第2次日光市消費生活基本計画

令和5年3月

日　光　市

目　　次

第１章　計画の基本的な考え方

第１節　計画策定の目的　1
第２節　計画の位置付け　1
第３節　計画期間　1

第２章　計画策定の背景

第１節　消費者を取り巻く社会環境の変化　2
第２節　国・県の消費者行政の動向　4

第３章　日光市の消費者を取り巻く状況

第１節　日光市消費生活センターにおける相談状況　5
第２節　市民へのアンケート調査の結果から見える現状と課題　8
第３節　評価指標の達成状況　16

第４章　計画の方向性

第１節　基本目標　18
第２節　基本方針　19
第３節　施策の体系　20

第５章　施策の展開

基本方針１　消費者の自立　21
基本方針２　消費者被害の未然防止と救済　24
基本方針３　安全で安心な消費生活の確保　26

第６章　計画の推進

第１節　推進体制の整備　28
第２節　検証と評価　29

用語の説明　30

第１章　計画の基本的な考え方

第１節　計画策定の目的

日光市では、消費生活の安定と向上を目的とした「日光市消費生活条例」（以下「条例」という。）を平成２９年４月１日に施行しました。

条例では、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」を消費者施策の推進の基本とすることを定めており、また、消費生活に関する施策を総合的かつ計画的に推進する「消費生活基本計画」の策定を定めています。

条例の施行に伴い策定した「日光市消費生活基本計画」（以下「第１次計画」という。）が令和４年度をもって終了するため、今後取り組むべき消費者施策の基本的な方針と施策の具体的な内容を明らかにする次期計画として、「第２次日光市消費生活基本計画」（以下「本計画」という。）を策定するものです。

第２節　計画の位置付け

本計画は、条例第１０条に基づき、消費者施策の推進に関する基本的な計画として位置づけます。

また、本計画は「第２次日光市総合計画後期基本計画」を上位計画とする個別計画とします。

第３節　計画期間

令和５年度から令和９年度までの５年間とします。なお、進捗状況や社会状況の変化に応じて、適宜計画の見直しを行います。

第2章 計画策定の背景

第１節　消費者を取り巻く社会環境の変化

（１）高齢化社会の進行

近年、高齢化や核家族化が一層進み、今後も高齢者のみの世帯の増加が見込まれます。このような状況の中、高齢者を狙った特殊詐欺や悪質商法は後を絶たず、地域における高齢者に対する見守り活動の重要性が増しています。

（２）グローバル化の進展

社会経済がグローバル化し、様々な商品が事業者により輸入されて広く流通しており、高度情報化社会の進展と相まって、消費者が自らインターネット等を利用し、国内はもとより、海外の商品を簡単に購入できるようになりました。

消費生活のグローバル化の進展に伴い、インターネットを利用した買い物、いわゆるネットショッピングにおいて、「知らないうちに海外の業者と契約していた」、「頼んだものと違う商品が届いた」、「業者と連絡が取れない」など、国境を越えた消費者トラブルが増加しています。

（３）キャッシュレス化の進展

経済産業省では、「キャッシュレス・ビジョン」を策定し、電子マネー、デビットカード、モバイルウォレット及びクレジットカードなどによるキャッシュレス社会の実現のため、産官学が連携して取り組みを進めています。

キャッシュレス決済は現金を持ち歩かず、電子マネーやクレジットカードを用いて手軽に買い物ができます。その一方で、リボ払いにより支払いが困難になるケースや、知らない間に用途不明の金額が引き落とされているなどの被害が増加しています。消費者として利用明細を確認すること、自分のクレジットカードの設定や手数料の金額などを把握することが重要となっています。

（４）成年年齢の引き下げ

民法改正により、令和４年４月から、成年年齢が２０歳から１８歳に引き下げられ、１８歳以上であれば、親の同意がなくても、様々な契約をすることができるようになりました。

成年年齢に達したばかりの若者は、消費生活に関する知識や社会経験が少なく、契約の重みや内容を十分に理解していない場合があります。そこに付け込み、若者を狙う悪質な消費者被害の拡大が懸念されます。

（５）食品や商品の安全性の確保

アサリやウナギ、マグロの産地偽装など、食品や商品の安全性が問われる事案が発生しています。消費者が安全で安心な消費生活を送るためには、食品や商品の表示の適正化は不可欠です。また、正しい情報を得るためには、食品や商品の表示について、消費者も正しく理解しなければならず、一人ひとりが知識を身につけることが必要となっています。

（６）新しい生活様式による消費行動の変化

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受け、基本的な感染対策の実施や密閉・密集・密接の回避、移動の自粛、在宅勤務の実施など、新しい生活様式の実践により、消費者の意識・行動が変化してきています。

仕事の休業や在宅勤務など自宅で過ごす時間が増える中、在宅でできる副業に関する詐欺被害やトラブルが増加しています。

（７）持続可能な社会の実現への関心の高まり

日常生活での利便性の向上が追及され、大量生産、大量消費、大量廃棄が行われている現代の経済社会において、地球温暖化や大気汚染、森林破壊などの環境問題は、産業活動のみならず、消費活動に起因しているともいわれています。私たち消費者は、環境に配慮した商品の選択やエネルギーの節約など、日常の消費生活における省資源、省エネルギー等環境に配慮した行動が求められています。

平成２７年９月に「持続可能な開発目標（SDGs（エス・ディー・ジーズ））」を柱とする「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が国連サミットで採択されました。持続可能なより良い世界を実現するための１７の目標と１６９のより具体的な目標から構成され、経済、社会、環境をめぐる様々な課題に国際社会全体で取り組むものとされています。

本計画においても、関連する SDGs の実現に向けて取り組みを推進していく必要があります。

◆SDGs の 17 の目標

出典：「世界を変えるための 17 の目標」国際連合広報センターホームページ

第2節　国･県の消費者行政の動向

（１）国の消費者行政の動向

平成２１年９月、複数の省庁にまたがる消費者政策を一元化し、その推進に向けて消費者庁が発足しました。国では、消費者の安全で安心な消費生活に向け、法律の制定や改正を行っています。ここでは、日光市が条例を施行した平成２９年４月以降の国の主な動きを紹介します。

平成３０年６月	改正「割賦販売法」の施行 ・クレジットカード会社による加盟店の管理強化や販売店のセキュリティ対策等の義務化
令和元年６月	改正「消費者契約法」の施行 ・不当勧誘に該当する行為の追加（デート商法・霊感商法等）
令和２年４月	改正「民法」の施行 ・売買や消費貸借、定型約款、賃貸借等の契約に関するルールの見直し、契約不適合責任の創設
令和３年７月	改正「特定商取引法」の施行 ・商品の一方的な送り付け行為に係る対応の見直し
令和４年４月	改正「民法」施行 ・成年年齢の引き下げ
令和４年６月	改正「特定商取引法」の施行 ・クーリング・オフ通知の電子化、通信販売の「詐欺的な定期購入商法」の対策強化 改正「預託法」の施行 ・販売を伴う預託等取引の原則禁止

これらに加え、令和２年３月には、令和２年度から令和６年度までの５年間を対象とした「第４期消費者基本計画」を策定した上で、この計画を踏まえ、令和２年４月に「地方消費者行政強化作戦２０２０」を公表しました。

また、教育の分野では、令和２年４月から新小学校学習指導要領が、令和３年４月から新中学校学習指導要領が施行され、小学校では買い物の仕組みなどの売買契約の基礎について、中学校では計画的な金銭管理や消費者被害への対応について盛り込まれました。

（２）県の消費者行政の動向

平成２６年４月　　改正「栃木県消費者条例」、改正「不適切な取引行為の指定に関する規則」施行
平成２８年２月　　「栃木県消費者基本計画」策定
令和　３年２月　　「栃木県消費者基本計画（栃木県消費者教育推進計画）第２期」策定

