

日光市消費生活基本計画



平成 30 年 3 月

日 光 市

はじめに

消費者を取り巻く環境は、高度情報化・グローバル化の進展や高齢化社会の進行により、消費者被害は増加傾向にあり、その手口も複雑化・巧妙化しています。最近では、高齢者を狙った振り込め詐欺やハガキによる架空請求、インターネット等に関するトラブルなどが増えています。また、2015年9月に国連で「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択されました。これは、経済・社会・環境をめぐる広範な課題について、全ての関係者の役割を重視し、「誰一人取り残さない」世界の実現を目指す国際目標です。消費者自らが、社会的課題に目を向け、その解決に向けて行動することが重要となっています。



日光市におきましては、平成29年4月1日に消費者の権利の尊重と自立の支援を基本理念とした日光市消費生活条例を施行しました。この条例では、市や事業者、消費者などのそれぞれの責務や役割を規定し、相互に連携・協力をして、消費者の利益の擁護及び増進に努めることなどを求めています。そして今回、条例の定めに基づき消費生活に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため「日光市消費生活基本計画」を策定いたしました。本計画は、「市民の消費生活の安定及び向上」を基本目標とし、その目標達成に向けて3つの基本方針を定め、相談体制の充実や学校教育・地域等における消費者教育の推進、持続可能な社会に向けた取り組みの推進など、様々な施策を総合的かつ計画的に推進していくものです。

市民の安全で安心な消費生活を確保するため、さらに持続可能な社会の実現に向けて、今後は本計画に基づき、市民の皆様や関係機関・消費者団体等と連携し、ともに消費者施策を推進してまいります。

結びに、本計画の策定にあたり、貴重なご意見、ご提案をいただきました日光市消費生活審議会委員の皆様をはじめ、市民の皆様に心から感謝を申し上げます。

平成30年3月

日光市長 斎藤 文夫

目次

第1章 計画の基本的な考え方	1
第1節 計画の目的	1
第2節 計画の位置付け	1
第3節 計画の期間	2
第4節 計画の策定体制	2
第2章 消費者を取り巻く状況	3
第1節 消費者を取り巻く環境の変化	3
第2節 国・県の動向	5
第3節 消費生活相談・啓発活動の状況	7
第4節 アンケート調査結果からみる状況	9
第3章 計画の方向性	18
第1節 基本目標	18
第2節 基本方針	19
第3節 施策の体系	21
第4章 施策の展開	22
基本方針1 相談体制の充実	22
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	25

基本方針 3 消費生活における安全・安心の確保	30
第5章 計画の推進	33
第1節 推進体制の整備	33
資料.....	36
1 日光市消費生活審議会規則	36
2 日光市消費生活審議会審議委員名簿.....	37
3 日光市消費生活条例	38



第1章 計画の基本的な考え方

第1節 計画の目的

日光市においては、消費者を取り巻く環境の変化や国の動向などを踏まえ、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」を基本理念とし、市民の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。

