

03 消費生活の安定と向上			
主管課名	生活文化スポーツ部 文化生涯学習課		
主管課長名	福山 武志	電話番号	042-481-7541
関係課名 (組織順)	総合防災安全課, ごみ対策課		
目的	対象	消費者	
	意図	安全で安心な消費生活をおくることができる	
施策の方向	市民が、自らの自覚と判断により消費者トラブルから身を守り、安心して生活できる消費者となるよう消費者啓発の充実を図ります。また、消費者トラブルに巻き込まれた市民に対して的確に対応できるよう相談員のスキルアップや相談体制を整えます。		

< 施策と関連するSDGsの目標（ゴール） >



1 令和3年度の振り返り — 取組実績 (DO)

施策の成果向上に向けた主な取組実績	
施策における2つのアクション (①横断的連携による施策の推進 ②調布のまちの魅力発信)	
(03-1 消費者啓発事業の充実)	<ul style="list-style-type: none"> <li>東京都や調布市消費者団体連合会との共催講座など、オンラインによる消費者講座を7講座開催したほか、地域包括支援センター等からの依頼により出前講座を9回開催し、幅広い年代に向けた消費者啓発を行った。</li> <li>消費者トラブルの情報提供について、市ホームページを利用して被害情報等を迅速に発信したほか、消費生活相談員による消費者トラブルを未然に防止するためのコラム「生活ひとくちメモ」の市報への掲載、調布エフエム放送への出演など、消費者被害の注意喚起を定期的に行った。</li> <li>令和4年4月からの成年年齢引き下げを見据え、市内都立及び私立高校の計6校の3年生並びに相互友好協力協定締結大学5校を対象に、若者の消費者トラブル事例を挙げた啓発用チラシを配布するとともに、市内協定大学入学式に合わせて出前講座を実施したほか、教職員用に出前講座の受講案内を行った。</li> </ul>
①横断的連携による施策の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者トラブルの情報について、庁内関係部署と連携しながら、地域包括支援センターや民生・児童委員など関係機関への情報提供を行った。</li> <li>高齢者、認知症等により判断力が十分ではない方など消費生活上特に配慮を要する方々の消費者被害の防止に向け、高齢福祉部門、調布市見守りネットワーク（みまもっと）との連携により設置した消費者安全確保地域協議会において、高齢者に多い悪質商法の事例を周知した。</li> <li>調布市消費者団体連合会、調布市社会福祉法人地域公益活動連絡会、市内事業者と連携してフードドライブを3回実施（うち1回は10月の食品ロス削減月間に実施）し、消費者への意識啓発を図るとともに、集まった食品を市内の福祉施設等へ提供することで、食品ロスの削減に努めた。</li> <li>10月の食品ロス削減月間に向け、庁内関係部署及びフードバンク調布と連携して市報10月5日号に食品ロス削減やフードバンクに関する特集記事を掲載し、広く市民への啓発を図った。</li> </ul>
②調布のまちの魅力発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>市報に掲載した「生活ひとくちメモ」を基にポイントをより分かりやすくまとめ、消費啓発用キャラクター「チー坊」の3コマ漫画を用いた「生活ひとくちメモ2021」を作成し、市内公立中学校の3年生に配布した。</li> </ul>
(03-2 消費者相談の充実)	<ul style="list-style-type: none"> <li>調布市消費生活センター条例に基づき、消費生活相談を実施し、消費生活の安定と向上に取り組む中で、令和3年度の相談件数は1475件となり、前年度から減少した。</li> <li>全相談のうち、相談員のアドバイスにより相談者自ら解決に取り組むこととなった自主交渉の件数は1174件で、自主交渉率は79.6%となった。</li> <li>新型コロナウイルスに関連した相談は45件で、前年度から大きく減少した。</li> </ul>
①横断的連携による施策の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会情勢の変化とともに相談内容も複雑・多岐にわたることから、国民生活センターや東京都、関係機関との情報交換や研修の受講などにより、消費生活相談員のスキルアップを図っている。</li> </ul>
②調布のまちの魅力発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費生活相談員が相談業務のみでなく、啓発・教育事業も担っており、直近の相談傾向や相談事例を踏まえた啓発事業等が実施できている。</li> </ul>