第3章　日光市の消費者を取り巻く状況

第１節　日光市消費生活センターにおける相談状況

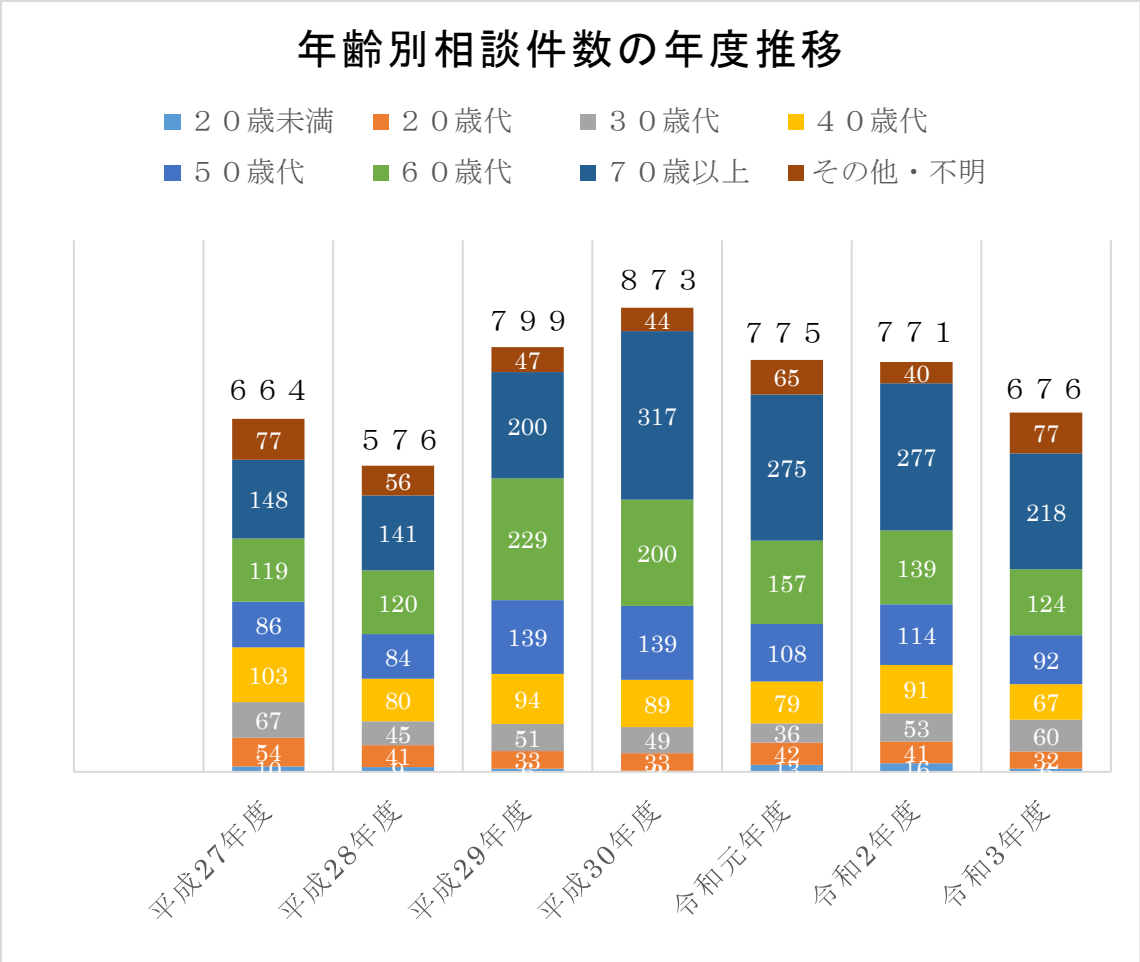
（１）消費生活相談件数の推移

日光市消費生活センター（以下「消費生活センター」という。）では、専門の資格を持った消費生活相談員が市民からの相談に電話や面談で対応しています。

日光市における消費生活相談件数は、平成２８年度まで緩やかに減少しましたが、平成２９年度には増加に転じ、平成３０年度の８７３件をピークに、再び緩やかに減少しています。

平成３０年度においては、架空請求のハガキが高齢者世帯に郵送される事案が多発したことから、相談件数の増加につながったものと考えられます。

また、いずれの年度も、６０歳代及び７０歳以上の相談割合が多くなっています。

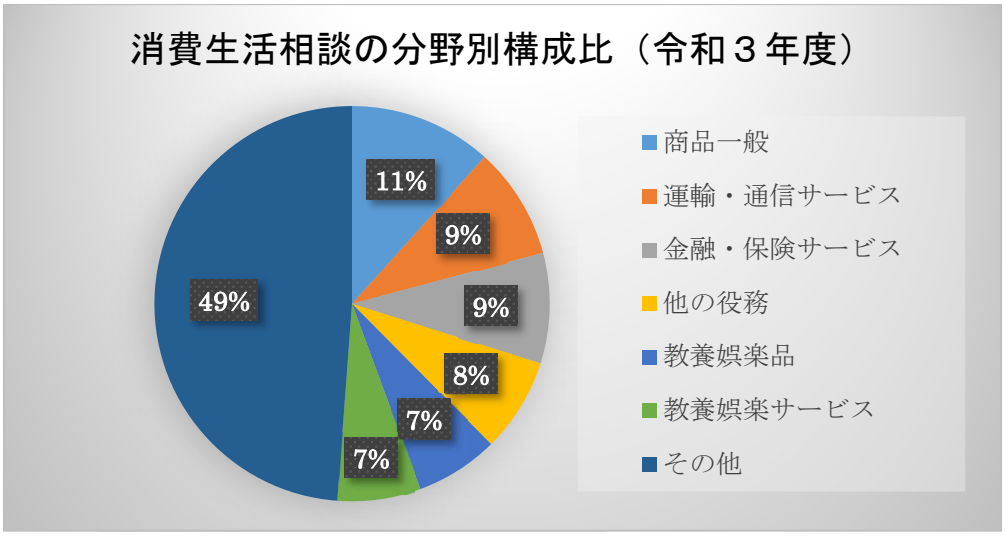


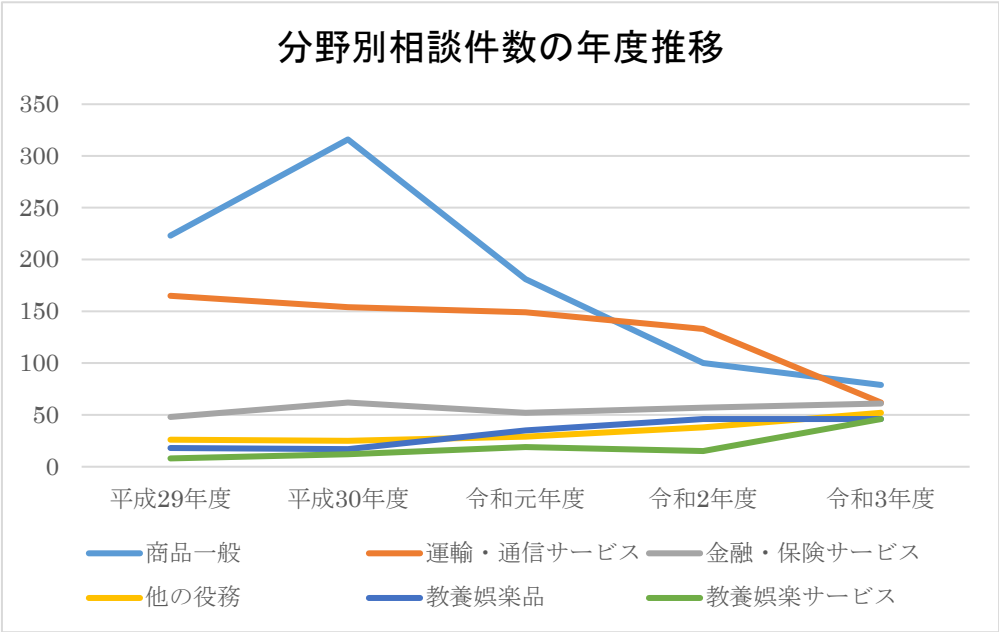
（２）分類別の消費生活相談件数

令和３年度に消費生活センターに寄せられた相談件数６７６件の内訳をみると、「商品一般」に関する相談が１１％と最も多く、次いで、「運輸・通信サービス」、「金融・保険サービス」に関する相談がそれぞれ９％、「他の役務」に関する相談が８％、「教養娯楽品」、「教養娯楽サービス」に関する相談がそれぞれ７％となっています。

分野別相談件数の年度推移をみると、「商品一般」に関する相談が平成３０年度をピークに大きく減少し、「運輸・通信サービス」に関する相談も平成２９年度から緩やかに減少しています。

一方で、「金融・保険サービス」に関する相談は平成２９年度からほぼ横ばいで推移し、「教養娯楽品」や「教養娯楽サービス」に関する相談においては緩やかに増加しています。





分野についての説明

分　野	内　容
商品一般	商品の相談であることが明確であるが、特定できない、または特定する必要がない相談（架空請求など）
運輸・通信サービス	旅客・貨物運送サービスおよび電話、放送、インターネット等の通信サービス
金融・保険サービス	生命保険・損害保険等の保険、貯蓄・証券・債券、金融派生商品及び融資・振込・送金等の金融サービス
他の役務	サービス業のうち他の項目に当てはまらないもの（外食・食事宅配、冠婚葬祭、家事サービスなど）
教養娯楽品	主として教養、事務または娯楽・趣味の目的で使用される商品
教養娯楽サービス	教養、趣味、娯楽の目的で受ける役務

第２節　市民へのアンケート調査の結果から見える現状と課題

本計画の策定にあたり、令和３年８月から９月にかけてアンケート調査を実施しました。この調査は、１８歳以上の市民２，０００人に対し、郵送送付、郵送回収により行ったもので、８６７人（男性３８９人、女性４７５人、無回答３人、回収率４３．４％）から回答がありました。

アンケート調査の結果の概要及び各調査項目の結果から見える課題については以下のとおりです。

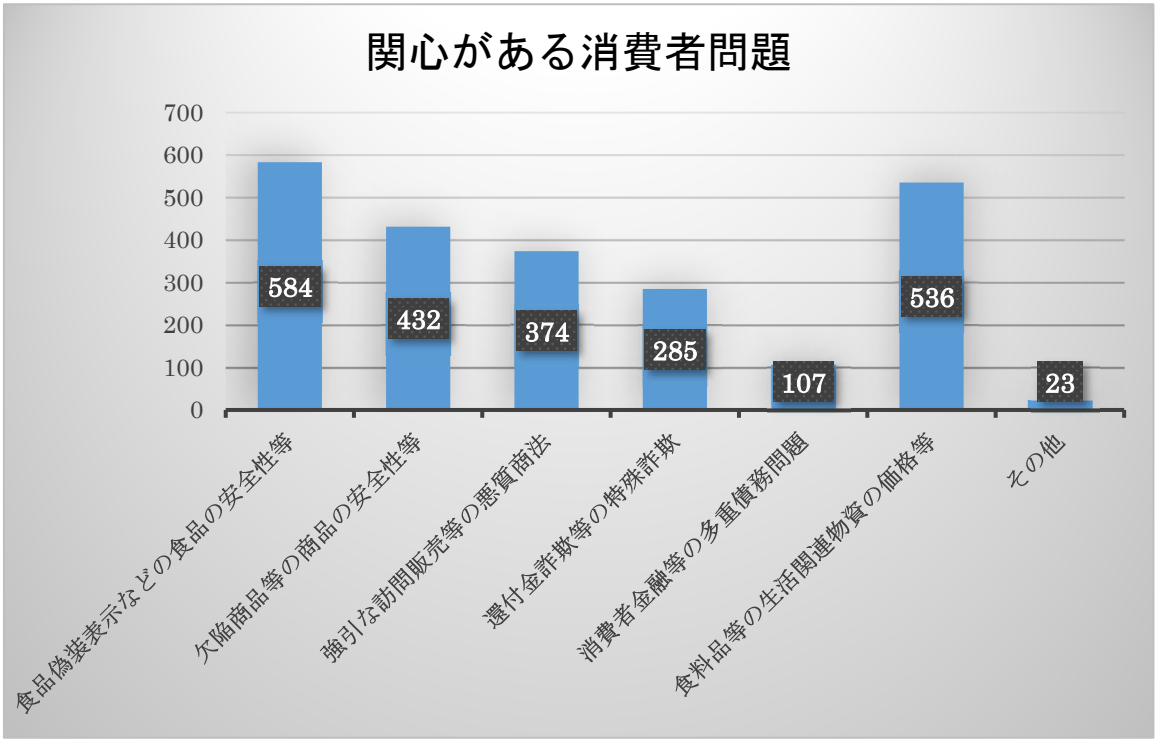
① 関心がある消費者問題について

関心がある消費者問題について、一人３つまで選択していただきました。

「食品偽装表示などの食品の安全性等」について関心があるという回答が最も多く、次いで、「食料品等の生活関連物資の価格等」、「欠陥商品等の商品の安全性等」について関心があるという回答が多くなっています。

