

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	佐々木 淳	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2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)

- ・東京都との共催講座、調布市消費者団体連合会との共催講座など、消費者講座を5講座開催（うち1講座はオンラインによる開催）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6回実施し、幅広い年代に向けた消費者啓発を行った。
- ・消費者トラブル情報の提供について、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。
- ・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6校の1年生を対象に、若者の消費者トラブル事例をあげた啓発用チラシを配布するとともに、教職員用に出前講座の受講案内を行った。

①横断的連携による施策の推進

- ・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児童民生委員など関係機関への情報提供を行った。
- ・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。
- ・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9月20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。

②調布のまちの魅力発信

- ・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。

(03-2 消費者相談の充実)

- ・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2年度の相談件数は、1589件となり、前年度から微増した。
- ・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1303件で、自主交渉率は82.0%となった。
- ・新型コロナウイルスに関連した相談として、全国的にはマスクの送り付け詐欺や特別定額給付金の担当職員騙り詐欺等に関する相談が多く寄せられた中で、市においては、マスクが高額で販売されていることや、旅行や結婚式場の解約、ヨガ教室・スポーツジム等の習い事の会費に関する相談が数件寄せられた。

①横断的連携による施策の推進

- ・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。

②調布のまちの魅力発信

- ・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。

< 令和2年度における施策の成果についての総括 >

- ・親子消費者講座や市内大学での出前講座など若年層を対象とした講座については、新型コロナウイルスの影響により中止となったが、各種消費者講座・出前講座の実施により消費者啓発を行い、消費者トラブルの未然防止に努めた。
- ・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、消費者安全確保地域協議会を設置することができた。

・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82.0%となり令和元年度に続き目標の80%を達成し、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
			令和元年度	令和2年度	令和4年度
1 消費者啓発事業への参加者数	4,670 (H29)	人	5,374	126	5,500
2 消費者相談に占める自主交渉率	78.1 (H29)	%	80.4	82.0	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る各種事業の中止等によるところが大きい。

## 2 令和2年度の振り返り — 評価 (CHECK)

◆施策の成果向上に向けて、令和2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、成果の総合的な評価

総合評価	A	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予定した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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出展を予定していた関連イベントが複数中止になったことにより、消費者啓発事業への参加者数は大きく減少したが、東京都や関係団体等との連携による消費者講座の開催、各地域・団体を対象とした出前講座の実施など消費者啓発に取り組む中で、市が目指す施策の方向に向けて成果向上が図られたため。</li> <li>・消費者相談における自主交渉率が82.0%となり目標を達成するなど、消費生活相談員のアドバイスが消費者自らの解決に向け、効果を上げているため。</li> </ul>	

## 3 施策の方向 — (ACTION)

◆コロナ禍の影響等を踏まえた現基本計画期間内(令和4年度まで)における施策の主な課題と取組の方向

・左欄と右欄において、丸数字で対になるよう記載

主な課題	取組の方向
①コロナ禍や災害に便乗した悪質商法や詐欺への対応	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成年年齢引き下げを見据えた青少年・若者への消費者教育	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コロナ禍の影響等によるフードバンクへの需要増を踏まえた対応	③庁内関係部署や市内関係団体、事業者、フードバンク事業に取り組む市民団体等との連携強化を図りながら、情報発信やフードドライブ、フードパントリーを実施

◆デジタル技術を活用した利便性向上や事務の効率化に向けた今後の取組  
(オンライン活用、ペーパーレス化、電子申請による手続など)

※重点プロジェクトに関連する取組(★印)、新規の取組(●印)、拡充の検討を要する取組(○印)、左記以外の取組(・印)

- ・オンラインを活用した消費者講座の開催
- ・オンライン相談など相談しやすい環境の充実にに向けた検討

## 4 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)

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

※法改正・制度改正などに加えて、「フェーズフリー」、「スマートシティ」など多角的な視点も含めた状況や方向を記載

・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) ④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)	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 ③④⑥⑦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

東京都や近隣自治体の動向等	⑤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) ⑥2021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)	⑤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 ⑧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
その他	⑦市議会(令和元年第2回定例会一般質問・令和2年第3回定例会一般質問)から、食品ロス削減についての取組を推進するよう要望あり ⑧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10.8%(令和2年度市民意識調査)	

### 03 消費生活の安定と向上

No.	事務事業名	重点プロジェクト事業	総合戦略	所管部署	事務事業の概要
1	消費者啓発事業		●	文化生涯学習課	<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。</p> <p>消費者被害の状況に応じて、速やかに市民に対し情報提供と注意喚起を行い、消費者の被害防止につなげる。</p> <p>消費者教育推進法に基づき、各種消費者講座の開催をはじめ、積極的に地域における会合等へ出向き、出前講座を開催する。</p> <p>成年年齢下げを見据えて、市内大学での若年層の消費者被害防止の講演の実施や市内小学校及び中学校での出前授業の周知を行い、若者への消費者教育の充実を図る。</p>
2	消費者相談事業		●	文化生涯学習課	<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、安心な消費生活を営むことのできる社会の実現に寄与する。</p> <p>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。</p> <p>弁護士を配置し、法的な確認が伴う専門性の高い相談に対応する。</p>

03 消費生活の安定と向上

※各事務事業の概要については、巻末の「⑦事務事業概要一覧」をご参照ください。

No.	事務事業名	重点プロジェクト事業	総合戦略	所管部署	R2決算事業費(千円)	令和2年度の実績	実績評価	進捗状況・今後の取組の方向										
								R2取組実績				方向						今後の取組内容
								計画前倒し	計画どおり	計画遅れ	コロナ影響	有効性改善	効率性改善	財政面改善	参加と協働改善	現状継続	(新型コロナウイルス感染症の影響に関連する内容は冒頭に◆印を記載しています)	
1	消費者啓発事業		●	文化生涯学習課	1,471	消費者教育推進法に基づく取組として、電気通信大学の新入生合同説明会において、若者向け消費者トラブル防止の講演を予定していたが、コロナの影響に伴い資料配布に変更した。出前講座を6回実施し74人が参加した(コロナの影響に伴い延期2回、資料配布1回)。また、消費者講座を4回実施し43人が参加した(コロナの影響に伴い中止2回)。さらに、消費者講座では、コロナ禍でも受講できるようオンライン講座を開講した。若年層と成年年齢引下げに伴う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年生を対象に小冊子「生活ひとくちメモ」を1340冊配布し、市内高校6校の1年生を対象に啓発チラシを1394枚配布した。「食品ロス」削減のための啓発として、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。	○		●									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を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、各地域や団体に出席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。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、その後における消費者に対する意識啓発の取組につなげていく。また、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、福祉関連部署等と連携を図り、各担当における専門性や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て、関連部署と連携し啓発活動の強化を図る。 ◆新型コロナウイルス感染症の影響により、出前講座等の啓発事業は、開催が減少することが見込まれる。
2	消費者相談事業		●	文化生涯学習課	11,619	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、市民にとって利用しやすい消費生活相談事業を実施した。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、弁護士を活用し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行った。消費生活相談の件数は1589件となり、前年度から21件増加した。自主交渉率は82.0%となり、前年度から1.6ポイント増加しており、相談員のアドバイスにより、消費者自ら解決することにつながることができた。	◎		●								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。	
								0	2	0	0	1	1	0	0	0	計	
								0.0	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	割合(%)	

当該施策に体系付けられている全ての事務事業については、巻末に掲載している参考資料「⑥事務事業一覧(施策体系順)」をご参照ください。