**<令和3年度における施策の成果についての総括>**

- ・オンラインを活用しながら各種消費者講座・出前講座を実施するとともに、様々な媒体を活用した消費者トラブルの情報提供を行うなど、消費者啓発に取り組み、消費者トラブルの未然防止を図ることができた。
- ・まちづくり指標でもある消費者相談における自主交渉率が79.6%となり、わずかに目標値の80%を下回ったものの、消費生活相談員のアドバイスにより消費者自らの解決につなげることができた。

まちづくり指標	基準値 (基準年度)	単位	実績値			目標値	達成状況*
			令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和3年度
1 消費者啓発事業への参加者数	4,670 (H29)	人	5,374	126	860	5,500	○
2 消費者相談に占める自主交渉率	78.1 (H29)	%	80.4	82.0	79.6	80.0	▼

【特記事項】消費者啓発事業への参加者数の実績値の大幅減少については、新型コロナウイルスの影響により、多くの来場者が見込まれる事業をはじめ各種事業が中止等となったことが大きい。

※R3年度の達成状況は、以下の区分により記号を記入

- ◎：目標値を達成
- ：前年度より向上した
- ▼：前年度より低下した
- ⇒：前年度と同じ
- －：数値未把握（調査未実施など）

**◆まちづくり指標の目標達成見込み（令和4年度見込みを含めた現基本計画期間における達成度）**

- ・達成見込みを次の区分により記号を記入
  - ◎：「目標値達成に向け順調に推移」
  - ：「目標値達成は現状難しいが、前年度より向上する見込み」
  - △：「目標値達成は現状難しく、前年度と同等又は悪化する見込み」

まちづくり指標	達成見込み	要因・課題 (目標達成・未達成の要因・次期基本計画に向けた課題等)
1 消費者啓発事業への参加者数 (目標値：5,500人 現状値：860人)	○	新型コロナウイルスの影響により、多くの来場者が見込まれる事業をはじめ各種事業が中止等となったが、オンラインを活用しながら各種講座の実施機会を確保し、消費者啓発を図った。なお、指標の対象とする啓発事業の範囲は、見直しが必要である。
2 消費者相談に占める自主交渉率 (目標値：80.0% 現状値：79.6%)	◎	消費生活相談員による的確なアドバイスが継続的に行われており、引き続き目標値の達成に向けて取り組む。

**2 令和3年度の振り返り — 評価 (CHECK)**

**◆施策の成果向上に向けて、令和3年度に実施した取組に対する評価**

※コロナ禍を踏まえたプロセス、実績、成果の総合評価

総合評価	<b>A</b>	S：「実施した取組において顕著な成果が得られた。」 A：「実施した取組において予定した成果が得られた。」 B：「実施した取組において一定程度の成果が得られた。」 C：「実施した取組においてあまり成果が得られなかった。」 D：「実施した取組において成果が得られなかった。」
評価理由	・オンラインを活用しながら各種講座の実施機会を確保するとともに、一部の各種講座は感染対策を講じながら対面により実施し、その他の取組と連携しながら消費者啓発に取り組み、成果向上が図られたため。 ・関係機関が実施するオンライン研修等を積極的に活用し、消費生活相談員のスキルアップを図りながら、消費生活相談を実施したため。	

◆現基本計画期間（令和4年度見込みを含む）における施策の取組状況

・左欄と右欄において、丸数字で対になるよう記載

計画どおり・計画より進んだ取組等 (現基本計画で予定した成果が十分得られる)	今後の取組の方向 ※近隣自治体との比較があれば併せて記載
①消費者啓発事業については、消費者トラブル情報の提供、各種講座の実施、関係団体や市内事業者と連携したフードドライブの実施、成年年齢引き下げを見据えた若者への啓発など、計画どおり進捗した。 ②消費者相談については、消費生活相談員のスキルアップ、相談窓口の周知など、計画どおり進捗した。	①国民生活センター等の関係機関と連携し、社会情勢の変化に応じた啓発活動を継続的に実施する。 ②的確に消費者トラブルに対処するとともに、相談者が気軽に相談することができるよう、相談体制の充実を図る。
計画より遅れた取組等 (現基本計画で予定した成果が得られない)	遅れの理由や次期基本計画に向けた対応課題等 ※近隣自治体との比較があれば併せて記載