食品や商品の安全性、生活関連物資の価格といった生活に密着した問題について、市民の関心が高いことが分かりました。

この結果から、消費者庁や国民生活センターからの食品や生活用品に関する注意喚起、リコール商品に関する情報などを、よりスムーズに発信する必要があります。

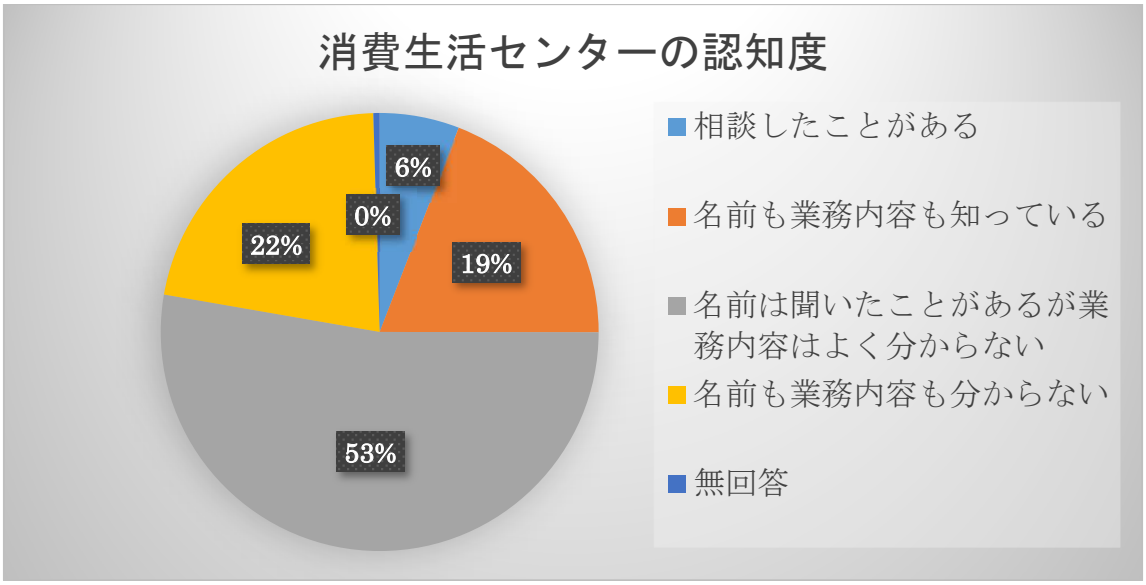


② 消費生活センターの認知度について

消費生活センターの認知度について、「名前は聞いたことがあるが、業務内容はよく分からない」と回答した方の割合が５３％と最も多く、次いで、「名前も業務内容も分からない」と回答した方の割合が２２％、「名前も業務内容も知っている」と回答した方の割合が１９％、「相談したことがある」と回答した方の割合が６％となりました。

消費生活センターについて、「相談したことがある」または「名前も業務内容も知っている」と回答した方の割合が２５％に留まるという結果から、消費生活センターが市民にとって身近な消費生活に関する相談の窓口として認知されていない状況であることが分かりました。

消費生活センターは、消費者を被害から救済するための重要な機関です。消費者被害やトラブルに遭った方が消費生活センターへすぐに相談できるよう、業務内容等の周知が必要です。



③ 消費者教育を行う場所について

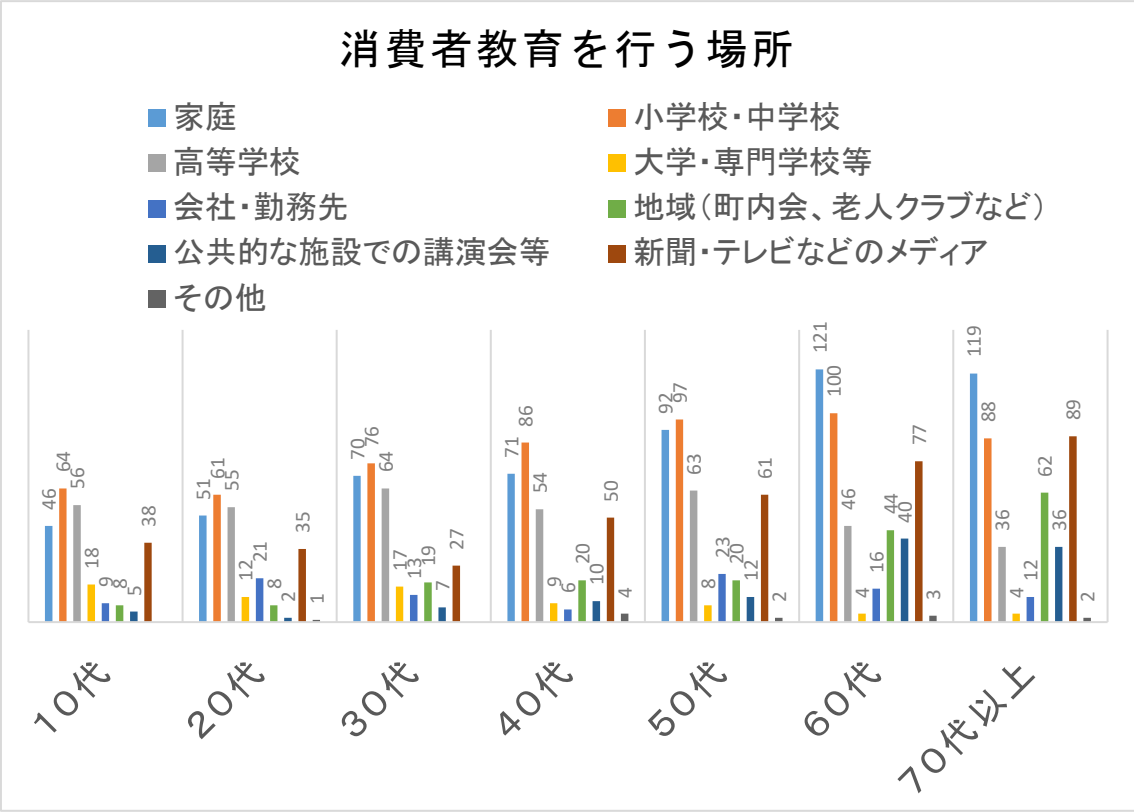
どのような場所で消費に関する教育を行うことが重要と考えるかについて、一人３つまで選択していただきました。

１０代から５０代までは「小学校・中学校」と回答した方が最も多く、次いで、「家庭」、「高等学校」という回答が多くなっています。６０代及び７０代以上では「家庭」と回答した方が最も多く、次いで、「小学校・中学校」、「新聞・テレビなどのメディア」という回答が多くなっています。

この結果から、すべての年代で「小学校・中学校」や「家庭」における消費者教育が重要であると考えている方が多いことが分かりました。

児童生徒への消費者教育は、小学校、中学校、高等学校の各教科で、それぞれの発達段階に応じて行われています。平成２９年及び平成３０年に改訂された学習指導要領では、成年年齢の引き下げを見据え、消費者の権利と責任、クーリング・オフ制度、消費者被害の防止について学習するなど、消費者教育の充実が図られています。

成年年齢の引き下げに伴い、成年年齢に達したばかりの若者を狙う悪質な消費者被害の拡大が懸念されます。消費生活に関する講座の開催や、様々な媒体を活用した情報発信など、若年層を対象とした消費者教育を推進していく必要があります。



