

(1) 消費者教育の推進及び消費者団体、事業者との連携

ア 消費者教育の推進

これまでの主な取組と課題

現 状

学校における消費者教育は、小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校において、学習指導要領に基づき指導が行われています。

道では、教育委員会や学校との連携のもと、専門的な知見を有する講師を小学校、中学校、高等学校、大学及び特別支援学校等に派遣する「学校訪問講座」の取組を行っています。

学校における消費者教育・金銭教育を担う小学校、中学校及び高等学校等の教職員を対象に、教員が行う研究会等において、若年者の消費者トラブルの被害実態や対策等を情報提供する「教員サポートセミナー」を開催しています。

地域・職域における消費者教育は、自立した消費者を育成するため、消費生活に関連するテーマの講座や、高齢者等を対象として悪質商法の実態と対策についてセミナーを開催しているほか、講師派遣や金融経済に関する情報提供、商品テスト機能を活用した体験学習等を実施し、消費生活に必要な知識の普及や最新情報の提供等を行っています。

消費者被害の防止のための地域の消費者教育や見守りを行う人材の育成を目的とした「消費者被害防止ネットワーク促進セミナー」を開催し、地域における見守り人材の育成のほか、国家資格である消費生活相談員資格の取得を支援する講座を開催し、地域における消費生活相談や消費者教育を担う専門的な知見を有する人材の育成に努めています。

課 題

令和4年（2022年）に成年年齢が18歳に引き下げられ、現状において相談件数に目立った変化は見られませんが、若年者は「知識や経験の不足」に起因する脆弱性を抱えていることから、契約をはじめとする消費生活に関する知識や対処能力を身に付けるための消費者教育など、学校での消費者教育の取組を一層充実させる必要があります。

特に人口減など社会条件の厳しい地域における消費者教育の担い手確保や育成が課題となっています。

デジタル化が進展する中、デジタルを賢く利用する知識やデジタル取引に伴う消費者トラブルから自らを守るための知識が必要となっています。

具体的取組

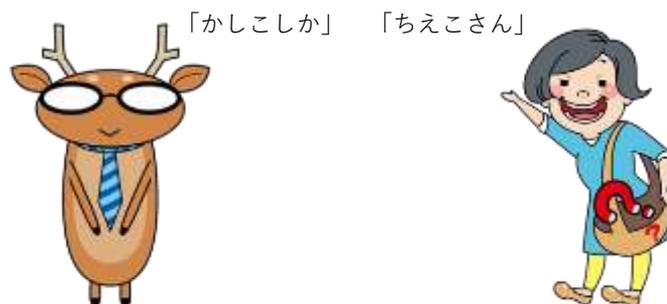
- ◆ 成年年齢の引下げ等を踏まえ、学校での消費者教育の強化・充実を図るため、消費者教育に関する教職員の実践的な指導力の向上に努めます。
- ◆ 地域における行政や消費者団体等の連携を強化し、消費者教育の担い手の育成・確保に努めます。
- ◆ デジタル化の進展も踏まえ、若年者や高齢者など消費者の特性に応じた効果的な消費者教育を推進します。

成年年齢の引下げ等を踏まえ、将来を見据えた早い段階での消費者教育が重要であり、関係部局や外部の専門家等の協力を得ながら、学校での消費者教育の強化・充実を図るため、教職員等を対象とした教員サポートセミナーや、消費者教育に関する内容を位置づけた各種教員研修の実施、消費者教育に係る実践資料等の作成・配布等を通じ、教職員の実践的な指導力の向上に努めます。

地域における行政や消費者団体、事業者、大学など多様な主体との連携を強化し、消費生活相談員を養成するなど消費者教育の担い手の育成・確保に努めます。

デジタル化の進展に伴い、デジタルの活用も広がってきていることから、若年者に対しては、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）やブログなど若者が活用しやすい媒体から発信するほか、高齢者に対しては、トラブルを回避しデジタルを賢く利用するための講座を提供するなど若年者、高齢者、デジタル機器の利用状況などをはじめとした多様な消費者の特性に応じた効果的な消費者教育を推進します。

■ 北海道消費者教育 PR キャラクター



イ 消費生活に関する啓発・情報提供

これまでの主な取組と課題

現状

道立消費生活センターでは、くらしの広場等における展示、ホームページによる周知、広報誌「きらめっく」の発行、啓発用パンフレットやパネルの作成など様々な広報媒体による啓発・情報提供を行っています。