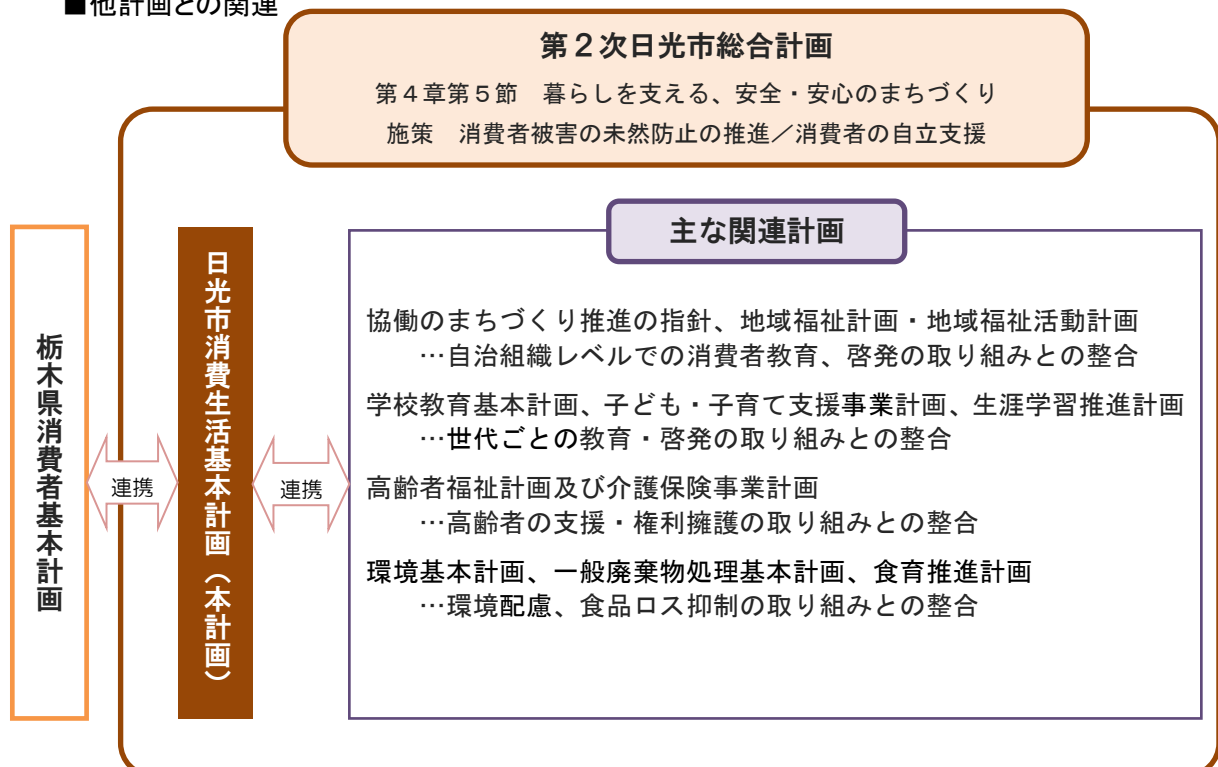
これに伴い、日光市民の安全で安心な消費生活を確保するため、消費生活に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図る基本的な計画「日光市消費生活基本計画」(以下「本計画」という。)を策定するものです。