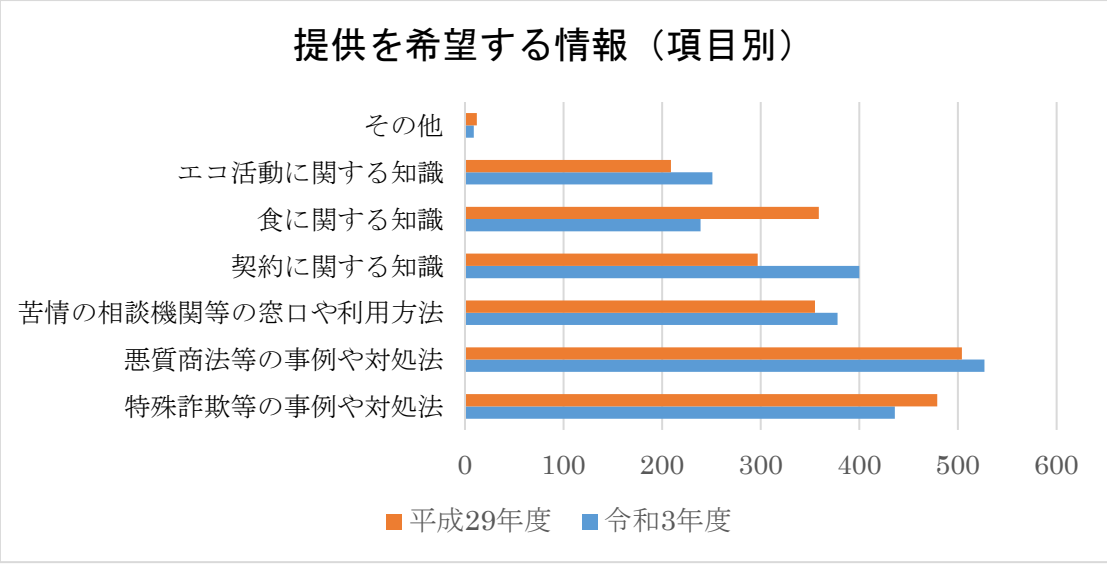
④ 提供してほしい消費者情報について

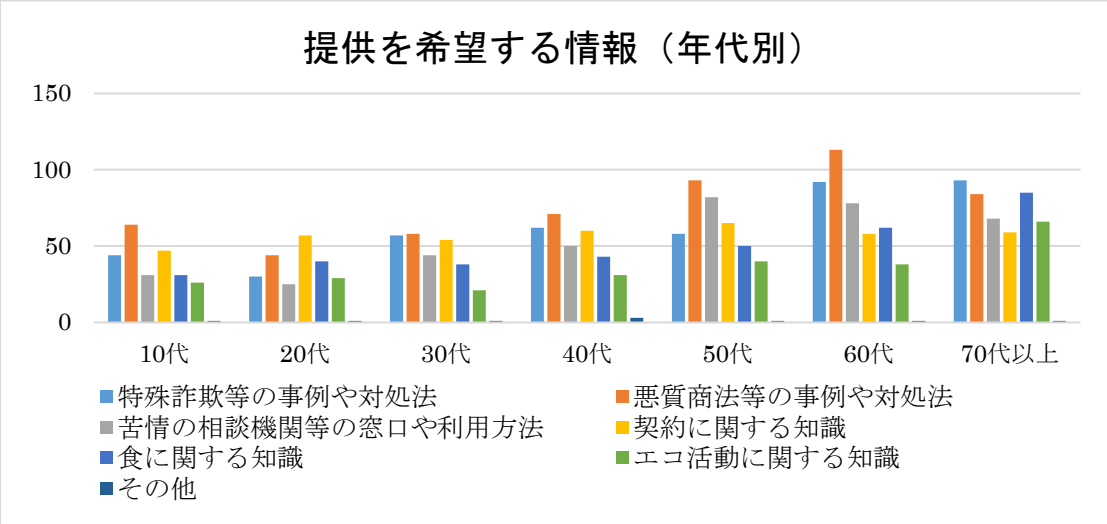
提供を希望する消費者情報について、一人３つまで選択していただきました。

項目別では、「悪質商法等の事例や対処法」や「特殊詐欺等の事例や対処法」、「契約に関する知識」が上位を占めました。このうち、「契約に関する知識」については平成２９年度のアンケート調査結果と比較し、提供を望む方が大幅に増加しています。グローバル化の進展やキャッシュレス決済の普及、成年年齢の引き下げにより、契約に関する知識に関心が高まっているものと考えられます。

年代別では、２０代では「契約に関する知識」が、４０代から６０代では「悪質商法等の事例や対処法」が、７０代以上では「特殊詐欺等の事例や対処法」が最も多くなっています。このように、各世代で自ら標的となる可能性がある項目について情報を希望する傾向にありました。なお、５０代から７０代以上では、「苦情の相談機関等の窓口や利用方法」も多くなっています。

それぞれの年代で得たい情報が異なっていることから、各年代に合わせた周知の内容や方法に工夫が必要です

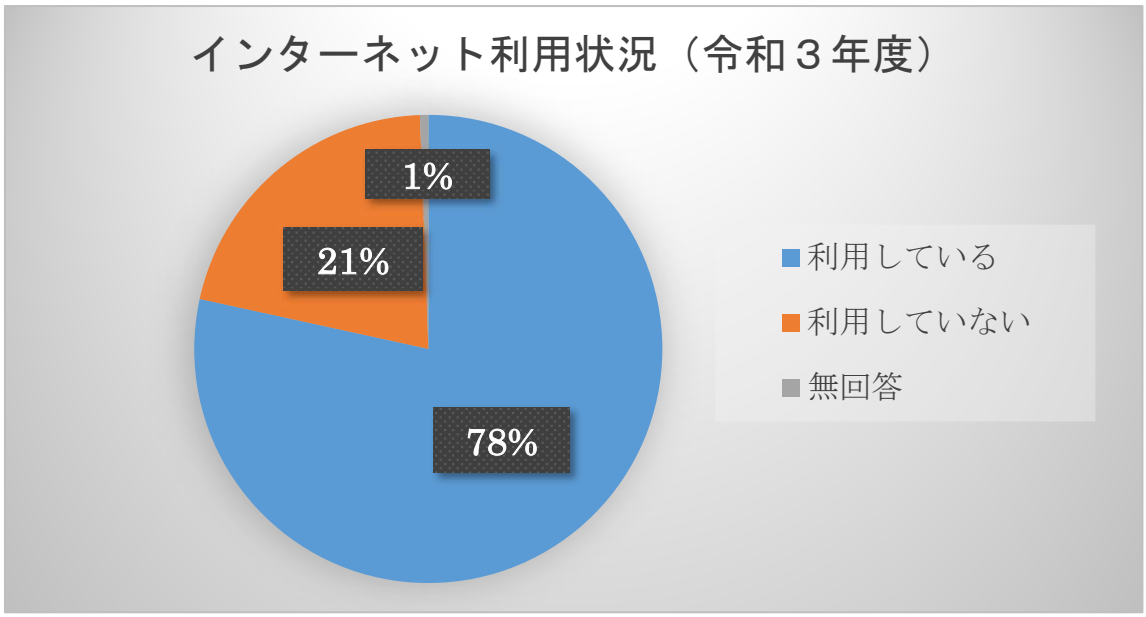


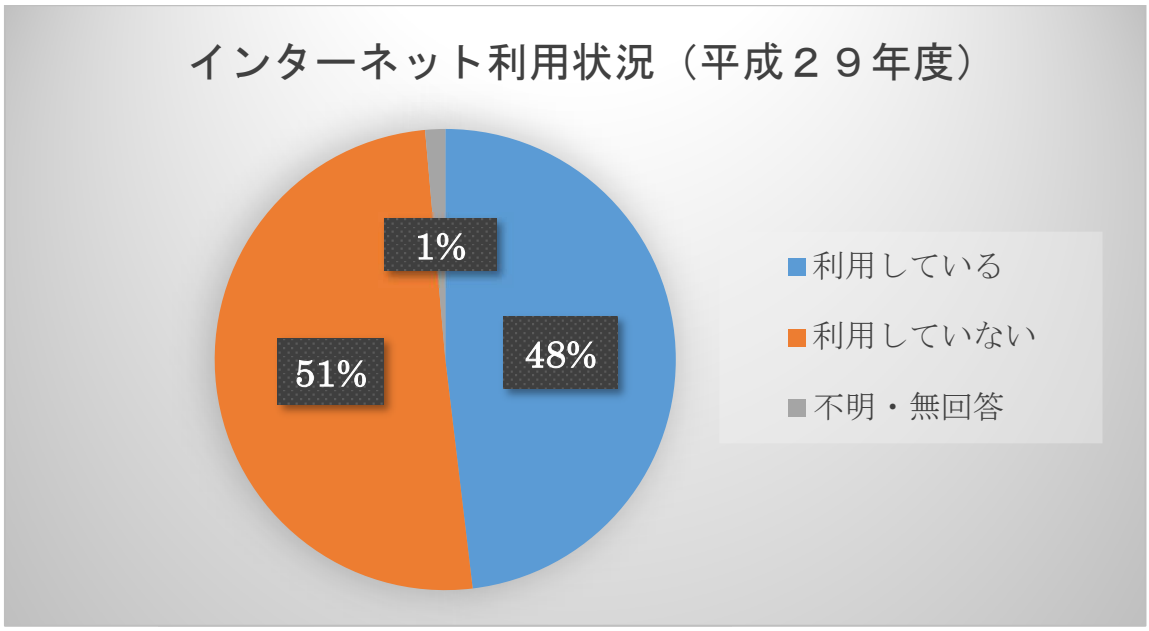


⑤ インターネットの普及について

普段のインターネットの利用について、「利用している」と回答した方の割合は７８％で最多でした。

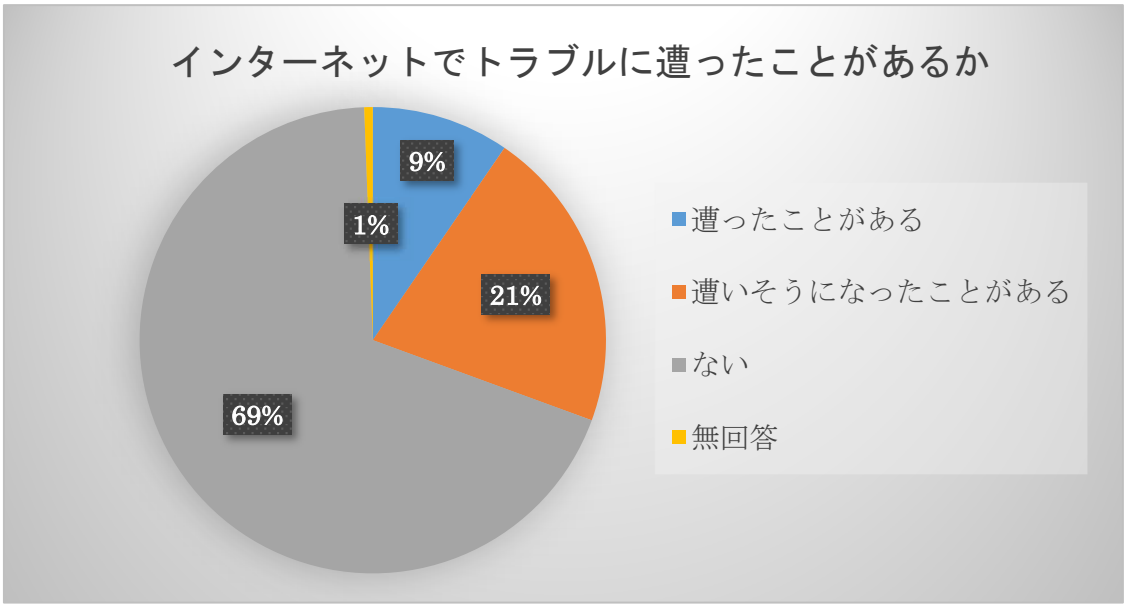
平成２９年度のアンケート調査では、「利用している」と回答した方の割合は４８％だったことから、この５年間でインターネットが大きく普及していることが分かりました。





