

第1章 計画策定にあたって

I 計画策定の趣旨と経緯

1 趣 旨

本市では、消費者が主体的に意思決定を行い、適切な消費者行動を実現できるよう消費者の権利の尊重と自立支援に向けた取組を行うため、「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」に基づき、消費者行政の方針を明確にした3か年の総合的な計画として「消費者行政推進計画」を策定しています。

平成21（2009）年9月に消費者庁設置によって消費者行政の一元化が図られ、併せて施行された「消費者安全法」には、消費生活相談業務等における役割分担が明記され、本市においても消費生活相談体制の整備及び強化を図ってきました。

さらに、平成24（2012）年12月に施行された「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。）において、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のことを「消費者市民社会」と定義付けており、「消費者市民社会」への計画の重要性を含め消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育を総合的かつ一体的に進めていくこととされています。

また、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（平成27（2015）年6月閣議決定）により、市町村は区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めるよう努めなければならないとされていることから、第3章「V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進」を本市の「消費者教育推進計画」と位置付け、消費者教育の推進についても併せて取り組んでまいりました。

Topics! 「消費者市民社会」とは

『消費者一人ひとりが、消費を自分の満足のためだけでなく、周りの人々や将来生まれる世代、社会や経済情勢、地球環境などに広く影響を及ぼすということ認識して消費生活を行い、社会の発展と改善に積極的に参加する社会』を意味します。具体的には、環境負荷ができる限り少ない商品を選んで購入する【エシカル消費】、発展途上国で生産されたもので、適正な価格で公正に取引された商品を購入する【フェアトレード商品の選択】、地域の経済や伝統文化を支える商品を購入する【地産地消】、余分なモノを購入しない（サービスを断る）【大量消費・破棄の是正】などの行動をさします。

今回は、基本理念や7つの施策の柱は維持しながら、これまでの取組や新たな課題に対応する消費者施策をさらに推進するため、消費者を取り巻く現状・課題及び消費者庁から公表された「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会報告書」等に基づいて、新たに反映すべき視点を踏まえた改定を行うこととしました。

2 経 緯

消費者行政推進計画は、昭和50（1975）年度から毎年度策定し、平成20（2008）年度からは、中期的な視点から市全体で取り組む課題や方向性を明確にするため、3か年計画として策定しています。

II 計画の位置付け

本市では、平成28（2016）年3月に「川崎市総合計画」を策定し、基本政策の「1 生命を守り生き生きと暮らすことができるまちづくり」の中で消費者行政が位置付けられています。

「川崎市総合計画」と連携する分野別計画として、また「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」第6条に規定する消費者行政の計画的な推進を図るための総合的な計画として、本計画を策定しました。

また、本計画の策定にあたっては、国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする「消費者基本法」との整合を図るとともに、本計画を「消費者教育推進法」第10条の「市町村消費者教育推進計画」として位置付けています。

消費者教育については、これまでも消費者被害未然防止のため消費者教育・啓発を推進してきましたが、本市の「消費者教育推進計画」では、消費者の自主的・合理的な消費行動を支援するとともに、学校・地域・職域等の様々な場において、対象者の年齢や特性に応じたライフステージ別の体系的な消費者教育を推進することで、「消費者市民社会」の形成をめざします。

III 計画期間

本計画の期間は、令和2（2020）年度から令和4（2022）年度までの3か年とします。

なお、本計画とは別に、消費者行政の施策体系（34、35ページ参照）における各事業の具体的取組の進行管理を行うとともに、事業実施状況やその実績評価を公表するため、毎年度「消費者行政事業概要」を作成し、効果的な事業計画の推進を図ります。