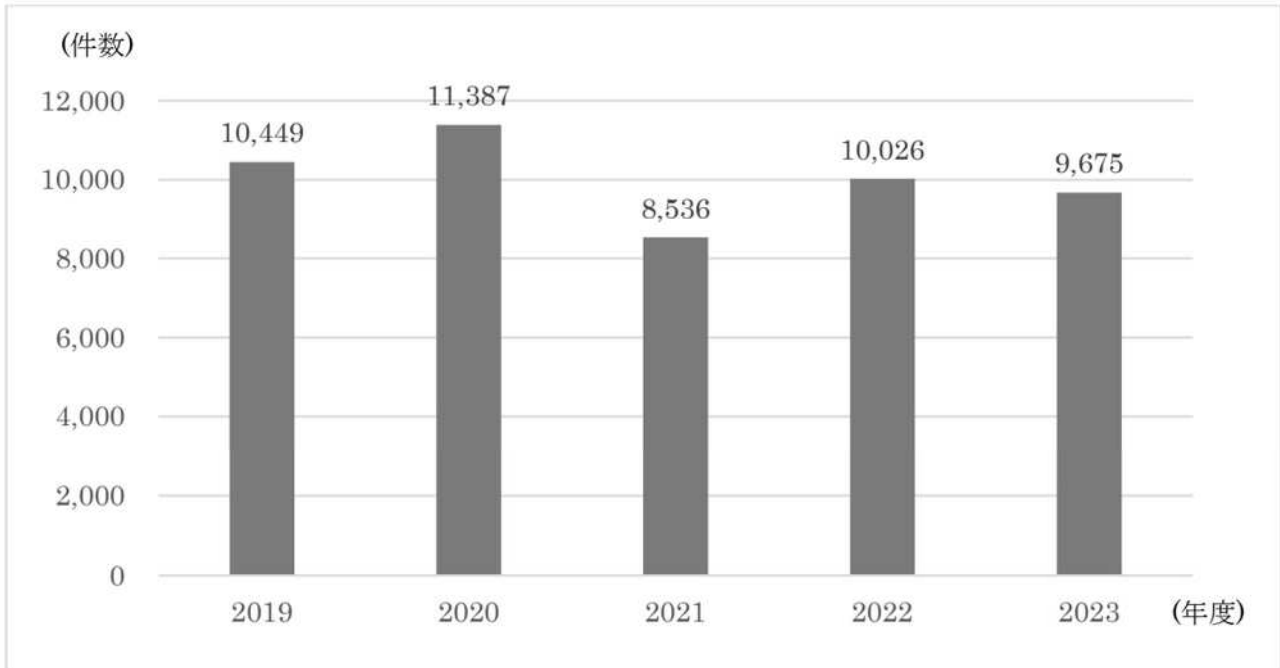
2 成年年齢引下げによる若年者への影響

現 状

令和4年4月の民法改正により、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられました。これに伴い、18歳及び19歳の若年者は「成人」として契約の当事者として扱われ、契約や様々な手続を自己の意思で行えるようになりました。成年年齢の引下げ後は、18歳及び19歳の若年者は、従来行使できた未成年者取消権を行使できなくなり、自ら契約に対する責任を負う必要があります。

国民生活センターが公表した令和5年度の18歳・19歳の相談件数は、令和4年度と比較してほぼ横ばいです。商品・役務等別でみると、「美（び）」（「脱毛エステ」「医療サービス」など）や「金（かね）」（「他の内職・副業」「金融コンサルティング」など）に関する相談が多く寄せられています。他には、令和4年度と令和5年度における販売方法・手口別の相談件数を比較すると、「インターネット通販」、「定期購入」、「サイドビジネス商法」に関する相談が引き続き多くみられます。

契約当事者が18歳・19歳の年度別相談件数



独立行政法人国民生活センター「18歳・19歳の消費生活相談の状況－2023年度－」より引用

契約当事者が18歳・19歳の商品・役務等別相談件数

2023年度 (9,675件)			参考：2022年度 (10,026件)		
順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数
1	脱毛エステ	962	1	脱毛エステ	1,236
2	商品一般 (架空請求など)	522	2	出会い系サイト・アプリ	548
3	他の内職・副業 (アフィリエイト内職など)	460	3	商品一般	539
4	出会い系サイト・アプリ	449	4	他の内職・副業	377
5	賃貸アパート	293	5	賃貸アパート	285

独立行政法人国民生活センター「18歳・19歳の消費生活相談の状況－2023年度－」より引用

販売方法・手口別の相談件数（18歳・19歳）

順位	2023年度	件数	順位	2022年度	件数
1	インターネット通販	3,028	1	インターネット通販	3,381
2	定期購入	700	2	定期購入	904
3	サイドビジネス商法	626	3	サイドビジネス商法	556
4	家庭訪販	428	4	無料商法	423
5	電話勧誘販売	396	5	家庭訪販	321

独立行政法人国民生活センター「18歳・19歳の消費生活相談の状況－2023年度－」より引用

課題

若年者の消費者トラブル増加の懸念と防止に向けた知識習得

18歳及び19歳の若年者は、進学や就職など生活環境が大きく変わる時期であり、知識や社会経験が不足しているため、契約トラブルや悪質商法に巻き込まれるリスクが高まります。このため、若年者が消費者トラブルを未然に防ぐための知識や判断力を習得することが急務です。

課題解決の方向性

(1) 若年者の消費者トラブルに対応できる相談体制の充実

若年者の消費者トラブルに対応できる相談体制を充実させることが必要です。また、若年者の特性に応じて、インターネットを活用した問題解決の支援等が求められます。さらには、消費生活相談情報を消費者庁や埼玉県等と共有し、適切な事業者指導等につなげていくことが求められます。

(2) 若年者の特性に応じた消費者教育と啓発の推進

若年者の消費者トラブルを未然に防止できるように、学校に向けた出前講座実施や若年者に向けた実践的で充実した消費者教育、また、多様な若年者に向けてSNSを積極的に活用した啓発の推進が大変重要です。

これにより、若年者が消費者トラブルに巻き込まれるリスクを軽減し、安全で安心な消費生活を目指します。

Ⅱ 社会情勢に関する現状・課題と課題解決の方向性

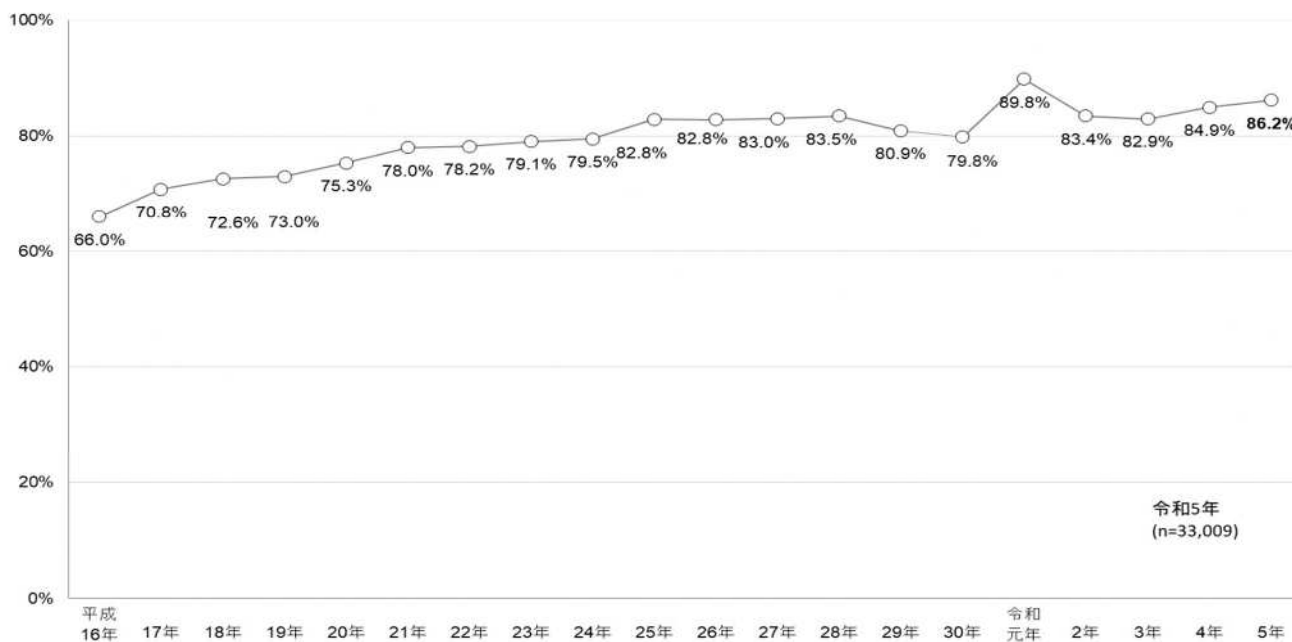
1 ICTの普及とEC市場の成長に関する動向

現 状

総務省の「令和5年通信利用動向調査」の結果によると、令和5年のモバイル端末全体の保有者の割合は86.2%、インターネットの利用者の割合は86.2%です。また、インターネットでSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）を利用した人の割合は80.8%で、40歳以上の年齢層でおおむね前年より増加しています。ICTの進展でスマートフォンやタブレットの利用が増え、誰でも簡単にデジタル空間へアクセスし、商品やサービスを購入できる環境が整っていることから、年代を問わずインターネットやSNSの利用が日常的なものとなっています。