第2節 計画の位置付け

本計画は、条例第10条に基づき、消費者施策に関する基本的な計画として位置付けます。

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

■他計画との関連



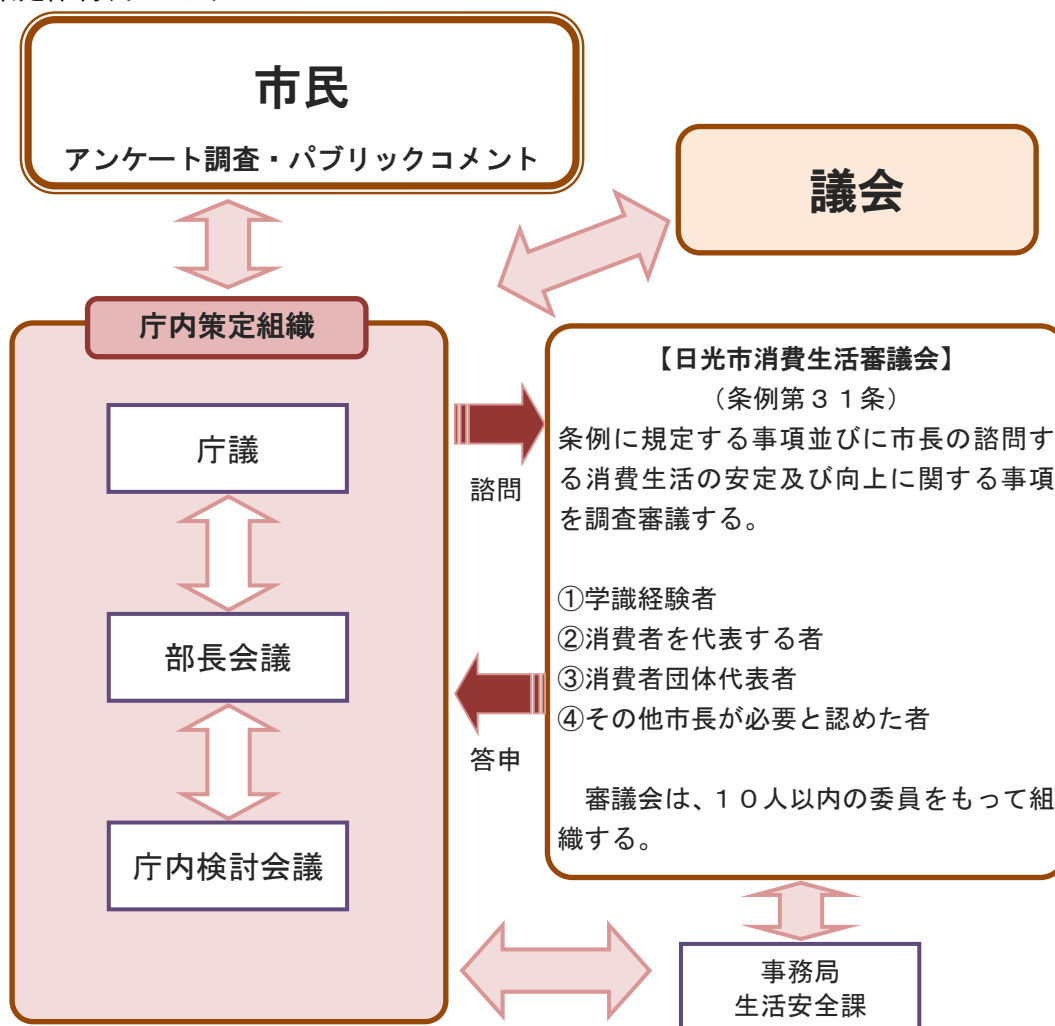
第3節 計画の期間

平成30年度から平成34年度までの5年間とします。なお、進捗状況、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4節 計画の策定体制

本計画の策定にあたっては、学識経験者、消費者の代表、消費者団体の代表等を含む「日光市消費生活審議会」を中心に、審議が行われました。また、アンケート調査、パブリックコメントを通じて、幅広い市民の意見の反映に努めました。

■策定体制(イメージ)



第2章 消費者を取り巻く状況

第1節 消費者を取り巻く環境の変化

すべての市民が消費者です。そして、すべての消費者が安心して暮らせる社会の実現に向けて、様々な取り組みが進められていますが、消費者を取り巻く環境は、下記の例が示すとおり近年大きく変化しています。

1 高齢化社会の進行

我が国では、65歳以上の人口が4人に1人を超える超高齢社会を迎え、今後一層の高齢化の進行が見込まれています。高齢化が進む中、高齢者の一人暮らしや、高齢者のみ世帯が狙われる被害も多くなっています。また、こうした状況を反映して、消費生活相談においても、高齢者からの相談ケースが大きく増加しています。

2 高度情報化・グローバル化の進展

情報通信技術の向上とサービスの普及により、インターネットの利用者数、利用頻度も飛躍的に増加しています。その中で、インターネットを介した消費者トラブルも増加傾向となっています。また、携帯電話やスマートフォンの普及に伴い、若い世代が見ず知らずの人との接触を通じて被害者となるケースが多発しています。

そして、グローバル化の進展により、海外の商品・サービスが手軽に入手できるようになりました。それに伴い、商品の不達や粗悪品であるなどの場合、被害の回復も一層困難となっています。

3 消費者被害の多様化

消費生活が豊かになり、また商品やサービスの入手手段も多様化する中、商品・サービスの安全性が大きく揺らいでいます。食品偽装、エアバッグの作動不良による事故、送り付け商法※、振り込め詐欺をはじめとする特殊詐欺※など、様々な問題が発生しており、一般市民に大きな不安を与えています。

※送り付け商法：注文していない商品を、勝手に送り付け、その人が断らなければ買ったものとみなして、代金を一方的に請求する商法。

※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のこと。

4 東日本大震災後の意識変化

平成23年3月に発生した東日本大震災と、それに伴う原子力発電所の事故は、国民の意識や価値観、行動に大きな影響を与えました。エネルギー問題をはじめとする環境への意識や、食の安全への関心が大きく高まりました。