◆現基本計画期間（令和4年度見込みを含む4年間）における施策の成果についての総括

<p>・消費者啓発事業については、計画期間を通して、様々な媒体を活用した消費者情報の提供、東京都や市内関係団体との共催による消費者講座・出前講座の実施、成年年齢引き下げを見据えた若者へのチラシ配布などに取り組み、消費者被害の防止に向けた啓発を図った。また、関係団体や市内事業者と連携したフードドライブや、食品ロス削減月間における市報特集記事の掲載を行い、環境に配慮した消費者行動の普及啓発を図った。なお、消費者啓発事業への参加者数は、感染拡大に伴う関連イベント等の中止により大きく減少したものの、各種講座のオンライン開催などにより、啓発機会の確保に努めた。</p> <p>・消費者相談については、計画期間を通して、国民生活センター等の関係機関との情報交換や研修の受講などに取り組み、複雑・多岐にわたる相談に対処するべく、消費生活相談員のスキルアップを図った。なお、消費者相談における自主交渉率は、令和3年度を除き目標値を達成しながら推移している。</p>	
評価	<p style="text-align: center; font-size: 2em;">A</p> <p>【評価区分】 現基本計画期間（令和4年度見込みを含む4年間）に対する進捗状況について、S～Dの5段階で評価 S：「計画以上に進捗した。予定以上の取組成果が得られた。」 A：「計画どおりに進捗した。予定した取組成果が得られた。」 B：「概ね計画どおりに進捗した。一定の取組成果が得られた。」 C：「進捗にやや遅れがみられた。あまり取組成果が得られなかった。」 D：「進捗に大きな遅れがみられた。ほとんど取組成果が得られなかった。」</p>

3 次期総合計画期間を含む中長期的な施策の方向（2030年代を見据えた方向） — （ACTION）

◆施策を取り巻く状況【A】（国、東京都・近隣自治体の動向など）を踏まえた取組の方向

※次期基本計画における重要な視点となる「デジタルトランスフォーメーション（DX）・スマートシティ」、「カーボンニュートラル」、「産学官連携」のほか、施策横断的なテーマである「共生社会の充実（パラハート）」、「安全・安心（防災・減災・防犯・感染症対策）」、「ソフト・ハードが一体となったまちづくり（中心市街地整備、地域別まちづくり、都市計画道路整備）」に関する状況や方向を記載

・右欄は左欄に対応する丸数字を記載

	市政に与える影響	左記を踏まえた市の対応課題・取組の方向
全国的な潮流・傾向等	①コロナ禍や災害に便乗した悪質商法や詐欺の社会問題化 ②成年年齢の18歳への引き下げ（令和4年4月1日） ③消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン2022の策定（令和4年6月消費者庁・独立行政法人国民生活センター）	①常に最新の消費トラブル等の情報把握に努めながら、市報やホームページなどによる注意喚起、相談窓口の周知啓発等を継続実施 ②小中学校や高校、大学との連携を図りながら、青少年・若者への消費者教育を強化 ③同プランを踏まえ、メール、SNS等による相談の推進、全国消費生活情報ネットワークシステムの刷新など、デジタル社会に即した消費生活相談を推進
自治体の動向等	東京都や近隣	
その他		

◆施策を取り巻く状況【B】(国, 東京都・近隣自治体の動向など)を踏まえた取組の方向

※上記の施策を取り巻く状況【A】の項目以外で, 法改正・制度改正などの状況や方向を記載

・右欄は左欄に対応する丸数字を記載

	市政に与える影響	左記を踏まえた市の対応課題・取組の方向
全国的な潮流・傾向等	①食品ロスの削減の推進に関する法律の施行(令和元年10月1日) ②食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針策定(令和2年3月31日閣議決定)	①②④庁内関係部署や市内関係団体, 事業者等と連携しながら食品ロス削減推進法, 国の方針, 都の計画等を踏まえた食品ロス削減に向けた取組を推進 ③東京都消費生活基本計画の3つの視点(主体的な消費行動への変革の促進, 情報通信技術の進化やグローバル社会への対応, 様々な主体のつながりと連携による取組の強化)を踏まえた取組を推進 ⑤消費生活センターの周知啓発及び利用しやすく相談しやすい環境づくり
自治体の動向等 東京都や近隣	③平成30年度から令和4年度までの5年間を計画期間とする東京都消費生活基本計画の策定(平成30年3月) ④2021年から概ね5年間を計画期間とする東京都食品ロス削減推進計画の策定(令和3年3月)	
その他	⑤消費生活上のトラブルに巻き込まれそうになった市民で消費生活センターに相談した人の割合10.6%(令和3年度市民意識調査)	