インターネットの普及により、消費生活センターにおいてもインターネットに関する相談は増加しています。アンケート調査では、普段インターネットを利用していると回答した方に、インターネットでトラブルに遭ったことがあるかについて質問したところ、「遭ったことがある」または「遭いそうになった」と回答した方の割合は３０％でした。

急速にインターネットが普及していることから、インターネットの利用に関する注意喚起が必要です。特に、スマートフォンや自宅のパソコンを利用し、店舗に出向くことなく簡単に商品等を購入することができるため、詐欺サイトへの注意を呼びかける注意喚起が必要です。また、ネットショッピングではクーリング・オフ制度が適用されず、原則として事業者側の規約に従うことになるため、消費者一人ひとりがインターネットを利用する上での注意点などを正しく理解し、判断する力が求められます。



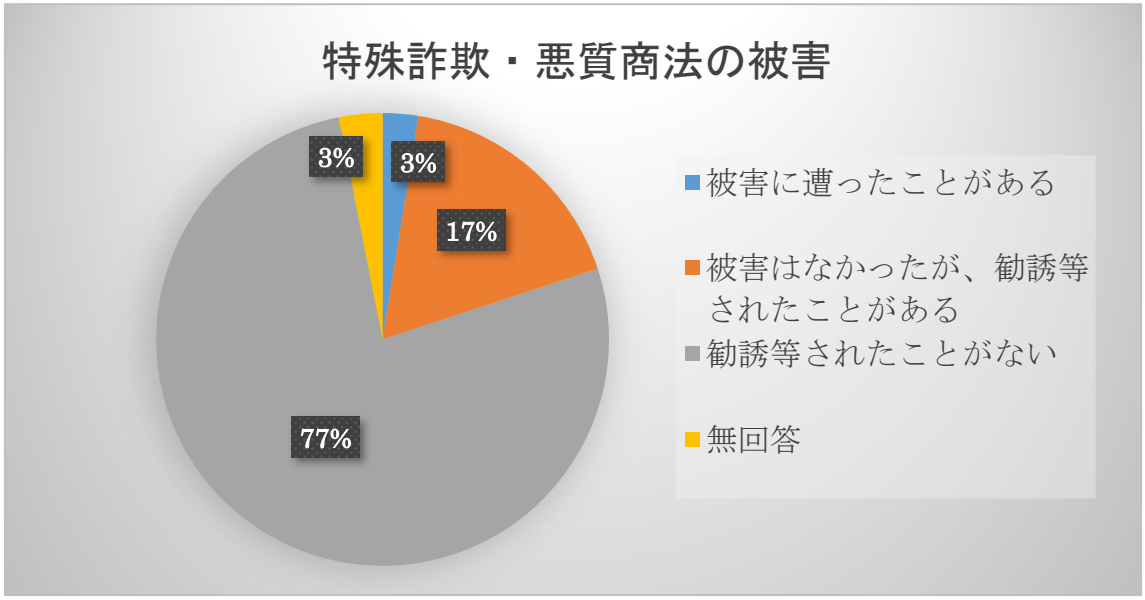
⑥ 特殊詐欺・悪質商法の被害について

特殊詐欺や悪質商法について、勧誘等されたことがあるかという質問に対し、２０％が「被害に遭ったことがある」または「被害はなかったが、勧誘等されたことがある」と回答しています。

このうち、「被害に遭ったことがある」と回答した方（２２人）に対し、被害に遭った際の相談先について質問したところ、「警察」へ相談した方が５人、「消費生活センター」に相談した人と「誰にも相談しなかった」がそれぞれ４人、次いで「家族・親族」、「友人・知人」がそれぞれ３人という結果でした。

なお、「誰にも相談しなかった」と回答した４人については、「自分でも解決できると思った」と回答した方が１人、「自分にも責任があると思ったのであきらめた」と回答した方が１人、「相談しても解決できないと思ったのであきらめた」と回答した方が２人でした。

高齢者を標的とした特殊詐欺や悪質商法は後を絶ちません。被害に遭った際に自己判断であきらめてしまうことは、結果として新たな被害を発生させることにつながるおそれがあります。被害に遭った際、すぐに相談できる窓口として消費生活センターの周知は不可欠です。

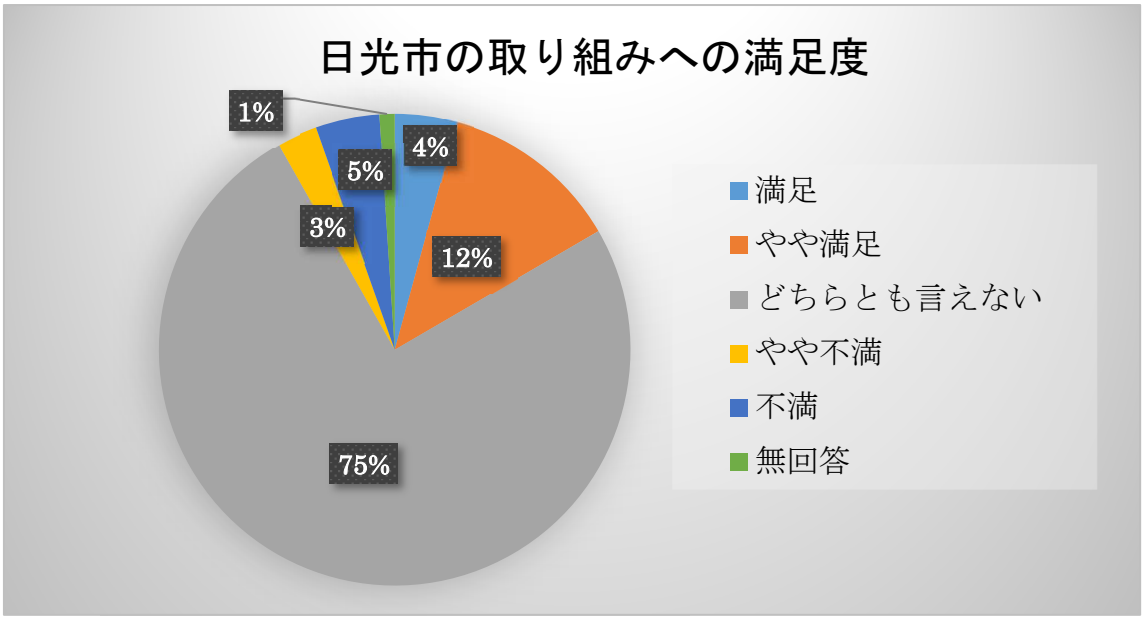


⑦ 日光市の取り組みへの満足度について

日光市の消費者行政に関する取り組みへの満足度について、「満足」または「やや満足」と回答した方の割合は１６％、「どちらとも言えない」と回答した方の割合は７５％、「やや不満」または「不満」と回答した方の割合は８％でした。

この結果から、当市における消費者行政に対する満足度を向上させるため、消費者行政に関する情報の周知や取り組みの強化を図る必要があります。

消費者を取り巻く環境は日々変化しています。消費者行政に関する法律や制度の改正、悪質商法の新たな手口など、様々な情報を発信し続け、被害やトラブルの未然防止に努めることが市民の安全で安心な消費生活につながり、日光市の取り組みへの満足度につながっていきます。情報をいかに市民に届け、市民の理解度を高めるかが重要となります。



第3節　評価指標の達成状況

第１次計画では、平成２９年度に行ったアンケート調査の結果等をもとに評価指標を定め、それぞれの基本方針において令和４年度の目標値を設定しました。本計画の策定時点における暫定的な達成状況を評価しました。

基本方針１　相談体制の充実

指　標	基準値 （平成２９年度）	目標値 （令和４年度）	実績値 （令和３年度）
消費生活センター認知度「相談したことがある」、「名前も業務内容も知っている」の合計割合	３５．９％	５０．０％	２５％
被害に遭った際に相談できる相手がいなかった人の割合	２０．５％	１５．０％	０％

－達成状況に対する評価－

アンケート調査による消費生活センターの認知度は、平成２９年度の基準値を下回る結果となりました。主な要因としては、新型コロナウイルスの感染が拡大する中、これまで消費に関する啓発を行ってきたイベントや出前講座の中止により、消費生活センターに関する情報について市民の目に触れる機会が大きく減ったことが考えられます。これまでの周知方法を見直し、対面によらない周知、啓発方法を検討する必要があります。

消費生活センターは消費者行政で重要な役割を果たしています。消費者被害及びトラブルの相談先として消費生活センターが選ばれるためには、より効果的な周知が必要です。

基本方針２　消費者が主役となって選択・行動できる環境づくり

指　標	基準値 （平成２９年度）	目標値 （令和４年度）	実績値
情報モラル教育の充実（情報モラル講話実施校）	７校	１０校	５校 ※令和元年度実績 ※令和２年度及び３年度は新型ｺﾛﾅｳｲﾙｽ感染拡大により未実施
出前講座の実施件数（消費生活関連講座の実施件数）	１９件 ※平成28年度実績	４０件	１件 ※令和３年度実績