また、電子商取引（EC）は非対面取引の増加により急成長し、国内のBtoC市場規模は令和3年の20.6兆円から令和5年には24.8兆円に拡大しています。

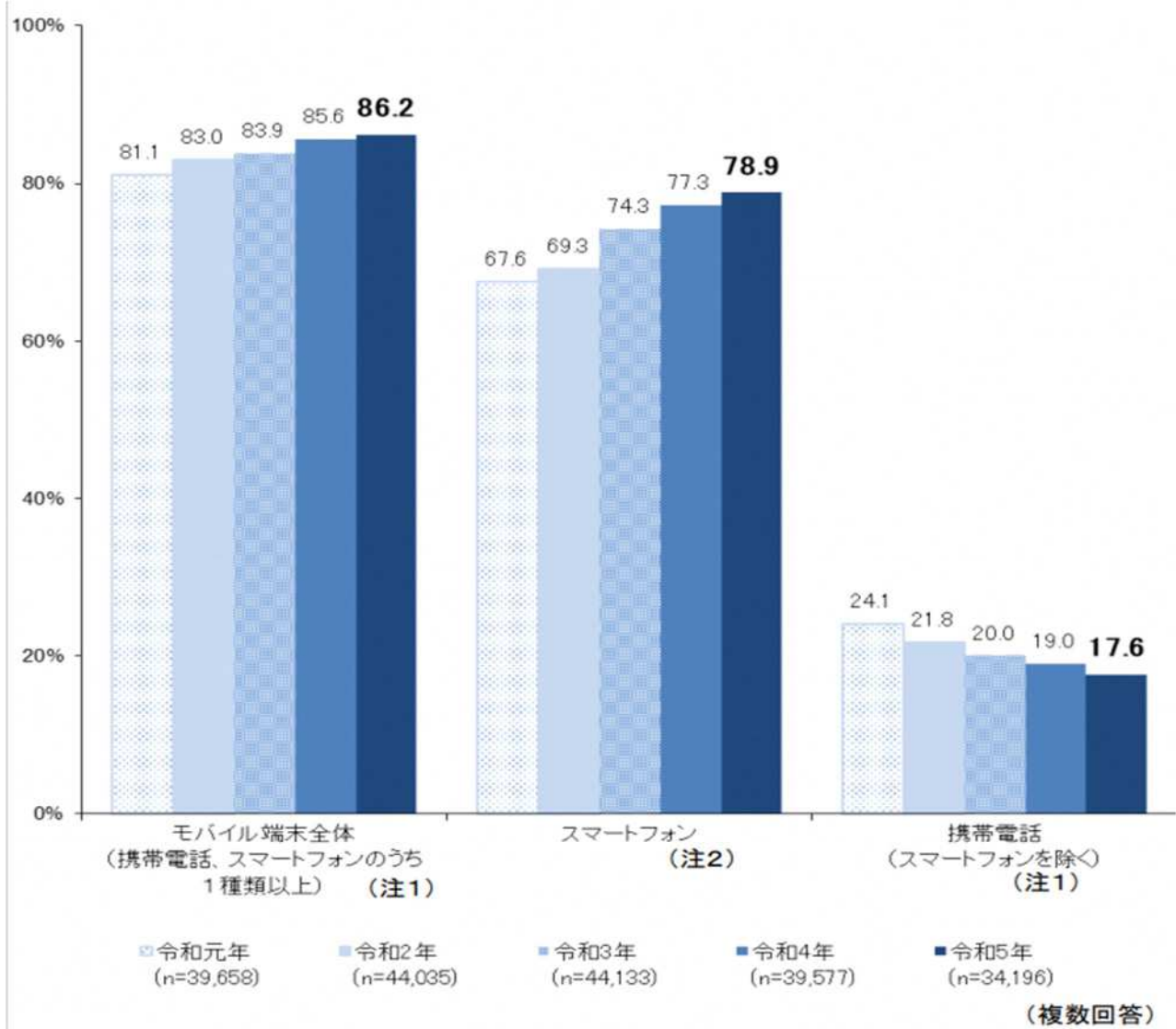
インターネットの利用状況の推移



(注) 令和元年調査については調査票の設計が一部例年と異なっていたため、経年比較に際しては注意が必要。

総務省「令和5年通信利用動向調査」の結果より引用

モバイル端末の保有状況（個人）

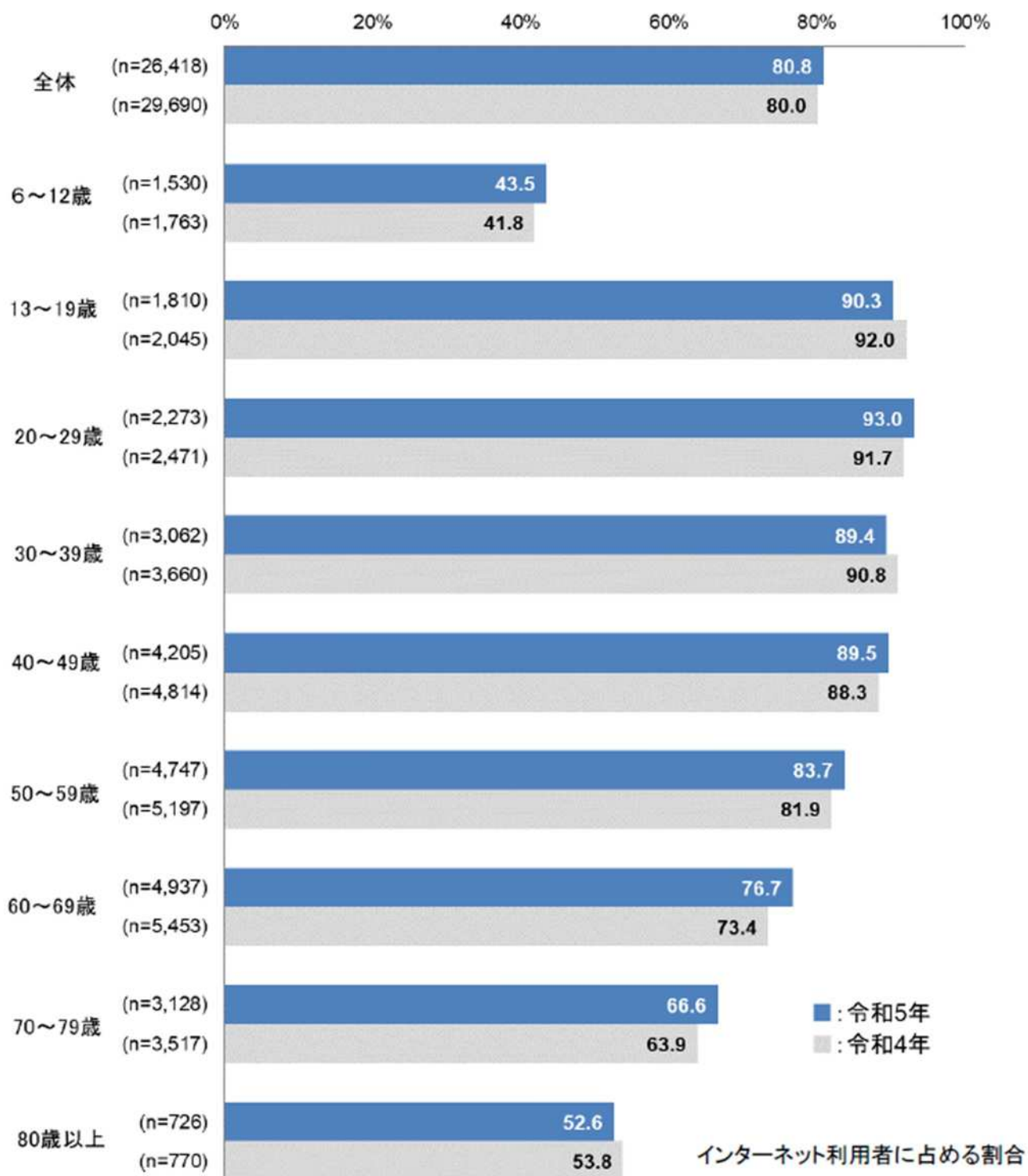


(注1) 「モバイル端末全体」及び「携帯電話（スマートフォンを除く）」の令和2年以前はPHSを含む。

(注2) 「スマートフォン」の令和2年以前は5G端末を含まない。

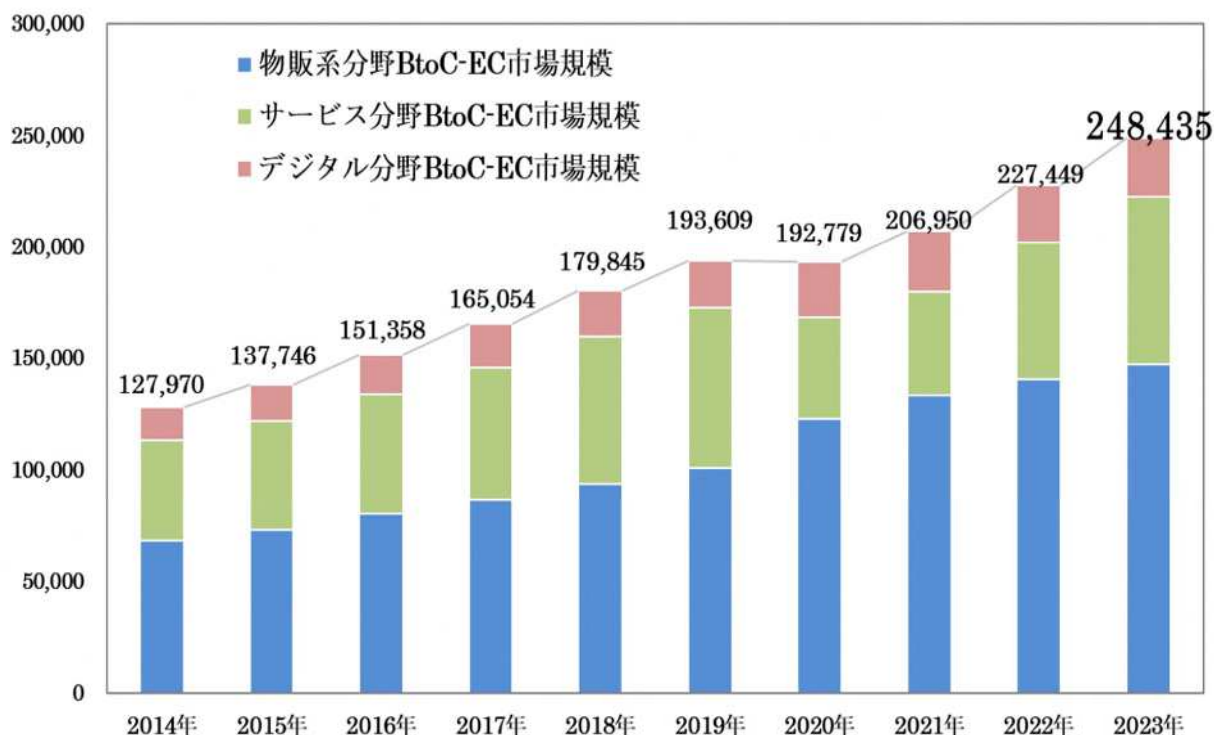
総務省「令和5年通信利用動向調査」の結果より引用

SNSの利用状況



総務省「令和5年通信利用動向調査」の結果より引用

BtoC-EC 市場規模の経年推移（単位：億円）



経済産業省「令和5年度電子商取引に関する市場調査結果」より引用

課 題

(1) デジタル化による複雑・多様化した消費者トラブルの増加

インターネットを利用した電子商取引（EC）の拡大に伴い、詐欺サイトや偽商品、架空請求といった消費者トラブルの増加が懸念されます。これは、非対面取引の特性から、消費者が商品の品質や事業者の信頼性を十分に確認できない状況が生じたり、インターネット上には膨大な情報が存在し、信頼性の低い情報や誤情報に惑わされる消費者が増加していることが要因と考えられます。また、インターネット上の広告は、閲覧履歴などに基づくアルゴリズムによって表示されるため、消費者は偏った情報に影響を受けやすい状況にあります。