施策03「消費生活の安定と向上」に関連する基本計画事業

計画コード	10	重点P		-
事務事業	消費者啓発事業			総合戦略 ●
所管部署	生活文化スポーツ部 文化生涯学習課 消費生活係			
事業概要	<p>様々な広報媒体等を利用し、消費生活センターの周知の強化を図る。消費者被害の状況に応じて、市民に対して速やかに情報提供と注意喚起を行い、被害の拡大防止につなげる。消費者教育推進法に基づき、各種消費者講座を実施するほか、積極的に地域の会合等へ出向き、出前講座を開催する。成年年齢引き下げに伴い、若年層の消費者被害防止を目的とした市内大学における講演や市内小学校及び中学校での出前授業の周知により、更なる注意喚起を図るなど、若者への消費者教育の充実に努める。</p>			
<b>[PLAN▶DO▶CHECK]</b>				
活動内容 (事業費ベース)	計画目標	令和3年度		
		(計画)	(当初予算)	(決算・実績)
	<p>○各年代、特に若年層に対応する消費者教育の推進及び教材の提供</p> <p>○社会状況、消費者の動向及びニーズを把握し、イベントをはじめ、各種講座の内容や手法を精査し、啓発に有効な事業を展開</p>	<p>○消費者啓発のため市のイベント等へ参加</p> <p>○消費生活相談員による啓発活動(出前講座・出前授業)</p> <p>○各種啓発資料の作成及び配布と消費生活センターのPR</p>	<p>○消費者啓発のため市のイベント等へ参加</p> <p>○消費生活相談員による啓発活動(出前講座・出前授業)</p> <p>○各種啓発資料の作成及び配布と消費生活センターのPR</p>	<p>○消費者啓発のため市のイベント等へ参加(参加予定イベントの中止に伴い実績なし)</p> <p>○消費生活相談員による啓発活動(出前講座・出前授業)</p> <p>○各種啓発資料の作成及び配布と消費生活センターのPR</p>
事業費 (千円)		2,227	1,327	1,264
債務負担行為等による用地取得費		0	0	0
令和3年度取組実績	<input checked="" type="checkbox"/> 計画どおり <input type="checkbox"/> 計画遅れ <input type="checkbox"/> 計画前倒し <input type="checkbox"/> コロナ影響			実績評価 ○
説明	<p>消費者教育推進法に基づく市内大学と連携した取組として、電気通信大学の新入生オンライン説明会において、成年年齢引き下げの注意喚起も含めた若者向け消費者トラブル防止の講演(出前講座)を行い、601人の参加があった。さらに、同大学へ配架用チラシ、小冊子「生活ひとくちメモ2021」及び若者向けパンフレットを各100部配架依頼した。その他の出前講座は8回実施し、174人が参加した(コロナの影響に伴い中止1回、資料配布1回)。また、消費者講座をオンライン開催で7回実施し85人が参加した。その内、デジタル環境がない方のため会場視聴を2回実施し、13人が参加した。成年年齢引き下げに伴う若者への消費者トラブルの未然防止に向けた啓発として、市立中学校3年生を対象に「生活ひとくちメモ」を1420冊配布し、市内高校6校の3年生を対象に啓発チラシを1340枚配布した。「食品ロス」削減のための取組として、市内事業者と調布市消費者団体連合会及び調布市社会福祉法人地域公益活動連絡会と連携して、フードドライブを3回実施し、集まった食品を市内の福祉施設等へ提供した。</p>			
<b>[ACTION]</b>				
今後の方向	<input type="checkbox"/> 現状継続 <input checked="" type="checkbox"/> 有効性改善 <input type="checkbox"/> 効率性改善 <input type="checkbox"/> 財政面改善 <input type="checkbox"/> 市民参加と協働の取組改善			
今後の取組の方向	<p>被害の未然防止及びトラブル回避には、悪質商法の手口を事前に知っておくことが有効であるため、消費者啓発を繰り返し行うことが効果的である。今後も市内大学・自治会・地域包括支援センター等、各地域や団体を対象に出前講座を実施するとともに、消費者教育に関するパンフレットを作成し、消費者啓発に活用していく。また、東京都等の他団体との定期的な会合の場を活用した情報共有により、消費者に対する意識啓発の取組につなげる。さらに、高齢者の消費者トラブルが依然として高い割合を占めていることから、専門性を有する福祉関連部署等と連携を図り、高齢者と接する機会等を活用しながら、高齢者の見守りの視点を踏まえたトラブルの未然防止に努める。食品ロスの削減の推進に関する法律の内容を踏まえ、関連部署と連携し啓発活動の強化を図る。出前講座等の啓発事業におけるオンライン活用など、コロナ禍においても、必要な情報発信・情報提供が継続的に実施できるよう、工夫していく必要がある。</p>			