5 持続可能な社会の実現に向けた意識変化

環境や社会に配慮した製品やサービスを選んで消費する「エシカル消費※」や、食べられるのに捨ててしまう「食品ロス※」を無くそうとする意識の高まりがみられます。



第2節 国・県の動向

1 国の動向

消費者を取り巻く環境が大きく変化する中、複数の省庁にまたがる消費者行政を一元化し、消費者が安心して豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に向けて、平成21年9月に消費者庁が発足しました。また、それに合わせて消費生活センターの設置や消費者事故に関する情報集約等について定めた消費者安全法が施行されています。

平成24年12月には、「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」が施行され、地方公共団体は消費者教育推進計画の策定に努めることとされました。

平成25年2月には、「押し買い※」の被害の急増を受けて、改正「特定商取引に関する法律（特定商取引法）」が施行されました。また、食品メニュー偽装事件の発生等を受けて、平成26年12月に改正「不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）」が施行されています。そして平成27年4月には、新たな消費者基本計画の策定や「食品表示法」が施行されました。

さらには、平成28年4月から平成29年12月にかけても「消費者安全法」、「割賦販売法」、「民法の一部」「消費者契約法」「特定商取引に関する法律」などが改正・施行されるなど、消費者の安全・安心確保に向けた様々な対策がとられてきました。

■近年の国の動向

年月	内容
平成21年9月	○消費者庁発足 ○「消費者安全法」施行（消費生活センターの設置や消費者事故に関する情報の集約等を規定）
平成24年12月	○「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」施行（地方公共団体の消費者教育推進計画の策定の努力義務化）
平成25年2月	※押し買いの被害の急増 ○改正「特定商取引に関する法律（特定商取引法）」施行（訪問購入に関する規制を導入）
平成26年12月	※食品メニュー偽装事件の発生 ○改正「不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）」施行（都道府県の措置命令権付与や、事業者の表示管理体制の強化を規定）
平成27年4月	○「第3期消費者基本計画」策定（平成31年度までの5か年計画） ○「食品表示法」施行（食品衛生法、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（旧JAS法）、健康増進法の食品表示に係る規定を統合）

※押し買い：宝石・貴金属など価値ある財産を、二束三文の値段で強引に買い取る行為。

年月	内容
平成 28 年 4 月	○改正「消費者安全法」施行 (消費生活相談における都道府県の役割の明確化等を規定) ○改正「不当景品類及び不当表示防止法(景品表示法)」施行 (課徴金制度の導入)
平成 28 年 12 月	○改正「割賦販売法」公布(平成 30 年 6 月施行予定) (クレジットカード加盟店のカード番号等の管理義務の強化、アクワイアラ、決済代行業者の登録義務の導入、登録業者の加盟店調査措置義務、カード番号等の適切管理義務等を規定)
平成 29 年 5 月	○民法の一部改正(一部を除き、平成 32 年 4 月施行予定) (意思無能力の法定、錯誤の効果や無効取消しの効果の変更、時効制度の改定、保証に公証人の意思確認を求めるなどの保証の制限、約款の有効性の要件等を規定)
平成 29 年 6 月	○改正「消費者契約法」施行(契約の取り消し事由の追加、取消権行使期間の伸長、不当条項規制の拡充等を規定)
平成 29 年 12 月	○改正「特定商取引に関する法律」施行(訪問販売、通信販売、電話勧誘販売における規制対象の拡大、業務禁止命令制度の創設等を規定)

2 県の動向

栃木県では、平成 21 年 9 月施行の「消費者安全法」に基づく国の交付金を通じて、県内すべての市町に消費生活センターの設置を進めました。

平成 22 年 4 月には、設置した栃木県生活消費センターを、地域における中核的な相談機関として位置付け、市町と連携した消費者行政を推進してきました。

また、悪質事業者への規制・指導の強化に向けて、「栃木県消費者条例」並びに「不適切な取引行為の指定に関する規則」を改定し、平成 26 年 4 月から施行しました。

そして平成 28 年 2 月には、消費者行政の一層の充実を目指し、「栃木県消費者基本計画」が策定されています。

■近年の県の動向

年月	内容
平成 22 年 4 月	○栃木県生活消費センターを、中核的相談機関として位置付ける
平成 26 年 4 月	○改定「栃木県消費者条例」施行 ○改定「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