5月の消費者月間には、北海道消費者協会、札幌消費者協会、札幌市消費者センターや北海道警察など関係団体が連携して啓発イベントを開催しています。

市町村が行う啓発等の取組状況について毎年度調査を実施するとともに、市町村や団体等が行うセミナー等への講師派遣や啓発資材の配布などの支援を行っています。

北海道消費者被害防止ネットワークでは、構成員に対するネットワークニュースを発行し、周知啓発に活用いただくとともに、消費者行政メーリングリストを活用して、消費者被害情報等を発信・共有しています。

令和2年（2020年）1月以降の新型コロナウイルス感染症が拡大した際には、不確かな情報の影響によりマスクの買いだめなどが生じたことから、消費者としての適切な消費行動を呼びかけました。

■ 令和6年度消費者月間「街頭啓発」の様子



【ご挨拶】



【劇団による寸劇】



【ほくとくん・しろくま】



【啓発グッズの配布】



【瓶込め詐欺被害防止電話機】



【VRで仮想体験】



【見守りロボットの展示】



【スタンプラリーコーナー】

資料出所：北海道消費者被害防止ネットワークニュース No.121

課題

デジタル化が進展し、多くの消費者がインターネットを利用している状況を踏まえ、マスメディアやSNSなど多様な情報媒体や手法を活用するなど、情報提供の内容を工夫する必要があります。

消費者生活に関する啓発・情報提供に際して、消費者の特性は年齢をはじめ、障がいの有無などにより異なり、消費者の権利を自ら行使することが困難な方々もいることから、年齢、障がいの有無などをはじめとした多様な消費者の特性に応じた情報提供の在り方について検討、工夫が求められます。

激甚化する自然災害や社会的なパンデミックなどの緊急時に、消費者への不確かな情報や便乗した悪質商法などが増加することから、消費者への適切な情報提供を行う必要があります。

具体的取組

- ◆ 新たな取引やトラブルなど最新の情報について、消費者の特性に応じた情報提供の在り方等について検討し、効果的な普及啓発・情報提供に努めます。
- ◆ 自然災害発生などの緊急時に、不確かな情報や悪質商法等によるトラブルが生じないように、消費者への適切な情報提供に努めます。

新たな取引やトラブルが多様化、複雑化する中、高齢化や若年者の成年年齢引き下げなどにより脆弱な消費者が増加していることから、年齢、障がいの有無、居住形態、社会とのつ

ながら、[デジタル機器の利用の状況などをはじめとした多様な消費者の特性](#)に応じて広報媒体や手法などの情報提供の在り方や見守りネットワークとの連携などを検討し、効果的な啓発・情報提供に努めます。

激甚化する自然災害や社会的なパンデミックなどの緊急時には、消費者への不確かな情報や便乗した悪質商法等によるトラブルが発生しないよう、消費者への注意喚起など適切な情報発信に努めます。

ウ 消費者意見の反映

これまでの主な取組と課題

現 状

全道に配置する消費生活モニターを対象に意識調査を実施し、その結果を公表するとともに、消費生活モニターからの意見等を随時受付けており、必要に応じて施策に反映するなど適切に対応しています。

条例に基づき、各（総合）振興局単位で消費生活地域協議会を開催し、消費者や学識経験者等の意見を聴取しています。

液化石油ガスや灯油の流通等に関する諸問題について、関係団体と情報共有するとともに、本道特有の地域事情や需給特性等について関係者相互の理解を深めるため、「北海道地方 LP ガス懇談会」において消費者苦情事例の報告を行うほか、[「北海道地域灯油意見交換会」を北海道経済産業局との共催により開催する](#)とともに、消費者団体等の意見を聴取しています。

課 題

施策へ消費者等からの意見を反映させるため、引き続き、消費生活モニター等を対象に意見聴取を行っていく必要があります。

具体的取組

◆ 消費生活モニター等を活用した消費者意見聴取と施策への反映に努めます。

全道に配置する消費生活モニター等による消費者意識調査や各（総合）振興局単位で開催する消費生活地域協議会や消費者団体等から意見を聴取し、必要に応じて施策への反映に努めます。

