

計画の策定にあたって

1 計画策定の趣旨

近年、商品やサービスが高度化し、多様な商品をより手軽に購入することができるようになりました。高度情報化がますます進展し、インターネットを利用した消費生活のグローバル化やボーダーレス化にもつながっています。また、世界的にキャッシュレス化が広まっており、日本においても2017年時点では2割程度だったキャッシュレス決済^{*}比率を、2025年までに約4割とする目標が国によって設定されました。消費の際の支払方法も、現金以外にクレジットカードや電子マネー^{*}、QRコード決済^{*}など多様化しています。消費者にとっては多額の現金を持たずに買い物が可能になるとともに、紛失時のリスクが現金に比べて軽減されるなど、消費生活の利便性が高まるという利点がある一方で、消費生活トラブルの複雑化にもつながっています。

国においては、消費者教育を総合的・一体的に推進することを目的として、平成24年12月に「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。）」が施行されました。平成25年6月には「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が定められ、「誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、さまざまな場で、消費者教育を受けることができる機会を提供するために、消費者教育を体系的・総合的に推進」する必要性が示され、平成30年3月の一部見直しにおいては、当面5年間の重点事項として、「1. 若年者の消費者教育」「2. 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進」「3. 高度情報通信ネットワーク社会^{*}の発展に対応した消費者教育の推進」があげられました。

本市においても、消費者教育推進法に基づき、平成29年1月に、消費者がライフステージに応じて学ぶことができるよう、社会的・経済的状況や本市の実態に合わせた目標を定め、平成29年度から3年間を計画期間とする「芦屋市消費者教育推進計画（以下「推進計画」という。）」を策定し、さまざまな施策を実施してきました。この度、推進計画の策定から3年が経過することから、社会状況の変化や国の方向性などを踏まえ、推進計画の基本的な考え方を継承しつつ、新たな課題に対応するため、「第2次芦屋市消費者教育推進計画（以下「本計画」という。）」を策定し、消費者教育の推進を図ります。

2 消費者を取り巻く社会情勢の変化

近年、インターネットの利用は幅広い年代層で拡大しています。スマートフォンの普及により、どこでも手軽にインターネットを利用できるようになり、オンラインショッピングやオンラインゲーム、コミュニケーションツールとして利用するなど、日常生活に浸透しつつあります。

このような高度情報通信ネットワーク社会の発展による消費生活上の変化は、契約関係の複雑化につながっています。例えば、インターネット上で物品等の売買を個人間で行うことができるフリマアプリ*の普及などにより、消費者は被害者だけではなく、場合によっては加害者になる場合もあります。オンラインショッピングにおいては、プラットフォーム*と呼ばれるサービスが展開され、多くの事業者が関わるようになった結果、契約の当事者が増え、誰とどのような契約をしているのかもわかりにくくなってきています。

将来的には、家電や施設などあらゆるものがインターネットとつながり、情報がやりとりされるようになるなど、社会が豊かになり、より便利になる可能性がある一方で、個人の行動・状態に関する情報が外部に提供され、活用されるようになります。消費者は、このような高度情報通信ネットワーク社会において、その有用性を理解しつつ、適切な選択を行う必要性が高まっています。

また、民法の改正に伴い、令和4年4月から民法の成年年齢が20歳から18歳に引き下げられます。保護者の同意なく自らの意思で契約できるようになり、その契約に対して責任を負うこととなります。将来を担う全ての若者に対して、社会に参画する入口の段階で深刻な経済的損失を被るといったことのないよう、自立した消費者の育成を目指し、実践的な消費者教育の重要性が再認識されています。

さらに、大量生産、大量消費、大量廃棄が行われている経済社会において、資源やエネルギーの消費量は増加の一途をたどっており、地球温暖化といった環境問題や経済社会の生み出すさまざまな問題は、産業活動のみならず、消費活動によるところも大きいとの認識が広がっています。今後は、消費者が自らの意思決定や消費行動がもたらす影響と社会的役割を自覚し、行動することが重要になっています。2015年9月に国連サミットで採択された「持続可能な開発目標（SDGs*）」を柱とする「持続可能な開発のための2030アジェンダ」においても持続可能な消費の実践は、その重要な構成要素です。

3 芦屋市の消費者教育の考え方

「消費者教育推進法」においては、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることが明示されています。また、消費者が被害にあわないためにも、消費者自身が消費生活に関する知識を修得し、自ら考え、選択し、適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を身につけるとともに、消費者市民社会の形成に参画し、社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与することが必要とされています。