※新型コロナウイルスの影響に関する内容は冒頭に「◆」印を記載しています。

施策03「消費生活の安定と向上」に関連する基本計画事業

計画コード	11	重点P		-
事務事業	消費者相談事業			総合戦略 ●
所管部署	生活文化スポーツ部 文化生涯学習課 消費生活係			
事業概要	<p>市民の消費生活における被害を防止し、その安全を確保するとともに、安心して消費生活を営むことのできる社会の実現に寄与する。                  市民へ消費者トラブルに関する情報提供を行うとともに、市民が実際に消費者トラブルに巻き込まれた際には、消費生活相談窓口において相談員が迅速に対応し、相談内容を的確に把握し、問題解決に向けて助言を行う。                  弁護士を配置し、法的な確認を伴う専門性の高い相談に対応する。</p>			
<b>【PLAN▶DO▶CHECK】</b>				
活動内容 (事業費ベース)	計画目標	令和3年度		
		(計画)	(当初予算)	(決算・実績)
	○消費生活相談員の配置を継続するとともに、弁護士を法律顧問として、相談窓口の充実  ○全国消費生活情報ネットワークシステムを活用し、迅速にトラブルの内容や問題のある商品情報を市民へ発信	○消費生活相談の実施  ○消費者トラブルに関する情報提供	○消費生活相談の実施  ○消費者トラブルに関する情報提供	○消費生活相談の実施  ○消費者トラブルに関する情報提供
事業費 (千円)		11,447	12,930	12,648
債務負担行為等による用地取得費		0	0	0
令和3年度取組実績	<input checked="" type="checkbox"/> 計画どおり <input type="checkbox"/> 計画遅れ <input type="checkbox"/> 計画前倒し <input type="checkbox"/> コロナ影響			実績評価 ◎
説明	<p>調布市消費生活センター条例に基づき、消費生活センターの役割等を明確にしながら、市民にとって利用しやすい消費生活相談事業の実施に努めた。                  消費生活相談では、悪質化、巧妙化する消費者トラブルに対応するため、消費生活相談員のスキル向上を図るとともに、弁護士の活用を通じて法的判断を必要とする専門性の高い消費者トラブルの解決を図った。                  消費生活相談の件数は1475件となり、前年度から114件減少した。                  自主交渉率は79.6%となり、前年度から2.4ポイント減少しており、相談員のあっせんによる解決が増加した。</p>			
				
<b>【ACTION】</b>				
今後の方向	<input type="checkbox"/> 現状継続 <input type="checkbox"/> 有効性改善 <input checked="" type="checkbox"/> 効率性改善 <input type="checkbox"/> 財政面改善 <input type="checkbox"/> 市民参加と協働の取組改善			
今後の取組の方向	<p>消費者トラブルが悪質化、巧妙化している中で、市民が安心して消費生活を送ることができるようにするため、相談員のより一層のレベルアップを図るとともに、被害者に相談窓口の存在を知ってもらい、気軽に相談できる環境を整備するなど、消費者トラブルに巻き込まれた市民に対して的確に対応できる充実した相談支援体制を築いていく。ホームページやパンフレットのほか、様々な手法を活用しながら、庁内外を問わず消費生活センターの更なるPR強化を図り、認知度を高めていく。高齢者の消費者被害の防止に向けた取組をより効果的・効率的に行い、実効性の高いものとするため、庁内関係部署と調整を図る。                  ◆新型コロナウイルス感染症や自然災害に便乗した悪質商法、詐欺については、国や東京都との連携の下、情報収集に努め、市民への注意喚起や相談窓口の周知を行う。</p>			

※新型コロナウイルスの影響に関連する内容は冒頭に「◆」印を記載しています。