(2) 高齢者等の消費者トラブル拡大

デジタル環境の整備が進む一方で、デジタルリテラシーの欠如により消費者トラブルが増加する懸念があります。

課題解決の方向性

(1) 複雑化・多様化している消費者トラブルに対する相談体制の充実

デジタル化による消費者を取り巻く急速な変化や、消費者トラブルの複雑化・多様化に対応できるように、弁護士相談の活用や相談員の研修参加による専門知識と対応力の向上、インターネットを活用した相談を整備するなど、相談体制の充実が必要です。

(2) デジタルリテラシーの向上に向けた消費者教育の推進

高齢者やデジタル技術に不慣れな消費者、若年層などを対象に、オンラインショッピングや電子契約、インターネット広告のアルゴリズムの仕組み、AI生成の偽画像等の消費者教育や啓発を推進し、デジタルリテラシーの向上を図ることが求められます。

これにより、消費者がデジタル社会において安全で安心な消費生活を送れる環境を目指します。

2 SDGs の推進とエシカル消費への取組

現 状

平成 27 年、国連サミットで SDGs（持続可能な開発目標）が採択され、2030 年までに 17 の目標達成を目指す国際目標が定められました。消費者庁は平成 29 年に「エシカル消費」を提唱し、特にゴール 12「つくる責任つかう責任」を重視しています。

本市は令和元年に「SDGs 未来都市」に選定され、隔年で実施されている「全国市区 SDGs 先進度調査」においては、常に全国トップレベルの評価をいただいています。エシカル消費の普及やゼロカーボンシティの実現、「スマートシティさいたまモデル」の推進などに積極的に取り組んでいます。

消費者庁の報告書によると、エシカル行動を「よく実践している」「時々実践している」割合は、2016 年度 29.0%から 2019 年度 36.0%に 7pt 増加しています。一方、「あまり実践していない」割合は、2016 年度 45.9%から 2019 年度 51.3%に 5.4pt 増加しています。

※「スマートシティさいたまモデル」では、本市の副都心である美園地区を、さいたま市が目指す理想都市の縮図とすることを旨として、市民生活を構成する様々な分野を対象に、AI や IoT、データを活用することで、様々な社会課題を解決する生活支援サービスを提供するとともに、人と人とのつながりであるコミュニティを形成する取組を並行して実施することで、市民生活の質の向上などを目指しています。

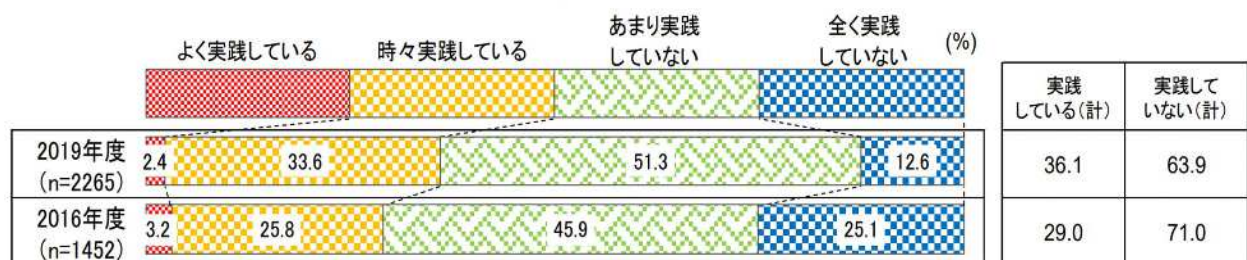
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



エシカル行動実践状況

- エシカル消費に関連する言葉を知っている人にエシカル行動をどのくらい実践しているかについて聴取したところ、「実践している(計)」(よく実践している+時々実践している)は36.1%となっている。2016年度調査と比較すると、「実践している(計)」が7.1ポイント上昇している。
- 性年代別にみると、「女性 50代・60代」では「実践している(計)」が45.0%と最も高く、「男性 30代」は26.3%と最も低くなっている。

【2016年度調査との比較】



消費者庁「「倫理的消費（エシカル消費）」に関する消費者意識調査報告書（2020年2月28日）」より引用

課 題

エシカル消費における実践状況と実践普及への課題

エシカル消費に関しては、2016年度と比較し、「実践している」と回答する消費者の割合が増加し、「実践していない」と回答する消費者の割合は減少しています。

今後も、より一層、実践している割合を増加させることが必要です。

課題解決の方向性

エシカル消費の実践につながる普及・啓発活動の推進

消費者が SDGs の理念を基盤とし、「あまり実践していない」層に対してエシカル消費の意義を伝え、エシカル消費を身近に感じ、行動変容を促し実践へとつながるよう、普及・啓発活動や実践的な消費者教育を推進することが重要です。また、既実践している層の行動を定着・拡大させることも必要です。

これにより、消費者が持続可能な社会の実現に向けて具体的な行動を推進することを目指します。

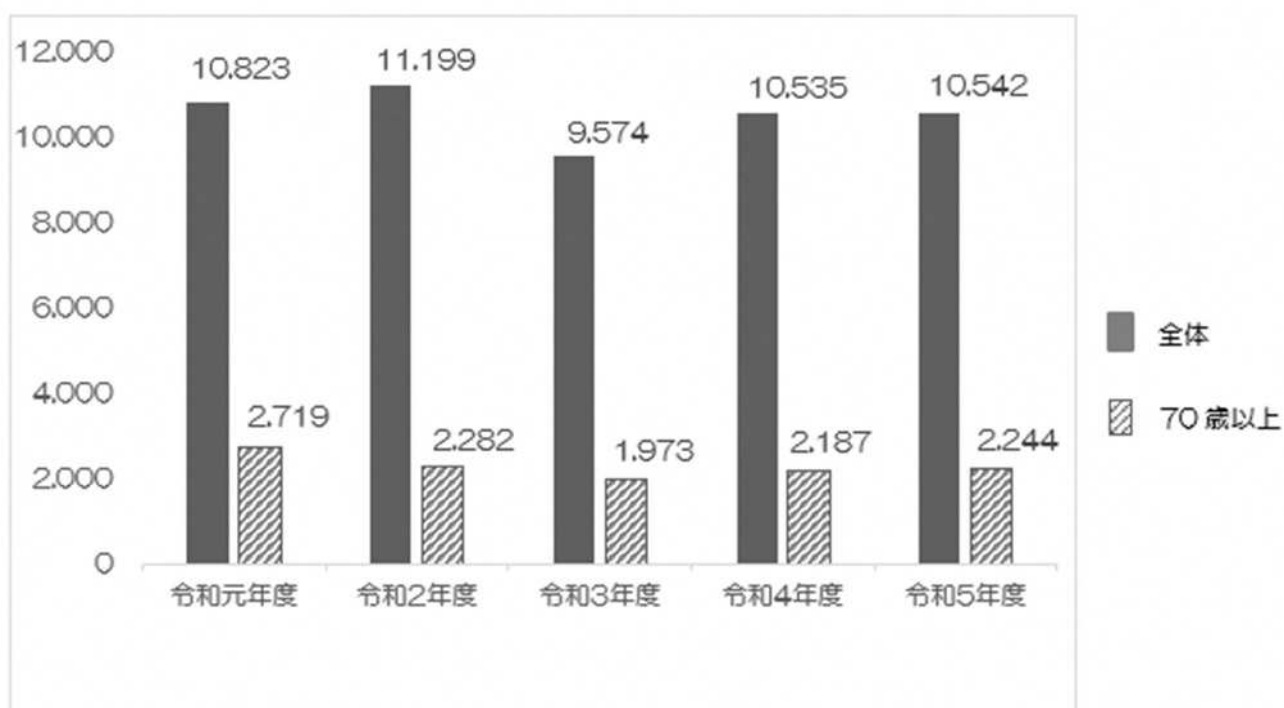
Ⅲ 消費生活相談に関する現状・課題と課題解決の方向性

現 状

1 消費生活相談件数の推移と傾向

本市に寄せられる消費生活相談件数は、第1期さいたま市消費生活基本計画を策定した平成20年度以降おおむね1万件前後で推移し、第2期及び第3期基本計画期間においても、同様の傾向が続いています。

相談件数と70歳以上の相談件数の推移 (件)



男女別相談件数の推移

(件)

区分 \ 年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
男性	4,407	5,055	4,282	4,558	4,682
女性	5,989	5,719	4,831	5,425	5,258
不明(団体含む)	427	425	461	552	602
合計	10,823	11,199	9,574	10,535	10,542

2 年代別消費生活相談件数の傾向と変化

年代別の相談件数を見ると、70歳以上の相談が最も多く、全体の約2割を占めています。さらに、60歳代を含めると全体の約3割を超えます。60歳以上の相談割合はほぼ横ばいであり、令和3年度は32.2%、令和4年度は33.2%、令和5年度は35.0%に達しました。

一方で、20歳未満および20歳代の若年層の相談件数もほぼ横ばいであり、全体の約1割を占めています。この割合は令和3年度以降、13%前後で推移しています。

契約当事者年代別件数

(件)

区分 \ 年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
20歳未満	243	283	233	233	203
20歳代	952	1,163	1,017	1,192	1,161
30歳代	968	1,207	1,042	1,099	1,076
40歳代	1,400	1,638	1,286	1,313	1,324
50歳代	1,650	1,708	1,536	1,737	1,663
60歳代	1,481	1,396	1,111	1,308	1,442
70歳以上	2,719	2,282	1,973	2,187	2,244
その他・不明	1,410	1,522	1,376	1,466	1,429
合計	10,823	11,199	9,574	10,535	10,542

3 年代別消費生活相談の内容と特徴

各年代で多く相談が寄せられた「商品一般」では、身に覚えのない請求や荷物、不審な電話やメール等、商品の特定ができないという相談内容が多いです。

40歳代以上では、「工事・建築」に関する相談が多く、突然の訪問で本来は不要な工事を言葉巧みに勧誘され、高額な工事を契約してしまう等の相談が多くなっています。特に、70歳以上では、最も多い相談となっています。

若年者では、20歳未満で「インターネットゲーム」による相談が最も多く、親に無断で課金をしていたため、気づいた時には高額な請求となっていた等の相談が多くなっています。