芦屋市においては、「多方面にわたる課題の総合的解決により消費者市民社会を実現すること」を消費者教育の一環であると位置付け、消費者教育を推進しています。厳密に契約関係が認められる消費活動に関するものだけを切り離して考えるのではなく、子どもをサイバー犯罪*から守る、高齢者や障がいのある人の地域での生活を支援する、地域全体の防災力・防犯力を高めていくなど、消費生活に関係の深い課題に総合的に取り組み、個々の消費者力*を高め、消費者市民社会の実現を引き続き目指します。

4 消費者市民社会とは

私たちは、誰もが消費者です。食事をする、買い物をする、レジャーを楽しむなど、商品を購入したり、サービスを受けたり、日常生活を営む上でさまざまな消費活動を行っています。その中で、購入するのかもしれないのか、また購入する場合にも、価格や質、量、環境への配慮などを考慮して、選択します。

誰もが日常的に行う消費活動は、消費者一人一人が社会情勢や地球環境のことなどを考えて適切な選択をすることにより、社会全体に影響を与える力を持っています。将来にわたり、すべての消費者が継続して安全・安心に生活できるようにするためにも、消費者が自分のことだけでなく、自らの消費活動が世の中に影響を与えることを自覚し、適切な選択をしていくことが重要です。

また、消費者被害を受けた際には、被害を受けた個人が救済されるだけでなく、消費者被害に係る情報を共有することで、トラブルの原因となった社会的な問題の解決につながると判断することも重要です。

このように適切な選択をする市民によって構成される社会を「消費者市民社会」といいます。

5 推進計画における取組（平成 29 年度～令和元年度）

平成 29 年度から令和元年度までの3年間、「自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し、豊かで安全な消費者市民社会を実現する」を目標に、2つの基本施策に基づき、各取組を実施してきました。

基本施策1「消費者の環境やライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進」においては、生活環境や状況によって消費者教育に触れる機会がさまざまであり、年齢によっても必要な知識や情報などが異なることから、生涯にわたって有効な消費者教育の機会を提供できるよう、年齢に応じた取組や庁内連携の強化などにより、消費者教育の推進に取り組みました。

基本施策2「参画と協働による消費者教育の推進と相互連携による地域全体の消費者力向上」においては、消費者自身が消費者力を身につけるだけでなく、地域活動団体や商品やサービスを提供する立場の事業者、行政などが相互に連携し、安全で安心な地域社会の実現に向けて、情報提供や情報共有などを行い、地域全体の見守り力向上に取り組みました。

しかしながら、社会情勢の変化とともに、消費生活トラブルはその手口を変えながら依然として発生しています。本計画の策定に先立ち、実施した市民へのアンケート調査においても、消費生活トラブルを経験した人の割合は増加しています。誰もが経験する可能性がある消費生活トラブルは、相談先や対応策の知識を身につけることにより、未然防止や早期解決につながりますが、未だ相談先である消費生活センター*の認知度は低く、相談先がわからない人もいることから、更なる周知が必要です。地域における見守りにおいては、さまざまな立場の人が実践することにより、消費生活トラブルの未然防止や解決につながっており、引き続きその輪を広げていくことが重要です。

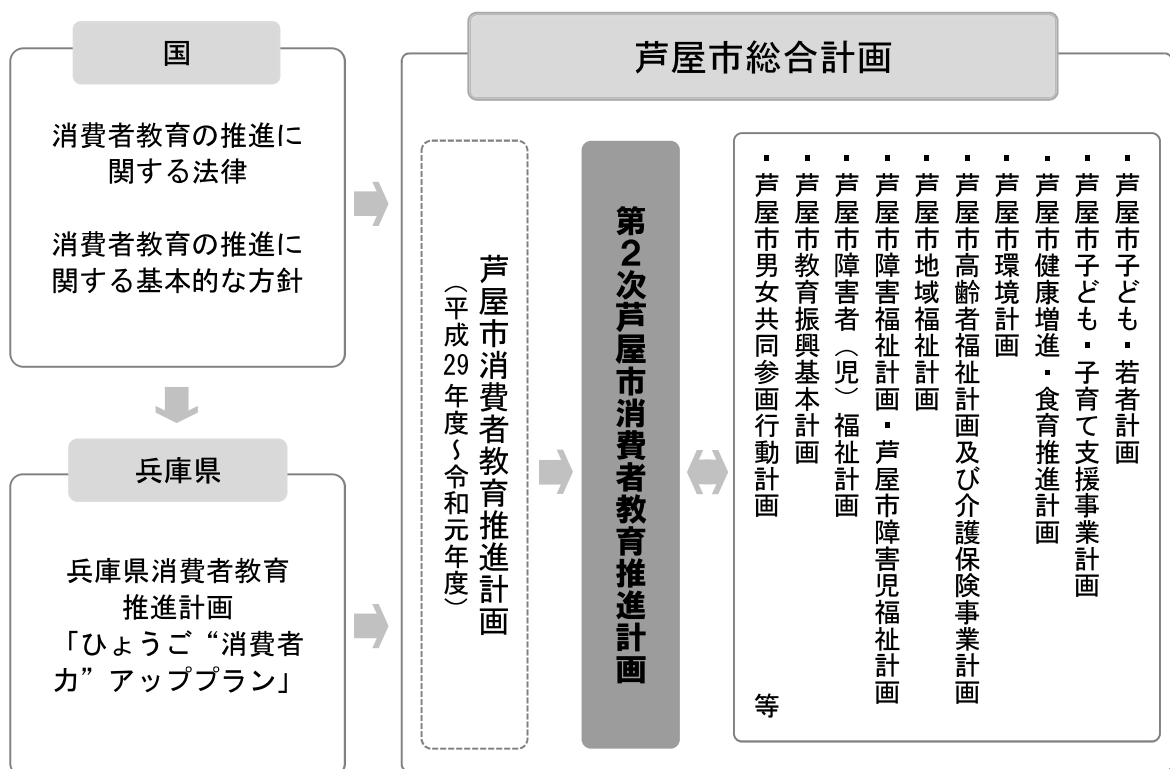
推進計画として3年間実施してきた取組の実績や引き続き取り組むべき課題などを踏まえた上で、新たな課題にも対応できるよう、推進計画の基本的な考え方を継承しつつ、本計画を策定し、消費者教育の推進を図ります。