－達成状況に対する評価－

情報モラル講話や出前講座の開催については、新型コロナウイルス感染拡大のため中止しなければならない状況が続きました。今後も、新型コロナウイルスの感染状況により、講座が開催できないことも考えられます。このため、講座の開催と併せて、ウィズコロナの中での効果的な情報発信が求められます。

消費者自らが適切に選択・行動するためには、必要な時に必要な情報を得られる環境が不可欠です。情報発信方法について、さらなる工夫が必要です。

基本方針３　消費生活における安全・安心の確保

指　標	基準値 （平成２９年度）	目標値 （令和４年度）	実績値
立入検査の実施（事業所等への立入検査の実施件数）	３件	８件	５件 ※令和２年度実績 ※令和３年度は新型ｺﾛﾅｳｲﾙｽ感染拡大により未実施
食品ロスの認知度	―	６０．０％	８２．０％ ※令和３年度実績

－達成状況に対する評価－

新型コロナウイルス感染拡大により、立入検査の実施数については目標値を達成することができませんでした。商品等への表示の適正化は消費者にとって不可欠です。引き続き立入検査を継続することで、商品等への表示の適正化を推進していく必要があります。また、立入検査の実施状況や各種法律、制度について周知を図り、市民一人ひとりの関心をより高めることで、安全で安心な消費生活の確保に向けて推進していく必要があります。

食品ロスの認知度については目標値を達成することができました。私たちの消費生活は様々な環境問題や社会問題に影響を与えていることから、さらなるエシカル（倫理的）消費の推進が必要です。

第4章 計画の方向性

第1節　基本目標

条例第１条において、「市民の消費生活の安定及び向上を確保すること」を、日光市における消費者施策の目的としていることから、第１次計画に引き続き、本計画の基本目標を次のとおり定めます。

基本目標「市民の消費生活の安定及び向上」

第2節　基本方針

条例第３条（基本理念）では、以下のとおり定めています。

（基本理念）
第３条　消費者施策の推進は、市民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、次に掲げる消費者の権利を尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行わなければならない。
（１）　商品及びサービス（以下「商品等」という。）によって生命、身体及び財産に危害を受けない権利
（２）　商品等について不適正な取引条件及び取引方法を強制されない権利
（３）　商品等について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利
（４）　消費生活において必要な情報が提供される権利
（５）　消費者教育（消費者教育の推進に関する法律（平成２４年法律第６１号）第２条第１項に規定する消費者教育をいう。以下同じ。）の機会が提供される権利
（６）　消費者施策に消費者の意見が反映される権利
（７）　取引等によって不当に受けた被害から適切かつ迅速に救済される権利
（８）　消費生活において消費者の個人情報が侵害されない権利
２　消費者施策の推進は、消費者の安全の確保等に関して、専門的知見に基づき被害の拡大を防止するとともに、事業者による適正な事業活動の確保が図られるよう配慮されなければならない。
３　消費者施策の推進は、デジタル社会、国際化の進展及び社会経済情勢の変化に的確に対応することに配慮して行われなければならない。
４　消費者施策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

◆消費者施策の基本理念

消費者の権利尊重	**消費者の自立支援**

条例の規定に基づき、市民が安心して消費生活を送ることができるよう、第１次計画に引き続き、「消費者の権利尊重」と「消費者の自立支援」を基本理念とします。この２つの基本理念に基づき、条例第３条に規定する８つの消費者の権利と、３項目の配慮規定を踏まえながら、施策展開にあたっては、「消費者の自立支援」、「消費者被害の未然防止と救済」、「安全で安心な消費生活の確保」を基本方針とします。

▶ 基本方針１「消費者の自立支援」

消費者が自ら考え、主体的に行動できる「自立した消費者」、そして、自らの消費行動により公正かつ持続可能な社会に主体的に参加する「消費者市民社会」の実現に向け、消費者教育及びその啓発を強化・推進します。

▶ 基本方針２「消費者被害の未然防止と救済」

消費者が気軽に相談できる相談体制の充実・周知を図り、被害の未然防止及び適切かつ迅速な救済体制の整備を図ります。

▶ 基本方針３「安全で安心な消費生活の確保」

身近な生活環境や食品、サービス等の安全性を確保するとともに、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が図られるよう、事業活動の適正化を推進します。

第3節　施策の体系

基本目標の達成に向けて施策を展開していくための３つの基本方針を以下のとおり体系的に整理し、着実に施策を推進するとともに、関連する SDGs の実現に向けて取り組みます。

◆基本方針１　消費者の自立支援

取り組みの方向性	関連する持続可能な開発目標（SDGs）
1-1 学校教育等における消費者教育の推進	
1-2 地域等における消費者教育の推進	
1-3 地域と連携した啓発の推進	

◆基本方針２　消費者被害の未然防止と救済

取り組みの方向性	関連する持続可能な開発目標（SDGs）
2-1 消費者被害の未然防止の推進	
2-2 消費生活相談体制の充実	
2-3 高齢者等への消費生活に関する支援の強化	

◆基本方針３　安全で安心な消費生活の確保

取り組みの方向性	関連する持続可能な開発目標（SDGs）
3-1 食品・商品・サービス等の安全・安心の確保	
3-2 市民の消費生活に対する意識の醸成	

第5章 施策の展開

基本方針1　消費者の自立支援

商品やサービス、取引形態や決済方法等の多様化に伴い、消費者の利便性は大きく向上し、その選択肢も広がっています。その一方で、消費者には、商品や取引等が複雑化する中で、消費に伴う不利益や被害を未然に防ぐために情報を正しく理解し、適切に処理できるよう知識を身につけることが求められます。

しかし、消費者と事業者の間には、情報の質・量や知識、交渉力に格差があるため、様々な消費者被害が生じています。

こうした事業者と消費者の格差を解消し、消費者自らが必要な知識や情報を修得・収集し、自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立支援が必要となります。

このため、行政においては、消費者が多様な情報を身につけ、適切な判断に基づき消費行動ができるよう、関係機関・団体等と協力、連携して啓発や学習機会の提供等による消費者教育の取り組みを進める必要があります。

また、消費者には、社会の一員として、自らの消費生活に関する行動が社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼす可能性があることを意識して行動することで、公正かつ持続可能な社会に主体的に参画する「消費者市民社会」の実現を目指すことが求められます。

１－１　学校教育等における消費者教育の推進

学校教育や家庭における様々な場面において、地域の特性も活かしながら、年齢に応じた消費者教育の取り組みを推進します。

（１）小中学校における消費者教育

小学校、中学校において、消費者トラブルやカード等の支払い、家計、消費者の権利と保護など学齢に応じた様々な消費者教育を推進します。また、中学校では成年年齢の引き下げに特化した消費者教育も推進します。【環境生活課・学校教育課】

（２）家庭における消費者教育の推進

市広報紙や市ホームページにおいて、消費者教育に関する情報を提供します。また、消費者団体と連携し、様々な機会を通じて啓発を行います。併せて、親子を対象とした出前講座を開催します。【環境生活課】

（３）子どもたちのアグリ体験学習支援事業

市内小学校、幼稚園、保育園の農業体験学習のために設置したほ場の設置費用、運営費用等を補助することにより、子どもたちが農作物や農作業に対する興味及び理解を深めています。今後、制度の周知を図りながら、農作物の生産から消費までを一貫して体験できる機会の充実を図ります。【農林課】

（４）情報モラル教育の充実

中学生を対象に ICT を活用した教育の推進とともに情報モラル、マナーについての指導を行い、保護者と連携しながら SNS 等の使用についても指導・啓発を図ります。【学校教育課】

１－２　地域等における消費者教育の推進

公民館や老人会など、地域の多様な講座や集会等を通じて、消費者問題に関する学習機会の提供を推進します。

（１）ひかりの郷にっこう出前講座の活用

市の職員や関係機関の職員、専門知識を有する市民等が講師となって地域へ出向き、互いに学び合う場である「ひかりの郷にっこう出前講座」の中で、消費者問題に関する学習機会の提供を推進します。【環境生活課・中央公民館・生涯学習課ほか】

（２）多様な学習機会の提供

交通安全・防犯教室などを実施する際、消費者教育に関する講座も開催しています。受講者の増加に向けて、公民館や地域包括支援センター等と連携し、新たな出前講座の充実を図ります。また、社会人等を対象とした講座を開催します。併せて、オリジナルの消費者被害防止啓発リーフレットの配布等を行います。【環境生活課・高齢福祉課】

（３）特殊詐欺に関する啓発

市広報紙で、特殊詐欺に関する啓発記事を掲載します。また、警察署からの情報提供をもとに、防災メールにて不審な電話など特殊詐欺につながる事案に関する注意喚起を行います。併せて、市ホームページ等を利用した定期的な情報提供に努めます。【環境生活課】

（４）食育等の推進

心身の健康増進と豊かな人間性を育むため、市民自らが食育の推進のための活動を実践し、食に関する理解を深める教室を開催しています。併せて、食品ロ

スなどエシカル消費に関するチラシを配布し、消費者の食生活が社会へもたらす影響について周知を図ります。【健康課・環境生活課】

１－３　地域と連携した啓発の推進

消費者団体や学校、警察等、地域の多様な主体と連携し、消費者問題に関する知識の普及・啓発を図ります。

（１）消費者団体の育成・連携

消費者団体は、消費生活に関する情報の収集や提供、意見の表明、消費者に対する啓発教育、消費者被害防止のため自主的に活動しています。また、地域や家庭等の様々な場において行われる消費者教育の推進に努めています。

市内で活動する消費者団体に対して、消費者教育に関する知識の習得などを支援するとともに、連携強化を図ります。【環境生活課】

（２）消費者団体による啓発イベント

各種イベントにおいて、消費者団体が主体となり啓発イベントを実施します。また、特殊詐欺や悪質商法の啓発に加え、地産地消や食品ロス、エシカル消費など幅広い啓発に取り組みます。【環境生活課】