また、20歳代では、「エステティックサービス」による相談が最も多く、分割払いでの高額プランを勧誘されての解約トラブルの相談等があります。

令和5年度 契約当事者年代別 商品・役務別相談件数（上位10位） （件）

区分 順位	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答 (未入力)
1	インターネットゲーム	エステティックサービス	不動産貸借	不動産貸借	商品一般	商品一般	工事・建築	商品一般
	34	139	119	91	124	117	248	179
2	エステティックサービス	不動産貸借	商品一般	商品一般	工事・建築	工事・建築	商品一般	不動産貸借
	13	88	52	76	83	93	201	94
3	商品一般	他の内職・副業	医療サービス	工事・建築	基礎化粧品	基礎化粧品	役務その他サービス	工事・建築
	8	63	36	48	63	76	75	88
4	異性交際関連サービス	役務その他サービス	エステティックサービス	修理サービス	不動産貸借	他の健康食品	他の健康食品	相談その他
	8	53	34	40	62	59	74	69
5	紳士・婦人洋服	商品一般	工事・建築	四輪自動車	他の健康食品	役務その他サービス	新聞	役務その他サービス
	6	50	32	35	48	47	58	37
6	不動産貸借	医療サービス	他の内職・副業	インターネット接続回線	頭髮用化粧品	頭髮用化粧品	修理サービス	広告代理サービス
	6	47	29	35	42	35	57	29
7	他の健康食品	電気	インターネット接続回線	他の健康食品	役務その他サービス	不動産貸借	基礎化粧品	インターネット接続回線
	5	30	27	24	39	31	55	28
8	教養娯楽品その他	修理サービス	四輪自動車	役務その他サービス	インターネット接続回線	インターネット接続回線	携帯電話サービス	修理サービス
	5	26	24	24	32	28	55	26
9	携帯電話サービス	異性交際関連サービス	役務その他サービス	携帯電話	修理サービス	修理サービス	相談その他	相隣関係
	5	25	24	22	30	25	46	23
10	他の化粧品	四輪自動車	修理サービス	携帯電話サービス	相談その他	相談その他	不動産貸借	電気
	4	22	23	22	28	23	45	22

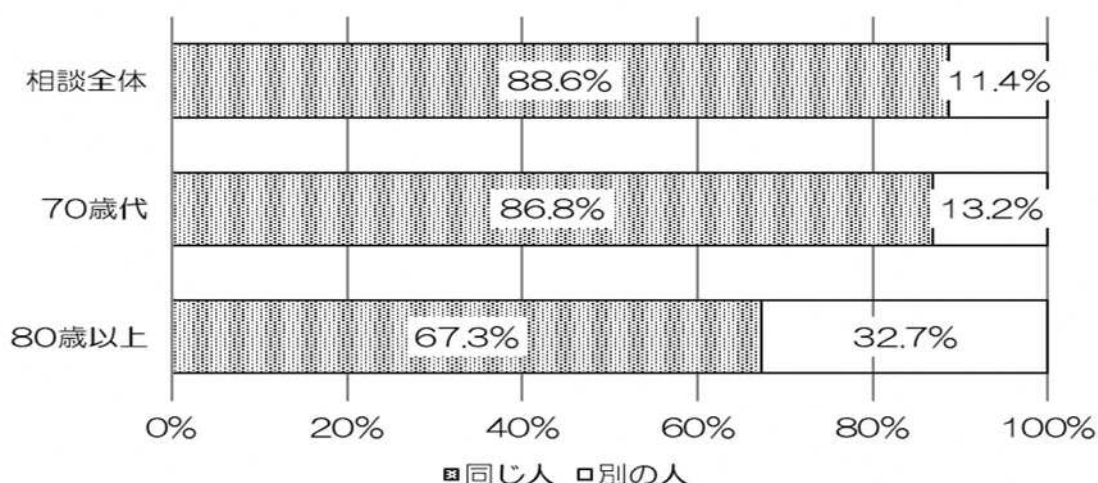
4 契約当事者からの相談割合と高齢者の傾向

消費生活相談は原則、契約当事者本人からの相談を受け付けています。契約当事者本人以外から相談を受ける場合としては、高齢の契約当事者の配偶者や子からの相談があります。

令和5年度に契約当事者本人から相談を受けた割合は、相談全体では88.6%、70歳以上では86.8%で、ほぼ同程度の割合です。

80歳以上になると、契約当事者からの相談割合は67.3%と大幅に低下します。

令和5年度 相談者の内訳

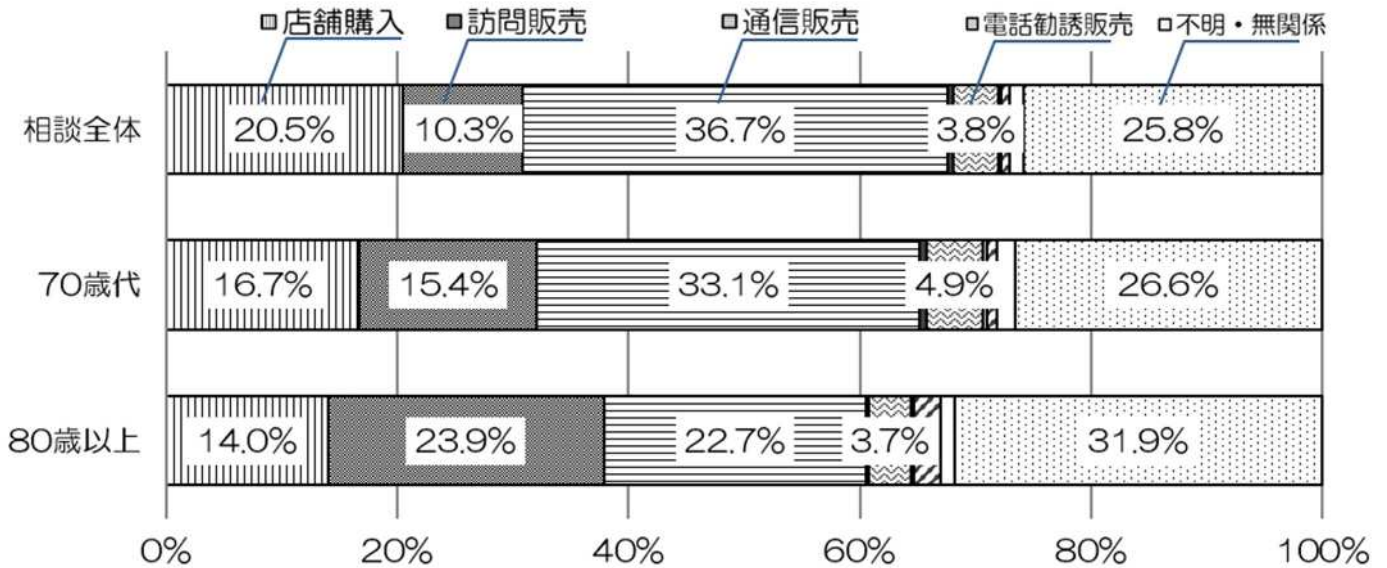


5 販売購入形態別の相談割合と高齢者の傾向

令和5年度の販売購入形態別の相談割合は、相談全体では「通信販売」の割合が最も多く36.7%となっています。70歳代、80歳以上の特徴としては、「訪問販売」の割合が急激に高まります。

また、「通信販売」「訪問販売」に関する相談件数は、令和元年度から増加傾向にあります。

令和5年度 高齢者における販売購入形態別割合



無店舗販売購入形態別件数の推移

(件)

区分 \ 年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
訪問販売	876	839	954	1,057	1,091
通信販売	3,271	4,246	3,452	3,976	3,871
マルチ・マルチまがい取引	122	90	75	59	55
電話勧誘販売	446	382	377	328	405
ネガティブ・オプション	14	54	35	25	29
訪問購入	54	55	68	64	79
その他の無店舗販売	129	122	70	84	124
合計	4,912	5,788	5,031	5,593	5,654

6 危害・危険に関する相談の傾向

生命、身体又は財産に重大な影響を及ぼす危害・危険に関わる相談は、全体件数全体の約1%を推移しています。

「危害」については、医療サービスや健康食品等に関する相談が寄せられています。

「危険」については、健康食品や電気暖房機器等に関する相談が寄せられています。

* 「危害」…商品・役務により、人身に被害が発生したというもの

* 「危険」…人身に被害が発生するおそれがあったというもの

危害・危険件数の推移

(件)

区分 \ 年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
危害	139	106	135	139	126
危険	27	22	19	15	16
合計	166	128	154	154	142

課題

1 高齢者に関する課題

①70歳以上の相談件数が増加

高齢者（特に70歳以上）からの相談が最も多く、全体の約2割を占めています。60歳代を含めると全体の約3割を超え、年々増加傾向が続いており、今後も増加が懸念されます。

②高齢者特有のトラブルの多発

高齢者の相談内容では「工事・建築」に関しては、突然の訪問により不必要な高額工事を契約させられるトラブルが目立っています。また、通信販売及び訪問販売に関するトラブルも増加するなど、高齢者特有の消費者トラブルが多発しています。

③80歳以上では本人以外からの相談が増加

高齢者本人が相談できない状況が多く、特に80歳以上では、配偶者や子どもからの相談が32.7%に達しており、本人が問題を認識しないまま進行しているケースが多いことが懸念されます。

2 若年者に関する課題

①若年者の相談件数が増加傾向

29歳以下の若年者の相談件数はほぼ横ばいで全体の約1割を占めており、消費生活を取り巻く現状の急速の変化に伴い、今後増加することも懸念されます。

②若年者特有のトラブルの増加

20歳代では「エステティックサービス」で、高額な契約させられ、その後の解約トラブルが多発しています。

20歳未満では「インターネットゲーム」に関する相談が多く、親に無断で課金を行い、高額な請求が発生するケースが多いです。

これらの若年者特有の消費者トラブルの増加が懸念されます。

③消費生活に関する知識不足

若年者全般において、契約に関して内容やリスクを十分理解しないまま契約するケースが目立ちます。契約の知識不足が課題です。

また、通信販売におけるトラブルの増加が懸念され、若年者のデジタルリテラシーの不足が課題としてあります。

3 消費者全般に関する課題

①消費生活相談件数増加の懸念

消費生活相談件数は平成20年度以降、おおむね1万件前後で推移しておりますが、消費生活を取り巻く現状の急速の変化に伴い、今後増加することも懸念されます。

②通信販売のトラブル増加

販売形態別では「通信販売」が最も多く、デジタル化の急速な発展により、消費者トラブルの複雑化多様化や増加が懸念されます。

③危害・危険に関する相談の一定水準での推移

全体件数の約1%ながら、医療サービスや健康食品に関する生命・身体に重大な影響を及ぼす危害・危険の相談が継続しています。

課題解決の方向性

1 高齢者に関する課題解決の方向性

①相談体制の充実が必要

高齢者からの相談件数増加に対応するため、相談体制の充実や消費生活相談員の専門知識の向上が求められます。

特に、80歳以上の高齢者が本人以外から相談されるケースに対応するため、家族や介護者と連携や、迅速な対応が必要です。

②消費者トラブル未然防止のための消費者教育・啓発の充実

高齢者特有のトラブル（訪問販売や通信販売、工事契約）を未然に防ぐため、地域での出前講座やセミナー、啓発活動を強化し、高齢者自身がトラブルに気づき対処できる知識を提供する必要があります。