第3節 消費生活相談・啓発活動の状況

1 相談の状況

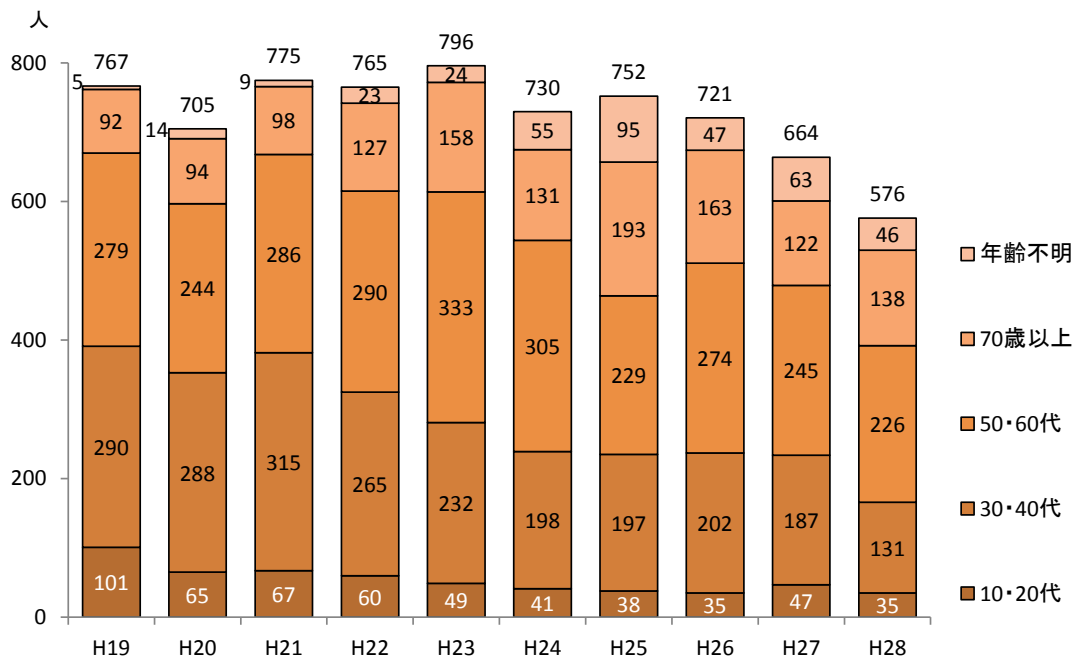
日光市消費生活センターでは、消費生活相談員を配置し、電話や来訪による市民からの相談に対応しています。また、多重債務※の問題など、専門的なアドバイスを必要とするケースについては、弁護士に相談できる体制を整えています。