（３）特殊詐欺被害の未然防止や拡大・再発防止

特殊詐欺被害の未然防止や拡大・再発防止のため、警察や事業所、消費者団体などと連携を図り、啓発の充実・強化を図ります。【環境生活課】

（４）栄養食生活に関する講座

生活習慣病を予防するため、栄養食生活に関する講座を開催しています。併せて、食品ロスや食品表示など食に関する消費者問題等の啓発を行います。【保険年金課・環境生活課】

基本方針2　消費者被害の未然防止と救済

消費者を取り巻く社会情勢の変化による商品やサービス、取引形態等の多様化・複雑化に伴い、消費者トラブルの内容も多岐にわたっています。また、特殊詐欺や悪質商法が横行し、消費者被害やトラブルが後を絶ちません。消費生活センターの相談内容も様々であることから、迅速かつ的確に対応するためには、消費生活相談員に求められる知識や能力が重要なものとなっています。

このため、相談窓口である消費生活センターの周知をはじめ、消費生活相談員のレベルアップを図り、消費生活に関する様々な情報を提供し、苦情等の相談や被害の救済などへの適切な対応を行います。

２－１　消費者被害の未然防止の推進

すぐに相談できる窓口として消費生活センターの周知を図るとともに、消費者問題等について迅速かつ適切な情報提供を図ることで、消費者被害の未然防止に努めます。

（１）消費者被害防止のための普及啓発

市広報紙やチラシ等を利用した消費者被害防止に関する啓発と併せて、市民向けの消費者被害防止啓発講座を開催します。また、関係各課等と連携し、高齢者等にも分かりやすいチラシを作成し、市役所や消費生活センター等の窓口にチラシを設置します。【環境生活課・高齢福祉課・社会福祉課】

（２）消費者問題の情報提供

ICT や市広報紙、チラシを利用し、国民生活センターや消費者庁からの注意喚起について周知を図ります。【環境生活課】

（３）高齢者や障がい者に配慮した情報提供

分かりやすいチラシの作成やアクセシビリティに配慮した市ホームページの作成、また声の広報、点字広報を提供することで、高齢者や障がい者が情報を取り入れやすい環境をつくります。【環境生活課・高齢福祉課・社会福祉課】

（４）特殊詐欺被害防止啓発

後を絶たない特殊詐欺の被害防止のため、特殊詐欺撃退機器の無償貸出を行います。また、チラシ等を作成し、イベント等や水道料金検針票とともに全世帯に配布します。不審な電話があったという情報が入り次第、防災メール等を活用し、迅速な周知に努めます。また、標的になりやすい高齢者を対象としたリーフレットを作成し、窓口等への設置や市ホームページへの掲載を通じて周知を図ります。【環境生活課・高齢福祉課など】

２－２　消費生活相談体制の充実

市民の誰もが気軽に相談できる体制づくりに向けて、相談機関の周知や、相談員の技能向上に向けた取り組みを推進します。

（１）消費生活センターの周知

市広報紙への掲載や消費生活センターだよりの発行などと併せ、イベント等でパンフレットを配布するほか、ICT を活用した消費生活情報の配信を活用して消費生活センターの周知機会を増やします。【環境生活課】

（２）消費生活相談員の育成

消費生活相談員の技能向上に向けて、国民生活センターや県などで開催している研修に積極的に参加し、相談員同士で情報を共有することで、消費生活相談員の知識・技能の向上を図ります。【環境生活課】

（３）グローバル化する相談への対応

インターネットの普及により海外から商品を購入する機会が増えました。海外の業者とのトラブルに対応するため、国民生活センター越境消費生活センター（CCJ）など専門的な機関と連携して対応します。【環境生活課】

２－３　高齢者等への消費生活に関する支援の強化

地域における見守りや啓発、被害の回復や未然防止など、消費生活上、配慮を要する高齢者、障がい者に寄り添った取り組みを推進します。

（１）総合相談事業における権利擁護に関する相談支援

高齢者や障がい者とその家族からの消費生活に関する相談について、随時相談を受け付け、状況確認や被害解消の対応を行っています。被害の早期発見に向けて、民生委員や関係機関と連携強化を図ります。【環境生活課・高齢福祉課・社会福祉課】

（２）消費者被害の回復や未然防止のための支援

認知症等により判断能力が低下している高齢者や障がい者の消費者被害の回復や未然防止のため、成年後見制度の活用に向けた支援を行います。

また、多重債務や借金返済等について、弁護士相談や法テラスの紹介等を行い、生活再建の支援を行います。

さらに、本人の権利擁護を図ることができるように、家族や親族等との調整や制度の活用等により支援を行います。【環境生活課・高齢福祉課・社会福祉課】

基本方針３ 安全で安心な消費生活の確保

近年の規制緩和や高度情報化の進展、消費経済活動のグローバル化により、次々と新たな商品やサービスが提供され、消費者の選択肢が広がる一方、産地偽装や悪質リフォーム問題、製品事故の発生等、複雑かつ多様な消費者問題が発生しています。

消費者の生命・身体に対する危害や財産に対する損害を及ぼすおそれがある商品やサービスによる消費者被害の防止、事業活動の適正化等を推進します。

３－１　食品・商品・サービス等の安全・安心の確保

食品や商品、サービス等、消費者の視点に立って、安全・安心の確保に向けた点検や検査、情報提供を行います。

（１）商品表示の適正検査

消費生活用製品安全法や家庭用品品質表示法、電気用品安全法に基づき、商品の表示が適正に行われているか立入検査を実施しています。今後は、対象企業を増やすなど立入検査の充実を図ります。また、立入検査の実施状況や各種法律、制度について周知を図ります。【環境生活課】

（２）取引の適正化への取り組み

条例の規定に基づき、取引の適正化に対する取り組みを始めました。市広報紙や市ホームページ等を通じて、市民、事業者等への条例の周知を図るとともに、取引の適正化に向けた情報提供等に努めます。【環境生活課】

（３）食品表示の周知

食品表示について、正しく理解し、購入する際の判断材料として有効に活用できるように周知を図ります。【環境生活課】

（４）リコール商品による事故、特殊詐欺の手口等の情報提供

消費者庁からのリコール商品や新たな特殊詐欺の手口などで緊急性を要する情報については速やかに周知を図ります。【環境生活課】

（５）放射性物質の自主検査

市民が持ち込んだ自家消費用の農林水産物（野菜、山菜、きのこ、川魚など）について放射性物質検査を行い、市民の安全・安心に対する不安の解消を図ります。【農林課】

（６）公益通報者保護制度

事業所の従業員等が企業活動内での不正等を内部告発した際、通報者を保護し、社会全体の利益を確保する制度です。事業所内の不正を公にしやすい環境をつくることで消費者の安全を守ります。【環境生活課】

３－２　市民の消費生活に対する意識の醸成

被害者になりやすい高齢者や障がい者を日頃から見守り、早期発見につなげるための意識の向上、講座や教室等を通じたエシカル消費や地産地消の推進など、消費生活に対する意識の醸成に努めます。

（１）日常的な見守り体制の構築

高齢者や障がい者など、特に消費生活において被害者となりやすい方たちに対して、日頃から見守りを行うことで、問題が生じた際には早期に発見し、適切な対応へとつなげられるよう、地域での顔の見える関係づくりを推進します。【社会福祉課・高齢福祉課など】

（２）エシカル消費など消費者の意識の醸成

これからの消費者は、環境・社会・未来などあらゆることを考慮し、消費生活を行うことが求められます。出前講座の実施やパンフレット配布等を行うことで、市民の意識向上を図り、普段の消費生活に活かします。
【環境生活課】

（３）料理教室の開催

公民館で開催する料理教室において、地元で生産される食材の使用を推奨するなど、地域の身近な場で生産された食材の消費を通じて、地産地消の推進及び地元産品への理解の促進を図ります。【生涯学習課・中央公民館・各地区公民館など】

（４）地産地消の推進

毎月、旬の食材の生産者へ取材した記事を市内小中学校へ配布し、地元食材の周知を図ります。また、市内で生産された農産物等を利用した学校給食を提供する小中学校及び給食センターに対し、補助金を交付することで地産地消を推進します。【農林課】