また、高齢者に馴染みやすい市広報誌、自治会回覧等を活用し、トラブル事例や注意喚起が求められます。

2 若年者に関する課題解決の方向性

①相談体制の充実が必要

若年者が抱える特有の消費者トラブルに迅速かつ適切に対応するため、相談内容の急速な変化に対応できる相談窓口の充実を図る必要があります。

②消費者トラブル未然防止のための消費者教育・啓発の充実

若年者が直面しやすい「エステティックサービス」や「インターネットゲーム」などの具体的なトラブル事例や、デジタルリテラシー向上を目的とした内容を盛り込んだ教育プログラムを作成し、地域でのセミナー等や学校教育を通じた消費者教育が必要です。

3 消費者全般に関する課題解決の方向性

①相談体制の充実が必要

消費生活相談件数や、危害・危険に関する相談件数の一定水準での推移に対応するため、今後も相談窓口の充実が必要です。

また、通信販売に関する相談が多い現状を受け、消費者トラブルの複雑化多様化や増加に迅速かつ適切な対応を可能にする相談体制の充実が求められます。

②消費者トラブル未然防止のための消費者教育・啓発の充実

通信販売トラブルの増加を受け、購入前に注意すべきポイントや契約時のリスクについて具体的な事例を基にした啓発など、相談傾向に応じて、迅速かつ効果的な啓発活動をより一層推進する必要があります。

これらにより、消費者トラブルに迅速に対応する体制を充実させ、安心・安全な消費生活を目指します。

第3章

目指すべき姿を実現する
ための基本方針と施策

第3章 目指すべき姿を実現するための基本方針と施策

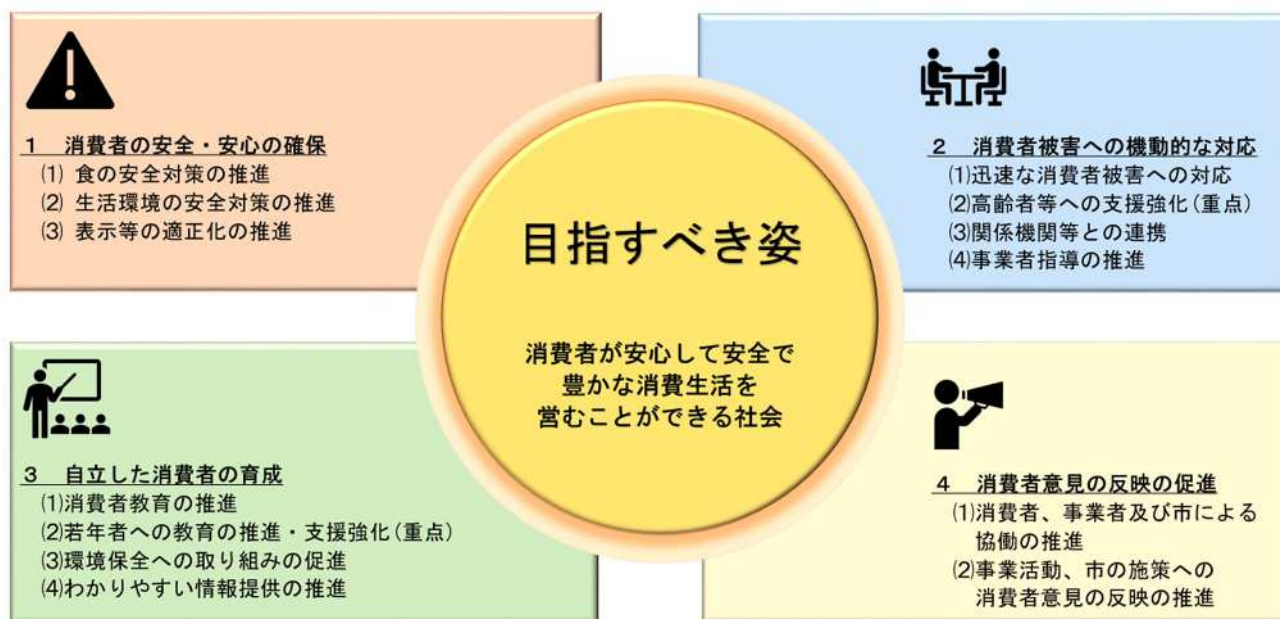
第2章では、私たちの消費生活を取り巻く「現状と課題」を分析し、それを解決するための「課題解決の方向性」を示しました。

これを踏まえ、第3章では、はじめに条例が掲げる目的と基本理念に基づき、将来に向けた「目指すべき姿」を定義します。

次に、「目指すべき姿」を実現するため、第2章で整理した課題に対応する指針として、4つの「施策の柱」を定めます。また、「施策の柱」ごとに施策を効果的かつ継続的に推進するための方向性を示す「施策推進の方針」を策定し、それぞれの方針に基づいた具体的かつ実効性の高い「主要施策」と「具体的な取組」を明示します。

さらに、急速に変化する消費生活を取り巻く環境の中で、特に影響を受けやすく、被害が深刻化しやすい「高齢者」と「若年者」への支援に重点的に推進するため、「重点施策」として第3期基本計画に引き続き、以下の2点を掲げます。

1. 高齢者等への支援強化
2. 若年者への教育の推進・支援強化



1 目指すべき姿

本計画において目指すべき姿を明確にすることは、消費生活に関する施策の方向性を一貫させ、市、事業者及び消費者が共通の目標を持つために不可欠です。また、消費者を取り巻く環境は常に変化しているため、その変化に適応しつつ、条例が掲げる目的や基本理念に沿った社会の実現を目指すための指針となります。

第4期消費生活基本計画における目指すべき姿は、第3期基本計画を踏襲し、

「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」の実現です。

この社会像は、条例が掲げる目的「市民の消費生活の安定及び向上を確保すること」と、条例の基本理念である「消費者の7つの権利」を実現した社会の姿を示すものであり、消費者がより豊かな生活を享受できる環境を作ることを目指します。

(1) 消費生活の安定と向上

条例の目的を実現するためには、「消費生活の安定」と「消費生活の向上」という2つの要素が不可欠です。

「消費生活の安定」とは、消費者が必要な情報や商品・サービスを適切に得て、安心・安全に利用できる状態を指します。その実現には、悪質な事業者や悪徳事業者による消費者トラブルを未然に防ぎ、公正な取引環境を確保することが重要です。悪徳事業者による消費者トラブルに関しては、消費生活相談や情報提供、消費者教育による未然防止の充実が大変重要です。また、すべての消費者が被害を未然に防ぐ力を持つ自立した消費者となることも求められます。これにより、消費者は不確実な情報やリスクに悩まされることなく、日々の生活を安心して送ることができるようになります。

「消費生活の向上」とは、消費者がより充実した商品やサービスを受けられ、生活の質を高めるための選択肢が広がることを意味します。消費者が自らのニーズに合った商品やサービスを選べるようになり、より豊かな生活を実現できる社会の実現が求められます。

(2) 消費者の7つの権利

条例の「基本理念」では、消費者の権利の確立が明記されています。この理念に基づき、消費者は以下の権利を有します。

- ①商品やサービスによって生命・身体・財産が侵害されない権利（安全の権利）
- ②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（公正な取引を受ける権利）
- ③商品やサービスを適正な表示に基づき選択する権利（選択の権利）

- ④必要な情報が明確かつ速やかに提供される権利（情報を得る権利）
- ⑤必要な知識を修得し、消費者教育を受ける権利（教育を受ける権利）
- ⑥市の施策や事業者の活動に意見が反映される権利（意見を反映させる権利）
- ⑦商品やサービスにより受けた不当な被害から適切に救済される権利（救済を受ける権利）

2 施策の基本方針と施策

前節で示した目指すべき姿である「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」を実現するためには、条例の基本理念である「消費者の7つの権利」を土台とし、第2章で整理した「現状と課題」に対応する具体的な指針が必要となります。

本計画では、第3期基本計画を引き継ぎ、4つの「施策の柱」を定めます。また、各施策を効果的かつ継続的に推進するための方向性として「施策推進の方針」を策定します。これは、条例の基本理念に基づき消費者の権利を保護しつつ、各施策の推進方針を明確にするものです。さらに、「施策推進の方針」に基づき、それぞれの方針を具体化した「主要施策」及び「具体的な取組」を展開し、その内容を示します。

(1) 計画の体系

ここでは、条例の基本理念に基づき、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し、そのために必要な施策を体系的に整理しています。

計画の構成は、まず目指すべき姿を実現するための基本的な指針として、4つの「施策の柱」を設定することから始まります。これらの施策の柱は、第2章で明らかにした「現状と課題」に対応するものであり、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を送ることができる社会の実現に向けた、計画全体の骨格を形成しています。次に、各施策の柱ごとに、その内容をより具体化し、効果的かつ継続的に取り組んでいくための「施策推進の方針」を策定しています。この方針では、施策の方向性や優先順位を明確にするとともに、複数の施策間での整合性を保ち、全体として一貫性のある取組となるよう配慮しています。さらに、「施策推進の方針」に基づいて、現実的かつ実効性の高い「主要施策」を展開し、実際に取り組むべき主要な施策を明示しています。

基本計画の体系は、以下の体系図のとおりです。

施策の柱	施策推進の方針	主要施策
1 消費者の安全・安心の確保		
(1)食の安全対策の推進		
<ul style="list-style-type: none"> ①食の安全に関する情報提供等 ②食品関係施設の監視指導と食品検査 		
(2)生活環境の安全対策の推進		
<ul style="list-style-type: none"> ①環境衛生関連施設・薬事衛生関係施設に対する監視指導等 ②水道水の水質検査の実施 ③耐震診断費用等の助成及び建築物の適法性・安全性確保 ④商品の安全性にかかる検査等の実施 ⑤生活関連物資の価格調査等による監視 ⑥災害時等における対応の充実・強化 		
(3)表示等の適正化の推進		
<ul style="list-style-type: none"> ①食品表示等の適正化 ②適正計量の確保 ③表示等にかかる調査の実施等 		
2 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		
<ul style="list-style-type: none"> ①消費生活相談機能の充実・強化 ②消費者被害救済体制の整備 		
(2)高齢者等への支援強化（重点施策）		
<ul style="list-style-type: none"> ①消費生活相談機能の充実・強化 ②高齢者等への情報提供等の強化 ③地域包括支援センター等との連携の推進 ④高齢者の見守り活動の推進 ⑤高齢者等の権利擁護の促進 ⑥障害者の支援体制の整備促進 		
(3)関係機関等との連携		
<ul style="list-style-type: none"> ①関係機関等との連携の推進 ②適格消費者団体との連携の推進 		
(4)事業者指導の推進		
<ul style="list-style-type: none"> ①事業者指導の推進 		

