

現状と課題

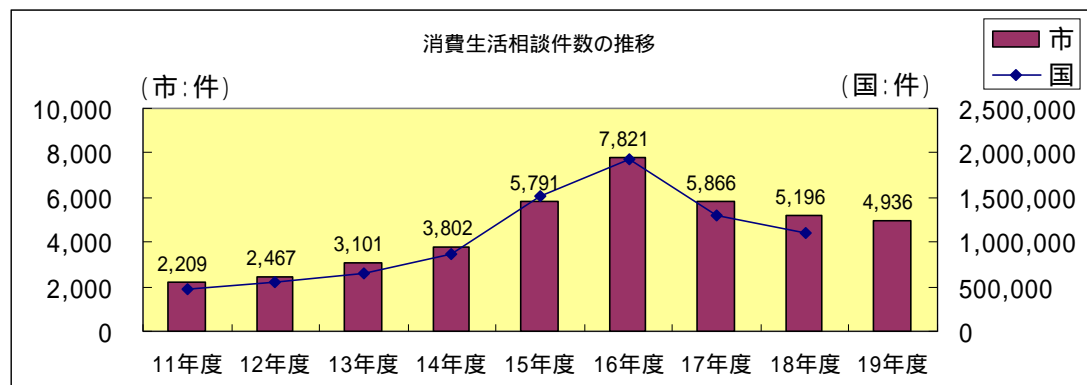
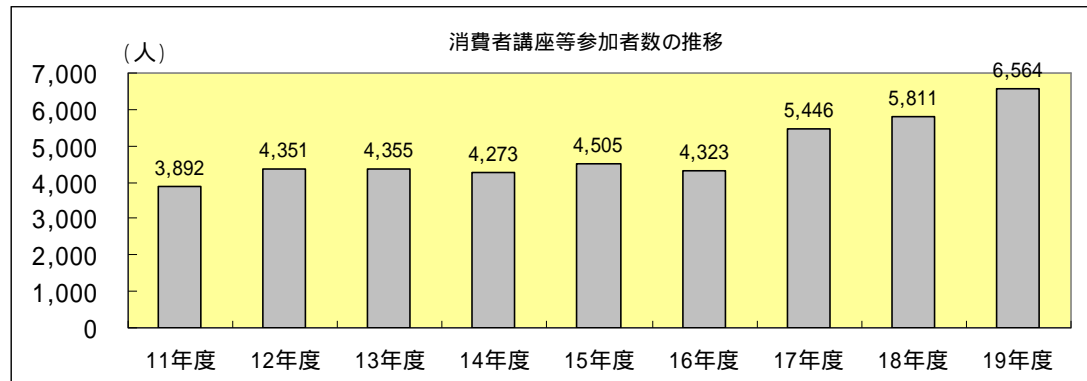
消費者の暮らしが多様化・複雑化し、訪問販売や通信販売などをめぐるトラブルが増加するとともに、インターネットを活用した新たな取引商法の出現、偽装表示などの企業不祥事の続発、安易な借り入れによる多重債務問題など消費者を取り巻く環境は大きく変化しています。

国においては、平成16年に消費者保護基本法を全面改正し、消費者の権利擁護と自立支援を目的とする消費者基本法を施行しています。

本市でも平成13年に西宮北口駅前に移転整備した消費生活センターを拠点に、施策を推進しています。

平成19年には、消費者の権利とともに、市や事業者・事業者団体の責務と消費者・消費者団体の役割のほか、施策の展開にあたっては環境の保全に配慮することを明記した消費生活条例を施行しています。

今後さらに、市民の消費生活の安定と向上を図るため、環境の保全に配慮して一層の施策の充実・強化を図ることが必要です。



基本方針

市民の安心・安全な消費生活を確保するため、情報提供、啓発活動の充実に努めるとともに、消費者の自立に向けた取り組みを支援します。

主要な施策展開

(1) 消費生活相談の充実

消費生活センターを拠点に、専門相談員等の有資格者による適切な助言とあっせん処理を行い、消費生活相談の充実を図るとともに、「全国消費生活情報ネットワークシステム」を活用した被害情報の早期把握により、被害の未然防止に取り組みます。

(2) 情報提供と啓発活動の充実

市政ニュース、地域情報誌「宮っ子」やホームページなど多様な情報メディアを活用し、高齢者や障害のある人をはじめ、市民にわかりやすい消費生活情報の提供を行います。また、専門相談員、アドバイザーなど消費生活にかかわる専門家や地域で活動する消費者団体の会員の協力を得て、若者から高齢者までの年齢段階に応じた悪質商法などの被害や多重債務問題の未然防止のための消費者教育を展開します。

(3) 自立した消費者の育成と支援

消費者団体及びその連合体が実施する消費生活展など、自主的、主体的な消費生活をめざす活動を支援します。また、消費者の健全かつ自主的な組織活動を促進することを目的とした取り組みを支援します。

市民一人ひとりの活動

自ら、消費生活に関する必要な知識の習得と情報収集を行い、自立した消費者を目指す。

まちづくり指標

<指標の考え方>

市民一人ひとりが自立した消費者になることが重要なことから、消費者講座等への参加者数を重点指標に位置付けます。また、消費者を取り巻く環境がますます多様化・複雑化していくなか、消費生活相談の充実を図ります。

重点	指標名	単位	現状値(H18)	目標値(H30)	指標方向
	消費者講座等参加者数	人	5,811	7,000	▲
	H30目標値の設定理由	式	-	-	過去の動向を参考に設定
	消費生活相談件数	件	5,196	7,500	▲
	H30目標値の設定理由	式	-	-	過去の動向を参考に設定
	消費生活相談自主交渉解決率	%	76.6	95.0	▲
	H30目標値の設定理由	式	消費生活相談自主交渉解決件数 / 相談件数		過去の動向を参考に設定