第6章 計画の推進

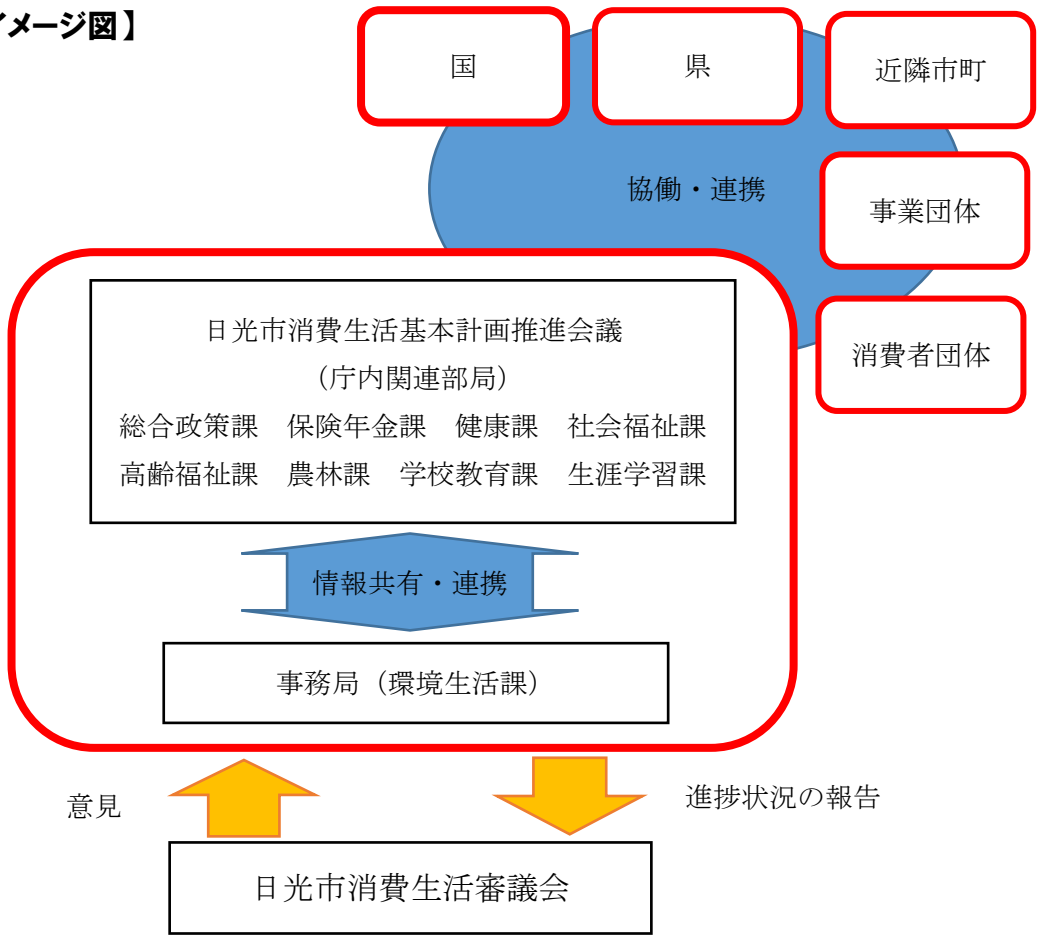
第1節　推進体制の整備

本計画の推進にあたっては、環境生活課を事務局として、庁内関連部局で構成する「日光市消費生活基本計画推進会議」において情報を共有し、全庁的な連携をとりながら、計画的な推進を図ります。

本計画に掲げた様々な取り組みについては、「日光市消費生活基本計画推進会議」において進捗状況等を検証・評価します。そして、その結果を「日光市消費生活審議会」に報告し、意見を求め、改善等につなげます。

また、消費者行政の推進にあたっては、法制度の改正や新たな特殊詐欺の手口等についての迅速な把握・共有が不可欠です。また、各種事業・イベントの実施・普及啓発活動等において、多くの分野、主体との協働・連携が重要なことから、国、県、近隣市町、消費者団体、事業者団体等多様な主体と協働・連携し、効果的な消費者行政を展開します。

【イメージ図】



第2節　検証と評価

本計画の適切かつ着実な推進に向けて、「基本方針」ごとに達成状況を計るため評価指標を設定し、進捗状況と達成状況の検証・評価を行うとともに、結果について「日光市消費生活審議会」に報告し、同審議会の意見を踏まえながら、本計画に関連する施策の改善につなげます。

評価指標

基本方針１　消費者の自立支援

指　標	現　状 （令和３年度）	目　標 （令和９年度）	考え方
消費生活相談員による講座の受講者数	１６２人※	２３０人	消費生活相談員が講師となって行う講座の年間の受講者数
消費生活情報の配信件数（ICT 利用）	０件	１２件	ICT を活用した消費生活情報の配信件数

※令和２年度及び３年度は新型コロナウイルス感染拡大により、講座を開催しなかったため、令和元年度の受講者数を計上しています。

基本方針２　消費者被害の未然防止と救済

指　標	現　状 （令和３年度）	目　標 （令和９年度）	考え方
消費生活センターの認知度	２５％	５０％	市民アンケート調査「相談したことがある」、「名前も業務内容も知っている」の合計割合
消費生活相談員研修受講件数	１７件	２３件	消費生活相談員が受講する研修の受講件数

基本方針３　安全で安心な消費生活の確保

指　標	現　状 （令和２年度）	目　標 （令和９年度）	考え方
立入検査の実施	５件※	８件	消費生活用製品安全法等に基づく事業者への立入検査の実施件数

※令和３年度は新型コロナウイルス感染拡大により、立入検査を実施しなかったため、令和２年度の件数を計上しています。

用語の説明

ーあ行ー

●ICT

「Information and Communication Technology（インフォメーション・アンド・コミュニケーション・テクノロジー)」の略。コンピュータやインターネットに関連する情報通信技術。

●悪質商法

一般消費者を対象に、組織的・反復的に行われる商取引で、その商法自体に違法または不当な手段・方法が組み込まれたもの。

●アクセシビリティ

年齢や身体障がいの有無に関係なく、誰でも必要とする情報に簡単にたどり着け、利用できること。

●エシカル（倫理的）消費

地域の活性化や雇用を含む、人や社会、環境に配慮した消費行動。消費者それぞれが社会的課題の解決を考慮し、その課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと。

●SNS

「Social Networking Service（ソーシャル・ネットワーキング・サービス)」の略。人と人とのコミュニケーションを促進し、社会的なネットワークの構築を支援するインターネットサービスのこと。

ーか行ー

●架空請求

有料サイトの利用料や延滞料、訴訟関係費用などと、架空の事実を口実として金銭を請求する文書やメールを送付するなどして、金銭を振り込ませたり、送付させたりするなどして、だまし取る詐欺。

●学習指導要領

全国どこの学校でも一定の水準が保てるよう、文部科学省が定めている教育課程（カリキュラム）の基準。およそ１０年に１度、改訂され、子どもたちの教科書や時間割は、これを基に作られている。

●家庭用品品質表示法

消費者が製品の品質を正しく認識し、その購入に際し不測の損失を被ることのないように、事業者に家庭用品の品質に関する表示を適正に行うよう要請し、消費者の利益を保護することを目的とした法律。

●キャッシュレス・ビジョン

平成３０（2018）年４月に経済産業省によって策定された、日本のキャッシュレス

化の方向性や方策を取りまとめたもの。高いキャッシュレス決済比率の実現を目指し、将来的には、世界最高水準の８０％を目指すこととしている。

●クーリング・オフ制度

契約した後、頭を冷やして（Cooling Off）冷静に考え直す時間を消費者に与え、一定期間内であれば無条件で契約を解除することができる制度。

●国民生活センター

国民生活の安定及び向上に寄与するため、総合的見地から国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うとともに、重要消費者紛争について法による解決のための手続きを実施する機関。

●国民生活センター越境消費生活センター（CCJ）

インターネット通販などで海外から購入した商品に関してのトラブル相談（未着品・模倣品・粗悪品など）を受け付ける機関。

ーさ行ー

●詐欺サイト

大手企業や金融機関など、よく知られているウェブサイトに酷似した画面表示により、利用者の個人情報や金銭をだまし取る偽のサイト。

●持続可能な開発目標（SDGs）の１７の目標

ゴール１	ゴール２	ゴール３
貧困をなくそう	飢餓をゼロに	すべての人に健康と福祉を
ゴール４	**ゴール５**	**ゴール６**
質の高い教育をみんなに	ジェンダー平等を実現しよう	安全な水とトイレを世界中に
ゴール７	**ゴール８**	**ゴール９**
エネルギーをみんなにそしてクリーンに	働きがいも経済成長も	産業と技術革新の基盤をつくろう
ゴール１０	**ゴール１１**	**ゴール１２**
人や国の不平等をなくそう	住み続けられるまちづくりを	つくる責任つかう責任
ゴール１３	**ゴール１４**	**ゴール１５**
気候変動に具体的な対策を	海の豊かさを守ろう	陸の豊かさも守ろう
ゴール１６	**ゴール１７**	
平和と公正をすべての人に	パートナーシップで目標を達成しよう	

●持続可能な社会

健全で恵み豊かな環境が地球規模から身近な地域までにわたって保全されるとともに、それらを通じて国民一人ひとりが幸せを実感できる生活を享受でき、将来世代にも継承することができる社会。

●消費生活用製品安全法

消費生活用製品による消費者の生命・身体に関する危害の発生防止を図るため、特定製品の製造・販売を規制するとともに、特定保守製品の適切な保守を促進し、併せて製品事故に関する情報の収集・提供等の制度を設けて消費者の利益を保護することを目的とした法律。

●情報モラル

情報社会で適正な活動を行うための基になる考え方や態度。

●食育

様々な体験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てる教育。

●食品ロス

食べられるのに捨てられてしまう食品。

●スマートフォンのアプリ

アプリはアプリケーションソフトウェアの略称で、スマートフォン専用に特定の用途や目的のために設計されたソフトウェア。

●生活習慣病

食生活や運動習慣、休養、喫煙、飲酒などの生活習慣によって引き起こされる病気の総称。

●成年後見制度

認知症、知的障がい、精神障がいなどの理由により判断能力が十分でない方を保護し、支援する制度。家庭裁判所が選任した成年後見人は、不動産や預貯金などの財産の管理、介護サービスに関する契約の締結、遺産分割の協議などを行う。

ーた行ー

●多重債務

すでにある借金の返済のために別の業者からさらに借り入れ、借金が増え続ける状態のこと。

●地域包括支援センター

高齢者が住み慣れた地域で安心して生き生きと暮らせるよう、介護や医療、健康づくりなど様々な面から支援を行う高齢者とその家族のための総合相談窓口。

●地産地消

地域で生産された農林水産物を、その生産された地域内において消費する取り組み。

●地方消費者行政強化作戦2020

どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される地域体制を全国的に維持・拡充することを目指し、消費者庁が令和２（2020）年４月に策定。

●電気用品安全法

電気用品の製造・販売等を規制して、電気用品の安全性を確保するもので、民間事業者の自主的な活動を促進することにより、電気用品による危険・障害の発生の防止を目的とした法律。

●特殊詐欺

面識のない不特定の者に対し、電話その他の通信手段を用いて、預貯金口座への振込みその他の方法により、現金等をだまし取る詐欺。

ーは行ー

●防災メール

市内における地震や気象等の情報を市民に伝える手段として、日光市が配信しているメールサービス。

●法テラス

正式名称を「日本司法支援センター」といい、国によって設立された法的トラブルを解決するための総合案内所。

ーら行ー

●リコール

生産者が欠陥製品を公表し、製品を回収して無料で修理すること。

●リボ払い

「リボルビング払い」の略称で、クレジットカードによる毎月の支払額をあらかじめ一定にできる仕組み。