施策の柱	施策推進の方針	主要施策
3 自立した消費者の育成		
(1)消費者教育の推進		
<ul style="list-style-type: none"> ①地域における消費者教育の推進 ②自主的な学習の支援 ③学校・地域における情報教育の推進 		
(2)若年者への教育の推進・支援強化（重点施策）		
<ul style="list-style-type: none"> ①学校における消費者教育の充実 ②行政機関による支援の強化 		
(3)環境保全への取組の促進		
<ul style="list-style-type: none"> ①ごみ減量・リサイクルの推進 ②環境配慮型消費行動の推進 ③環境重視の事業活動の促進 ④環境学習の機会の充実 ⑤環境活動への参加の促進 		
(4)わかりやすい情報提供の推進		
<ul style="list-style-type: none"> ①迅速な情報収集と情報提供 ②情報紙の発行と配布等 ③消費生活に関する講座の充実 		
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		
<ul style="list-style-type: none"> ①リスクコミュニケーションの推進 ②地産地消の推進 ③消費者、事業者及び市の連携・協働 		
(2)事業活動、市の施策への消費者意見の反映の推進		
<ul style="list-style-type: none"> ①市の施策への消費者意見の反映 ②事業活動への消費者意見の反映 ③事業者への情報提供の推進 		

(2) 計画推進のための施策

本計画の実効性を確保し、計画を着実に実現していくためには、「施策の柱」および「施策推進の方針」に基づき、各担当課所が主体的な役割を担いながら「具体的な取組」を的確に推進していくことが極めて重要です。ここでは、計画の全体像を踏まえたうえで、「主要施策」に紐づく実践的なアクションとしての「具体的な取組」を体系的に整理しています。各施策の実施に当たっては、関係する担当課所を明確に示し、部局間の連携・協働を促進しながら、組織的かつ計画的に推進していきます。これにより、本計画は理念的な枠組みにとどまることなく、現場での実践へと確実につながる、実行可能な計画体系として位置付けられています。

以下に、「施策の柱」および「施策推進の方針」の概要を示すとともに、それに基づく「主要施策」と、それぞれに対応する「具体的な取組」について整理し、計画全体の実行体制を明示します。

1 消費者の安全・安心の確保

消費者が安全・安心に生活できる環境を確保するために、食の安全対策の推進、生活環境の安全対策の推進、表示等の適正化の推進を行います。これにより、食品や生活関連物資の安全確保、施設や商品に対する監視指導、災害時の対応強化など、消費者の生活を守るための環境を整えます。

(1)食の安全対策の推進

①食の安全に関する情報提供等

具体的な取組	担当課所
食の安全委員会での意見の交換	生活衛生課
食の安全に関する情報提供・注意喚起	生活衛生課
食の安全に関する情報共有及び意見交換	生活衛生課
食の安全・安心市民講習会の開催	生活衛生課
食品関係の相談受付	食品衛生課

②食品関係施設の監視指導と食品検査

具体的な取組	担当課所
食品衛生監視指導計画の策定及びそれに基づく監視指導	生活衛生課
と畜場法に基づくと畜検査、食品衛生法に基づく収去検査、施設の監視指導	食肉衛生検査所
食品衛生法に基づく食品等の検査	生活科学課
食中毒予防のため、学校給食用の食材、食器等の検査	健康教育課

(2)生活環境の安全対策の推進

①環境衛生関連施設・薬事衛生関係施設に対する監視指導等

具体的な取組	担当課所
飲料水等の水質検査、健康食品の薬効成分等の検査	生活科学課
環境衛生関連施設・薬事衛生関係施設に対する監視指導及び相談業務	環境薬事課

②水道水の水質検査の実施

具体的な取組	担当課所
水道水の水質検査の実施	水質管理課

③耐震診断費用等の助成及び建築物の適法性・安全性確保

具体的な取組	担当課所
一定条件を満たす戸建て住宅等の耐震診断費用の助成	建築総務課
一定条件を満たす戸建て住宅等への耐震診断員の派遣	建築総務課
一定条件を満たす戸建て住宅等の耐震補強費用の助成	建築総務課
一定条件を満たすブロック塀等に対する除去・建替え費用の助成	建築総務課
建築確認申請・完了時のシックハウス原因物質の使用制限、換気設備の設置義務履行等のチェック	建築行政課
共同住宅等の建築物の中間検査	建築行政課

④商品の安全性にかかる検査等の実施

具体的な取組	担当課所
消費生活用製品安全法に基づく販売業者への立入検査	消費生活総合センター
電気用品安全法に基づく販売業者への立入検査	消費生活総合センター
条例に基づく商品・サービスにおける危害防止のための調査	消費生活総合センター
消費生活相談にかかる商品テストの実施	消費生活総合センター
商品テスト・リコール情報等の速やかな提供	消費生活総合センター

⑤生活関連物資の価格調査等による監視

具体的な取組	担当課所
生活関連物資の店頭価格の調査	消費生活総合センター
生活関連物資の買占め等にかかる調査	消費生活総合センター

⑥災害時等における対応の充実・強化

具体的な取組	担当課所
災害や感染症の拡大時の消費生活相談体制の整備及び不適正な取引行為の監視・指導	消費生活総合センター

(3)表示等の適正化の推進

①食品表示等の適正化

具体的な取組	担当課所
食品表示にかかる相談受付、指導及び啓発【品質事項】	農業政策課
食品表示にかかる相談受付、指導及び啓発【衛生事項】	食品衛生課
食品表示にかかる相談受付、指導及び啓発【保健事項】	健康支援課

②適正計量の確保

具体的な取組	担当課所
計量法に基づく検査・指導	経済政策課

③表示等にかかる調査の実施等

具体的な取組	担当課所
条例に基づく品質表示、包装等の必要な調査	消費生活総合センター
事業者における法令に基づく表示等の促進	消費生活総合センター
家庭用品品質表示法に基づく販売業者への立入検査	消費生活総合センター
老人ホームの誇大表示等の改善	介護保険課

2 消費者被害への機動的な対応

消費者被害に機動的に対応するために、消費生活相談機能の強化、消費者被害救済体制の整備、高齢者等の支援の強化、関係機関等との連携の推進、事業者指導の推進を取り組みます。

特に、高齢者や障害者といった被害を受けやすい方々への支援を強化するために、相談体制を充実させるとともに、高齢者等の見守り活動を行う民生委員や消費者安全確保地域協議会等、多様な主体の連携により見守り活動を推進します。

(1)迅速な消費者被害への対応

①消費生活相談機能の充実・強化

具体的な取組	担当課所
消費生活相談員の研修参加等による資質の向上	消費生活総合センター
アドバイザー（弁護士・建築士）の助言による消費生活相談機能の強化	消費生活総合センター
消費生活相談のサービス向上のための消費生活相談体制の拡充	消費生活総合センター
消費生活相談員の助言・あっせんによる消費者トラブルの解決	消費生活総合センター

②消費者被害救済体制の整備

具体的な取組	担当課所
消費生活審議会における調停等の活用や消費者訴訟の援助	消費生活総合センター
消費者訴訟の資金の貸付け	消費生活総合センター

(2)高齢者等への支援強化（重点施策）

①消費生活相談機能の充実・強化

具体的な取組	担当課所
消費生活特別相談の実施	消費生活総合センター

②高齢者等への情報提供等の強化

具体的な取組	担当課所
公民館や地域包括支援センター等への被害防止に関する情報提供	消費生活総合センター

③地域包括支援センター等との連携の推進

具体的な取組	担当課所
地域包括支援センター、民生委員等と連携して行う高齢者等に関する情報共有	消費生活総合センター
消費者安全確保地域協議会の設置	消費生活総合センター

④高齢者の見守り活動の推進

具体的な取組	担当課所
高齢者等の見守り活動を行う民生委員等との連携の推進	消費生活総合センター
消費者被害防止サポーターの育成及び活動の推進	消費生活総合センター
高齢者の地域での見守り活動の推進	高齢福祉課

⑤高齢者等の権利擁護の促進

具体的な取組	担当課所
日常生活自立支援事業による福祉サービス利用手続や日常的な金銭の支払い等の援助	地域福祉推進室
権利擁護のための成年後見制度利用【高齢者】	高齢福祉課

⑥障害者の支援体制の整備促進

具体的な取組	担当課所
障害者等の相談支援体制の充実	障害福祉課
権利擁護のための成年後見制度利用	障害福祉課
聴覚障害者相談員による日常生活の相談	障害福祉課

(3)関係機関等との連携

①関係機関等との連携の推進

具体的な取組	担当課所
国、埼玉県、警察署、弁護士会、司法書士会及び消費者団体等との連携及び協力	消費生活総合センター

②適格消費者団体との連携の推進

具体的な取組	担当課所
適格消費者団体との連携の強化	消費生活総合センター

(4)事業者指導の推進

①事業者指導の推進

具体的な取組	担当課所
悪質な事業者に対する指導	消費生活総合センター
公表等による条例違反事業者の不適正な取引行為の抑制	消費生活総合センター
相談実績活用による指導検討事案の把握及び指導	消費生活総合センター

3 自立した消費者の育成

消費者が自立し、適切な判断のもとで行動できる社会の実現を目指し、消費者教育の推進や若年者への教育支援の強化、環境保全への取組の促進、そしてわかりやすい情報提供の推進を取り組みます。

特に、被害を受けやすい若年者への消費者教育の推進・支援強化し、学校や行政機関における消費者教育を推進します。

(1)消費者教育の推進

①地域における消費者教育の推進

具体的な取組	担当課所
公民館、福祉施設、事業所等における消費生活に関する出前講座の開催	消費生活総合センター
消費者の意識啓発と知識向上のための消費生活セミナーの開催	消費生活総合センター
地域等への消費生活に関する図書・DVD等の貸出	消費生活総合センター

②自主的な学習の支援

具体的な取組	担当課所
消費者団体への学習資料、学習場所等の提供	消費生活総合センター
消費者団体との協働	消費生活総合センター
消費生活展等の活動場所の提供	消費生活総合センター