6 計画の期間

本計画の期間は、令和2年度から令和4年度までの3か年とします。計画最終年度である令和4年度には3年間の推進状況の評価と次期計画の策定に向けた計画の見直しを行います。また、本計画の期間中においても、社会状況の変化や法制度の改正などにより、修正・見直しの必要が生じた場合は、計画の見直しを行うものとします。

7 計画の位置付け

本計画は芦屋市における消費者教育を総合的かつ体系的に推進するために、消費者教育推進法第10条第2項に規定された「市町村消費者教育推進計画」として策定します。策定にあたっては、国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」及び兵庫県消費者教育推進計画を踏まえるとともに、本市の総合計画及び各種の関連計画との整合を図ります。



8 計画の策定体制

本計画の推進にあたり、市民、市内事業者、地域団体、専門相談・支援機関、行政などが相互に協力・連携することが必要であり、それぞれの立場による意見を本計画へ反映させるため、学識経験者、市内事業者団体関係者、消費者代表、高齢者団体関係者、福祉関係者、青少年育成関係者、学校教育関係者、社会教育関係者等で構成する「芦屋市消費者教育推進地域協議会」を設置し、計画の内容について協議しました。

また、本計画を策定するための基礎資料として、市内在住の18歳以上の方のうち、無作為に選んだ3,000人を対象に「消費生活トラブルに関するアンケート調査」を実施しました。有効回答率は47.3%で、市内における消費生活トラブルの実態及び消費生活に関する意識等の把握を行いました。

計画内容については、市民からの幅広い意見を考慮して最終的な意思決定を行うために、令和元年12月16日から令和2年1月24日にかけて、「第2次芦屋市消費者教育推進計画（案）」に対する意見募集（パブリックコメント）を実施しました。

消費者教育の総合的・効果的な推進を図るため、市長を本部長、副市長及び教育長を副本部長とし、関係部長で構成する「芦屋市消費者教育推進計画推進本部」、市民生活部長を委員長に関係課長で構成する「芦屋市消費者教育推進計画推進本部幹事会」を開催するとともに、関係各課と協力・連携を図りながら、全庁的な体制の下で計画策定を進めました。

コラム

消費者の8つの権利と5つの責任

最初に「消費者の権利」を提示したのはアメリカのケネディ大統領で、その後、国際消費者機構（C I）*の提唱を経て、現在、8つの権利が消費者基本法で規定されています。また、C Iは、「消費者の責任」についても提唱しています。

【消費者の8つの権利】

- ①生活の基本的な需要が満たされる権利
- ②健全な生活環境が確保される権利
- ③安全が確保される権利
- ④選択の機会が確保される権利
- ⑤必要な情報が提供される権利
- ⑥消費者教育の機会が提供される権利
- ⑦意見が消費者政策に反映される権利
- ⑧被害が適切かつ迅速に救済される権利

【消費者の5つの責任】

- ①批判的意識をもつ責任
- ②社会的弱者への配慮責任
- ③主張し行動する責任
- ④環境への配慮をする責任
- ⑤連帯する責任