エ 消費者団体との連携・活動促進

これまでの主な取組と課題

現 状

道内の地域消費者協会の組織活動を促進するため、北海道消費者協会が実施する消費生活リーダー養成講座や消費者問題学習会などの事業に助成しています。

一定の地域や職域による相互扶助組織である道内の消費生活協同組合について、消費生活協同組合法に基づき運営の適正化を図るとともに、組合が行う消費者利益の擁護・増進を図る活動に対して、後援名義の使用承認や必要な助言を行うなど、連携・協力を努めています。

課題

消費者の権利や利益の擁護・維持のため、活動を行っている消費者団体の実態等を適切に把握する必要があります。

地域消費者協会は、地域における消費者利益の擁護と増進に向けて重要な役割を果たしていることから、消費者運動を担っていく人材の育成・確保とともに、消費者団体活動の活性化のための支援を行っていく必要があります。

具体的取組

◆ 道内の消費者団体の活動実態を把握するとともに、活動の活性化に向けた支援に努めます。

消費者の権利や利益の擁護・維持のため、消費者によって自主的に組織された団体や、消費者のための活動を恒常的にしている消費者団体の活性化や体制強化を図るため、引き続き、道内の地域消費者協会などの活動実態を把握します。

北海道消費者協会と一層の連携を図るとともに、道内で活動する特定適格消費者団体や消費者問題に取り組む専門家団体との連携を図り、道内における消費者団体活動の活性化に努めます。

オ 消費者と事業者の協働による取組

これまでの主な取組と課題

現状

道は、平成 30 年（2018 年）12 月に、「北海道 SDG s 推進ビジョン」を策定し、オール北海道で持続可能な開発目標（SDG s）の**目標推進**に向けて取り組むこととしています。

SDG s では、持続可能な生産消費形態を確保することをめざし、ゴール 12 消費者ができることとて「つくる責任 つかう責任」が設定されており、があり、消費者、事業者等、様々な主体による取組が推進されています事業者側の責任と消費者側の責任が明記されています。

近年、地域における社会課題の解決や経済活性化に向けた貢献や応援の気持ちを原動力とする「共感」を動機とした人々や資金の動きがみられ、消費者の行動にも、「共感」という動機が浸透しはじめ、「消費者それぞれが社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費行動を行うこと。」（消費者庁定義）とされるエシカル消費（倫理的消費）や、消費者庁が推進する消費者との共創・協働により社会価値を向上（環境問題への貢献、地域活性化等）させる経営である「消費者志向の経営」など、 ~~や~~ わば消費者と事業者の協働による取組が徐々に広がってきています。

一方、近年、消費者を含む顧客等から事業者への行き過ぎた言動、いわゆるカスタマーハラスメントが社会問題となってきています。



■ エシカル消費に関する啓発資材
(道立消費生活センター作成)



■ [消費者庁](#) [消費者志向経営ロゴマーク](#)

課題

令和5年度消費生活モニターアンケート調査の結果によれば、4割近くの人が「エシカル消費という言葉を知っている」と回答している反面、6割を超える人は「知らなかった」と回答しており、エシカル消費の認知度は未だに低い状況にあることから、消費者と事業者の協働による取組の観点からさらに促進する必要があります。

カスタマーハラスメントの対応に向けては、消費者の利益擁護の観点から消費者から事業者に対する申出等が不当に妨げられないよう消費者と事業者との適切なコミュニケーションを図る必要があります。

具体的取組

- ◆ エシカル消費の理解促進等により、消費者と事業者との協働による取組を推進します。
- ◆ カスタマーハラスメントの対応に向けては、消費者と事業者との適切なコミュニケーションが図られるよう取り組みます。

エシカル消費に取り組む団体等と連携し、社会的問題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うエシカル消費の理解促進に努めるとともに、事業者の消費者志向経営の取組を両輪とした消費者と事業者との協働による取組を推進します。

カスタマーハラスメントの対応に向けては、消費者利益の擁護の観点から商品やサービスに対する意見や要望を伝える際のポイントを伝えるなど消費者と事業者との適切なコミュニケーションが図られるよう取り組みます。