③学校・地域における情報教育の推進

具体的な取組	担当課所
デジタル学習基盤の整備・活用等による児童生徒の情報活用能力の育成	教育研究所
地域の情報教育の推進	デジタル改革担当

(2)若年者への教育の推進・支援強化（重点施策）

①学校における消費者教育の充実

具体的な取組	担当課所
学習指導要領に基づく消費者教育の推進【小中学校】	教育課程指導課
学習指導要領に基づく消費者教育の推進【高等学校】	高校教育課

②行政機関による支援の強化

具体的な取組	担当課所
教育部門との連携	消費生活総合センター
関心を持ってもらえるような SNS での情報発信	消費生活総合センター
動画を使用した啓発	消費生活総合センター
子供向けセミナーの開催	消費生活総合センター
消費生活特別相談の実施	消費生活総合センター

(3)環境保全への取組の促進

①ごみ減量・リサイクルの推進

具体的な取組	担当課所
資源物の定期的な回収運動を行う市民団体に対する補助金の交付	廃棄物対策課
生ごみ減量化機器等の購入費の一部補助	廃棄物対策課
ごみの分別・減量化を推進するクリーンさいたま推進員の委嘱	廃棄物対策課

②環境配慮型消費行動の推進

具体的な取組	担当課所
循環型社会を意識したマイボトル・マイバック運動の推進	資源循環政策課

③環境重視の事業活動の促進

具体的な取組	担当課所
事業者に対する商品の過大・過剰包装削減の周知	消費生活総合センター

④環境学習の機会の充実

具体的な取組	担当課所
公民連携による環境教育ネットワークの拡充	環境総務課
学校環境緑化コンクールへの参加	教育課程指導課

⑤環境活動への参加の促進

具体的な取組	担当課所
環境イベントの実施	環境総務課
市内全域を対象とした市民参加によるごみゼロキャンペーンの実施	資源循環政策課
環境ワークショップの実施	環境総務課

(4)わかりやすい情報提供の推進

①迅速な情報収集と情報提供

具体的な取組	担当課所
ホームページやSNS等を活用した注意喚起及び各種イベント情報の発信	消費生活総合センター

②情報紙の発行と配布等

具体的な取組	担当課所
消費生活情報紙の作成及び配布	消費生活総合センター

③消費生活に関する講座の充実

具体的な取組	担当課所
消費者の意識啓発と知識向上に向けた消費生活に関する出前講座・消費生活セミナーの実施	消費生活総合センター

4 消費者意見の反映の促進

消費者、事業者及び市による協働を推進し、消費者の意見を積極的に事業活動や市の施策に反映させることで、より安全で安心な消費環境を実現します。そのために、消費者、事業者、市が連携し、意見交換の場を設けるとともに、リスクコミュニケーションや地産地消の推進に取り組みます。また、消費者の声を反映した施策の実施や、事業者への情報提供を通じて、持続可能な消費社会の構築を目指します。

(1)消費者、事業者及び市による協働の推進

①リスクコミュニケーションの推進

具体的な取組	担当課所
食の安全委員会での意見の交換（1-(1)-①の再掲）	生活衛生課
食の安全に関する情報提供・注意喚起（1-(1)-①の再掲）	生活衛生課
食の安全に関する情報共有及び意見交換（1-(1)-①の再掲）	生活衛生課
食の安全・安心市民講習会の開催（1-(1)-①の再掲）	生活衛生課

②地産地消の推進

具体的な取組	担当課所
地産地消の推進	農業政策課
消費者への市内で生産された農産物の情報発信	農業政策課

③消費者、事業者及び市の連携・協働

具体的な取組	担当課所
消費者、生産者及び市が参加する懇談会、シンポジウム、「農」の交流イベントの開催	農業政策課
消費者団体、事業者団体との意見交換	消費生活総合センター

(2)事業活動、市の施策への消費者意見の反映の推進

①市の施策への消費者意見の反映

具体的な取組	担当課所
出前講座等における消費者アンケートの実施、消費者意見の反映	消費生活総合センター
消費生活審議会における基本計画の進行管理、課題やその解決についての検証	消費生活総合センター

②事業活動への消費者意見の反映

具体的な取組	担当課所
事業者等における自主行動基準の策定・活用	消費生活総合センター

③事業者への情報提供の推進

具体的な取組	担当課所
事業者に対する相談案件に基づいた情報提供及び指導	消費生活総合センター
事業者に対する出前講座や情報提供の実施	消費生活総合センター
事業者に対する図書及びDVD等の貸出し	消費生活総合センター

3 重点施策

第2章では、高齢化の進行、成年年齢の引下げ、デジタル化の進展に伴う電子商取引の拡大など、消費生活を取り巻く環境が急速に変化している現状と、それに伴う消費生活相談の状況について整理しました。

特に、こうした変化の影響を受けやすく、被害が深刻化しやすい「高齢者」と「若年者」には、重点的な支援が求められます。そのため、重点施策として第3期基本計画に引き続き「**高齢者等への支援強化**」「**若年者への教育の推進・支援強化**」の2点を掲げ、消費生活の安全・安心を確保するための取組を推進します。

ここでは、第2章で整理した現状と課題の中から「高齢者」と「若年者」に関する内容を抜粋し、それぞれに対する「主要施策」と「具体的な取組」について詳述します。

(1) 高齢者等への支援強化

① 現状と課題

本市の高齢化率は、令和2年（2020年）に23.6%でしたが、令和7年（2025年）には23.9%、令和22年（2040年）には29.6%に上昇すると見込まれています。また、後期高齢化率も令和2年（2020年）には12.3%でしたが、令和7年（2025年）には14.2%、令和22年（2040年）には15.7%に増加すると予測されています。

さらに、高齢者のいる一般世帯数は、平成17年（2005年）の127,945世帯から令和2年（2020年）には195,431世帯へと増加しました。特に、65歳以上の単身高齢者世帯数は、同期間中に26,661世帯から55,934世帯へと大幅に増加しています。

消費生活相談に関しても、高齢者からの相談件数を見ると、70歳以上の相談が最も多く、全体の約2割を占めています。さらに、60歳代を含めると全体の約3割を超えます。60歳以上の相談割合はほぼ横ばいであり、令和3年度は32.2%、令和4年度は33.2%、令和5年度は35.0%に達しました。主な相談内容は「通信販売」や「訪問販売」に関するものです。特に、「突然の訪問で、本来は不要な工事を言葉巧みに勧誘され、高額な契約をしてしまった」といった相談が多く寄せられています。

このような現状を踏まえると、今後、高齢化の進行や単身高齢者世帯の増加により、高齢者からの消費生活相談の増加が懸念されます。また、デジタル化の進展によりインターネットを利用した電子商取引（EC）が拡大し、定期購入トラブル、詐欺サイト、架空請求といった消費者トラブルが一層複雑化・多様化することも懸念されます。

② 主要施策と具体的な取組（40 頁の再掲）

①消費生活相談機能の充実・強化

消費生活相談機能を充実・強化し、高齢者の消費者被害の解決を図ります。

具体的な取組	担当課所
消費生活特別相談の実施	消費生活総合センター

②高齢者等への情報提供等の強化

高齢者等及びその家族が比較的多く利用する公共施設や、福祉施設等の協力のもと、消費者被害に関する情報提供を図ります。

具体的な取組	担当課所
公民館や地域包括支援センター等への被害防止に関する情報提供	消費生活総合センター

③地域包括支援センター等との連携の推進

地域包括支援センター、在宅介護支援センター、障害者生活支援センター、民生委員等との連携を図り、高齢者等への消費生活相談案内等の支援及び消費生活に関する情報共有を行います。

具体的な取組	担当課所
地域包括支援センター、民生委員等と連携して行う高齢者等に関する情報共有	消費生活総合センター
消費者安全確保地域協議会の設置	消費生活総合センター

④高齢者の見守り活動の推進

民生委員や消費者安全確保地域協議会など多様な主体が連携し、高齢者等の見守り活動を推進することで、高齢者等が安全、安心して暮らせる社会を構築できるよう支援を行います。

具体的な取組	担当課所
高齢者等の見守り活動を行う民生委員等との連携の推進	消費生活総合センター
消費者被害防止サポーターの育成及び活動の推進	消費生活総合センター
高齢者の地域での見守り活動の推進	高齢福祉課

⑤ 高齢者等の権利擁護の促進

判断能力が不十分であるために権利の適切な行使ができない高齢者等については、本人の意向に寄り添った援助が必要であり、生活支援員の訪問を通じての支援や、成年後見制度の活用を図ります。

具体的な取組	担当課所
日常生活自立支援事業による福祉サービス利用手続や日常的な金銭の支払い等の援助	地域福祉推進室
権利擁護のための成年後見制度利用【高齢者】	高齢福祉課

⑥ 障害者の支援体制の整備促進

障害者本人や家族から寄せられる様々な相談に対応する、障害者生活支援センターを中心に、各関係機関との連携のもと、生活全般にわたる支援を行います。

具体的な取組	担当課所
障害者等の相談支援体制の充実	障害福祉課
権利擁護のための成年後見制度利用	障害福祉課
聴覚障害者相談員による日常生活の相談	障害福祉課

(2) 若年者への教育の推進・支援強化

① 現状と課題

令和4年4月の民法改正により、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられました。これに伴い、18歳及び19歳の若年者は成人として扱われるようになり、契約や各種手続を自己の意思で行うことが可能となりました。一方で、従来未成年者が行使できた「未成年者取消権」が行使できなくなり、契約に関する保護が弱まる側面もあります。

国民生活センターが公表した令和5年度の18歳・19歳の相談件数は、令和4年度とほぼ同水準でした。本市においても、20歳未満及び20歳代の若年層の相談件数もほぼ横ばいになり、全体の約1割を占めています。この割合は令和3年度以降、13%前後で推移しています。相談内容については、「脱毛エステ」「医療サービス」「インターネット通販」「定期購入」などに関する相談が依然として多く寄せられています。

年代別の傾向として、20歳未満では「インターネットゲーム」に関する相談が多く、親に無断で課金を行い高額な請求が発生したケースが目立ちます。20歳代では「エステティックサービス」の

解約トラブルが多く見受けられます。

こうした現状を踏まえると、若年者全般において、契約の内容やリスクを十分理解しないまま契約を結び消費者トラブルに繋がるのが懸念されます。また、SNS などインターネット上でのトラブルの増加も懸念されます。特に、18 歳及び 19 歳の若年者は、進学や就職など生活環境が大きく変わる時期であり、知識や社会経験が不足しているため、契約トラブルや悪質商法に巻き込まれるリスクが高まると考えられます。

② 主要施策と具体的な取組（43 頁の再掲）

①学校における消費者教育の充実

各世代に応じた学校における消費者教育の充実を図ります。

具体的な取組	担当課所
学習指導要領に基づく消費者教育の推進【小中学校】	教育課程指導課
学習指導要領に基づく消費者教育の推進【高等学校】	高校教育課

②行政機関による支援の強化

行政機関における若年者に向けた支援を強化します。

具体的な取組	担当課所
教育部門との連携	消費生活総合センター
関心を持ってもらえるような SNS での情報発信	消費生活総合センター
動画を使用した啓発	消費生活総合センター
子供向けセミナーの開催	消費生活総合センター
消費生活特別相談の実施	消費生活総合センター

第4章

計画の推進

第4章 計画の推進

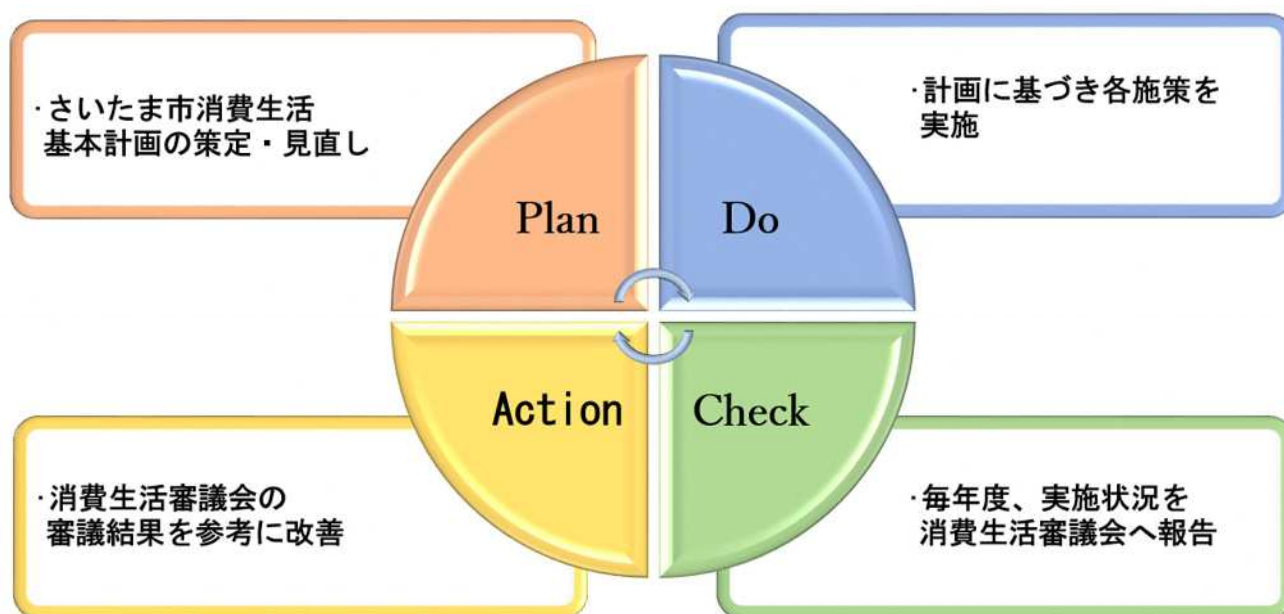
1 計画の推進体制

計画の推進に当たっては、庁内の関係部局や国、埼玉県、消費者団体、事業者団体等と緊密に連携を図り、計画の円滑な推進に努めます。

2 計画の進行管理

計画の進行管理に当たっては、毎年度、計画に掲げる各施策の実施状況について、消費生活審議会へ報告し、検証と評価を行います。

また、審議結果を庁内の関係部局へフィードバックし、今後の具体的施策に反映させるとともに、施策の実施状況について、市 Web サイトを通じて市民に情報発信します。



資料編

第10期 さいたま市消費生活審議会委員名簿

【敬称略】

区分	氏名	所属
学識経験者	会長 アカシ 明石 ジュンペイ 順平	埼玉弁護士会消費者問題対策委員会
	委員 イケダ 池田 ミサ 味佐	埼玉弁護士会消費者問題対策委員会
	委員 イノウエ 井上 ミツアキ 光昭	埼玉弁護士会消費者問題対策委員会
	委員 タカハシ 高橋 ミドリ 美登梨	埼玉大学
	委員 オカダ 岡田 ミホ 美保	埼玉県消費生活支援センター
事業者代表者	委員 ヨシザワ 吉沢 ヒロユキ 浩之	さいたま商工会議所
	委員 アンドウ 安藤 ヒロシ 宏	埼玉県中小企業団体中央会
	委員 イマニシ 今西 セイチ 誠一	さいたま農業協同組合
	委員 ハセガワ 長谷川 サトル 悟	生活協同組合コープみらい
消費者代表者	委員 フジノ 藤野 メグミ 恵	生活クラブ生協さいたま市まちづくり委員会
	委員 オガワ 小川 ゆり	くらし探検くらぶ
	委員 イシダ 石田 ツネコ 恆子	うらわ市民広場
公募者	委員 サトウ 佐藤 チズコ 千鶴子	一般公募
	委員 タンノ 丹野 ミエコ 美絵子	一般公募
	委員 ハイシマ 嶋島 タカオ 孝雄	一般公募

委嘱期間 令和6年8月3日～令和8年8月2日

さいたま市消費生活条例（抄）

平成18年3月23日条例第25号

第1章 総則

（目的）

第1条 この条例は、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並びに社会経済情勢の変化にかんがみ、市民の消費生活に関し、市、事業者及び消費者の果たすべき責務等を明らかにするとともに、市の実施する施策について必要な事項を定め、もって市民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

（基本理念）

第2条 前条の目的を達成するために、市、事業者及び消費者は、その相互の理解と協力の下に、次に掲げる事項について、消費者の権利の確立を図るものとする。

- (1) 消費生活において、商品（事業者が消費者から購入するものを含む。以下この条、第7条、第14条（第7号を除く。）、第15条第2項、第21条、第22条第1項及び第23条第3項において同じ。）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

（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、市を取り巻く社会的及び経済的状況に応じた消費生活に関する施策を策定し、及びこれを実施しなければならない。

- 2 市は、消費生活に関する施策の策定及び実施に当たっては、市民の意見を反映することができるよう必要な措置を講じなければならない。
- 3 市は、消費生活に関する施策の実施及び推進に当たっては、環境の保全に配慮しなければならない。

（事業者の責務）

第4条 事業者は、その事業活動を行うに当たり、消費者の権利を尊重するとともに、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮しなければならない。

- 2 事業者は、消費者との取引における公正を確保するとともに、消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理しなければならない。
- 3 事業者は、法令を遵守するとともに、市が実施する消費生活に関する施策に協力しなければならない。
- 4 事業者は、その事業活動に関し、自主基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよ

う努めなければならない。

- 5 事業者は、消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供するとともに、消費者の意見を事業活動に反映させるよう努めなければならない。
- 6 事業者は、事業活動に際して知り得た消費者に係る個人情報の適正な取扱いに努めなければならない。
- 7 事業者は、商品又はサービスの供給に当たっては、環境の保全に配慮するよう努めなければならない。

(事業者団体の役割)

第5条 事業者団体は、前条に規定する事業者の責務の遂行に寄与し、事業者と消費者との間の信頼関係の構築に努めるものとする。

(消費者の役割)

- 第6条 消費者は、第2条に規定する消費者の権利の確立のために、消費生活に関して、自ら進んでその必要な知識を修得し、自主的かつ合理的に行動することができるよう努めるものとする。
- 2 消費者は、市が実施する消費生活に関する施策に積極的に協力するよう努めるものとする。
 - 3 消費者は、商品又はサービスの選択等に当たっては、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めるものとする。

(基本計画の策定)

- 第9条 市長は、消費生活に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、消費生活に関する基本的な計画（以下「基本計画」という。）を策定するものとする。
- 2 基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。
 - (1) 消費生活に関する総合的な施策の大綱
 - (2) 前号に掲げるもののほか、消費生活に関する施策を推進するために重要な事項
 - 3 市長は、基本計画を策定しようとするときは、あらかじめ、審議会（第34条に規定する審議会をいう。第22条第2項、第29条、第30条第1項第3号及び第33条第3項において同じ。）に諮るものとする。
 - 4 市長は、基本計画を策定したときは、速やかにこれを公表するものとする。
 - 5 前2項の規定は、基本計画の変更について準用する。

第4章 さいたま市消費生活審議会

(設置)

第34条 市長の諮問に応じ、市民の消費生活の安定及び向上に関する重要事項を調査審議するため、さいたま市消費生活審議会（以下「審議会」という。）を置く。

(所掌事務)

第35条 審議会は、次に掲げる事項について調査審議する。

- (1) 基本計画の策定又は変更に関すること。
- (2) 第22条第1項の規定による基準の設定、変更又は廃止に関すること。

(3) 第30条第1項の規定による訴訟に対する援助の適否の認定に関すること。

(4) 第33条第1項及び第2項の規定による公表の適否に関すること。

2 審議会は、第29条第1項の規定によるあっせん及び調停を行うものとする。

3 審議会は、消費生活に関し重要と認められる事項について調査審議し、市長に意見を述べることができる。

(組織)

第36条 審議会は、委員20人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱する。

(1) 学識経験を有する者

(2) 消費者を代表する者

(3) 事業者を代表する者

(4) 公募により募集した者

3 委員の任期は、2年とする。ただし、再任を妨げない。

4 委員が欠けた場合の補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(部会)

第37条 審議会は、第29条第1項の規定によるあっせん又は調停を行わせ、及び第30条第1項の規定による訴訟に対する援助の適否の認定について審議させるため、消費者被害救済部会を置く。

2 審議会は、前項に規定するもののほか、特定事項を調査審議するため必要があるときは、部会を置くことができる。

(庶務)

第38条 審議会の庶務は、市民局において処理する。

第5章 補則

(委任)

第39条 この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則

この条例は、平成18年7月1日から施行する。

附 則 (平成22年3月25日条例第1号抄)

この条例は、平成22年4月1日から施行する。

附 則 (平成26年3月25日条例第31号)

この条例は、平成26年7月1日から施行する。

附 則 (平成27年3月12日条例第1号抄)

この条例は、平成27年4月1日から施行する。

第4期 さいたま市消費生活基本計画

令和8年4月発行

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

販売価格 290 円

この「第4期さいたま市消費生活基本計画」は220部作成し、1部当たりの印刷経費は295円（概算）です。