カ 消費者市民社会の形成

これまでの主な取組と課題

現 状

近年、大量生産・大量消費・大量廃棄などにより、資源の枯渇や環境の悪化といった問題が発生しており、それに対して行政や事業者など様々な主体が取り組んでいますが、特に消費者の行動なくして解決できない課題が増えており、消費者の役割が期待されています。

消費者の社会的役割などを考える際の共通概念が「消費者市民社会」であり、「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」[（消費者教育の推進に関する法律）](#)を目指す取組が広がっています。

道では、食べ残しや賞味期限切れなどにより、まだ食べられる食品が捨てられる、いわゆる「食品ロス」の削減に向け、「おいしく残さず食べきろう！」をスローガンに、「どさんこ愛食食べきり運動」のほか、ゼロカーボン北海道の取組として、家庭におけるCO₂排出量を可視化できる「北海道ゼロチャレ！家計簿」の活用や3R推進に向けたライフスタイルの普及啓発などの取組を行っています。



■ 食品ロスに関する啓発資料
(道作成)



北海道立消費生活センター
■ 食品ロスに関する啓発資料
(道立消費生活センター作成)

課 題

消費者市民社会を形成する担い手である消費者は、自らの行動が経済社会や地球環境に与える影響を自覚する必要があります。

具体的には、「食品ロス削減」「CO₂削減」「紙の使用削減」「レジ袋の使用削減」などの行動が代表的な例として挙げられます。

本道においては、食品ロス削減や廃棄物の排出抑制、地産地消などの消費者教育や普及啓発がすでに行われてきていますが、道が施策として取り組んでいるゼロカーボン北海道や循環型社会の推進などの必要性についての理解を一層促進し、人や社会、環境、地域などに配慮した消費者市民社会の形成を担う消費者を育成する消費者教育や普及啓発を推進していく必要があります。

具体的取組

- ◆ **食品ロス・食品廃棄物の削減に向けた消費者の理解促進を図ります。**
- ◆ **「ゼロカーボン北海道」の実現や循環型社会の形成などに向けた消費行動の促進などの消費者教育や普及啓発を推進します。**

食品ロス・食品廃棄物の削減に向けて、「地産地消」や「食育」など消費者と生産者等との結び付きを強化する「愛食運動」などを総合的に進め、道民運動としての普及一定着を推進し、消費者の理解促進を図ります。2017年度を基準として2030年度までに食品ロス発生量を20%削減、食品ロス削減のために何らかの行動をしている道民の割合を80%とする道の食品ロス削減推進計画の目標達成に向けて、食品ロスの現状や社会へ与える影響、削減の意義等について、消費者の理解の促進を図るため、様々な主体と連携し、外食時の適量注文や、宴会時には食べきりタイムを設けるなどといった「どさんこ愛食食べきり運動」の取組等を推進します。

2050年までに温室効果ガスの排出量実質ゼロを目指す「ゼロカーボン北海道」の実現や、天然資源の消費が抑制され環境への負荷ができる限り低減された社会である循環型社会の形成に向けて、徹底した省エネ、脱炭素化や3Rの推進等を踏まえた消費行動の促進などの消費者教育や普及啓発を推進します。



■ 環境忍者えこ之助



■ ゼロカーボン北海道



■ 大地くんとめぐみちゃん

第5章 推進体制と推進管理等

1 計画の推進体制

道が設置する消費生活安定会議を活用するなど、庁内関係部局及び（総合）振興局の連携・協力等により、消費者行政の総合的・効果的な推進を図ります。

知事の諮問機関として設置されている北海道消費生活審議会において、消費者政策に係る諸課題について調査審議し、計画の推進を図ります。

2 計画の推進管理

計画の推進管理に当たっては、計画で掲げる施策を効果的に推進するため、別表に掲げる指標項目や参考項目なども用いて、毎年度、計画の施策体系に沿って、消費生活関連施策の推進状況や目標の達成状況等について取りまとめます。

消費生活関連施策の状況や目標の達成状況などについては、毎年度、北海道消費生活審議会へ報告するとともに、道民に公表します。

~~（別表に掲げる指標項目、参考項目は検討中）~~

3 計画の見直し

消費生活関連施策の推進状況や目標の達成状況、消費者を取り巻く社会経済情勢の変化、国の施策の動向などを見極めながら、北海道消費生活審議会の意見も踏まえ、必要に応じ見直しを行います。