平成19年度から平成28年度にかけての日光市消費生活センターへの相談件数は、平成23年度の796件をピークに、減少傾向となっています。

相談者の年代別にみると、「30・40代」及び「50・60代」が減少傾向である一方で、「70歳以上」及び「10・20代」は横ばい傾向となっています。

商品・役務分類別にみると、同期間において、「金融・保険サービス」が平成22年度以降減少傾向である一方で、「運輸・通信サービス」は増加傾向となっています。

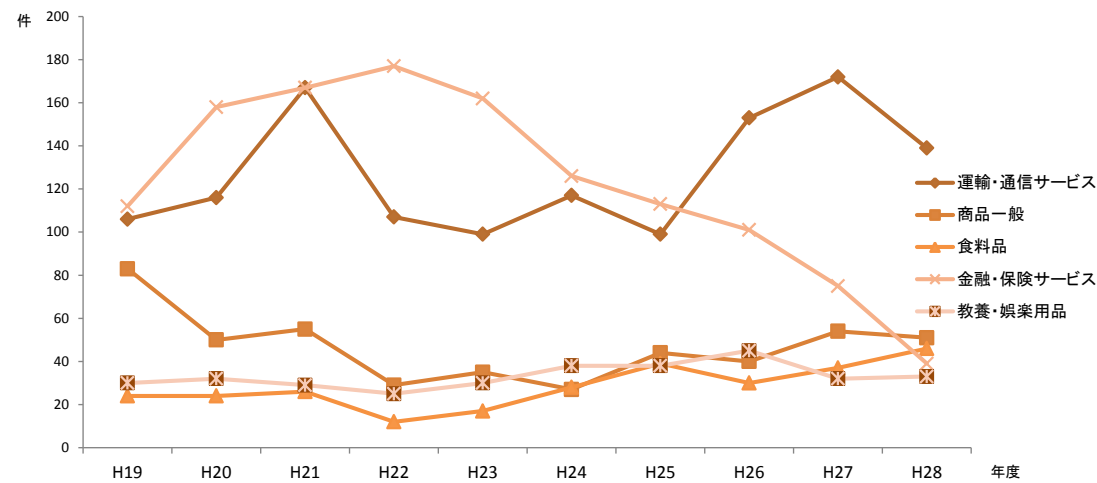
■相談件数の推移



資料：日光市消費生活センター

※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入れ、借金が増え続ける状態のこと。

■日光市消費生活センター 商品・役務分類別件数の推移



※平成 28 年度上位5項目の推移
資料:日光市消費生活センター

2 啓発活動の状況

日光市消費生活センターでは、特殊詐欺や悪質商法※への啓発など、消費生活に関するテーマで講座を開催しています。平成24年以降の実施件数、参加者数は次のとおりです。

■日光市消費生活センター出前講座の推移

	平成 24 年	平成 25 年	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年
件数	6	8	10	13	19
参加者数	219	142	227	327	473

資料:日光市消費生活センター

※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又は不当な手段・方法が組み込まれたもの。

第4節 アンケート調査結果からみる状況

本計画の策定にあたり、平成29年9月から10月にかけて、市内在住の18歳以上の市民2,000人を対象に、「日光市消費生活基本計画策定に係るアンケート調査」を実施しました（回収数836件、回収率41.8%）。結果の概要は次のとおりです。

また、平成26年9月に栃木県によって実施された調査結果（以下「県調査」）と適宜比較を行っています。

1 回答者の属性

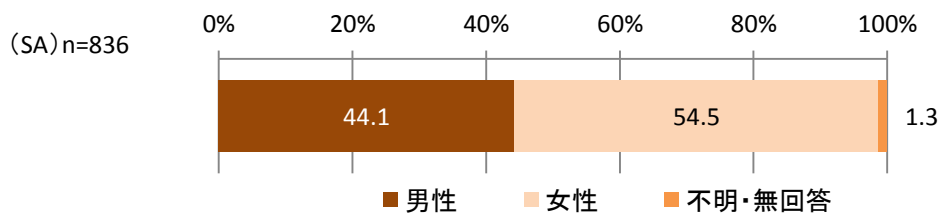
回答者の属性について、性別では「男性」44.1%、「女性」54.5%となっています。年齢では、「70歳以上」が34.1%と割合が最も高く、次いで「60歳代」が25.7%となっており、60歳以上で約6割を占めています。主な職業は「無職」が30.6%と割合が最も高く、次いで「会社員」が18.8%、「専業主婦・主夫」が13.3%となっています。

家族構成では、「二世帯世帯（あなたの世代と子）」が30.9%と割合が最も高く、次いで「夫婦のみ」が26.4%、「二世帯世帯（あなたの世代と親）」が15.0%となっています。

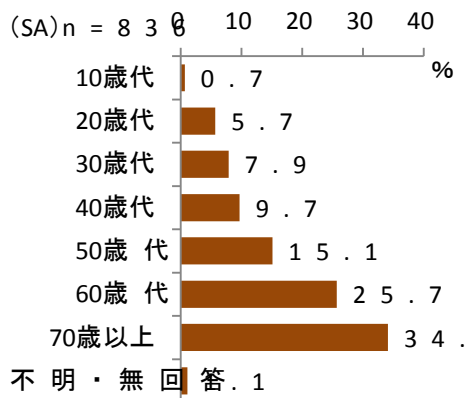
普段のインターネット（スマートフォンを含む）の利用については、「利用している」が48.1%、「利用していない」が50.5%となっています。

居住地区は「今市地域」が64.8%と割合が最も高く、次いで「日光地域」が21.1%、「藤原地域」が9.0%となっています。

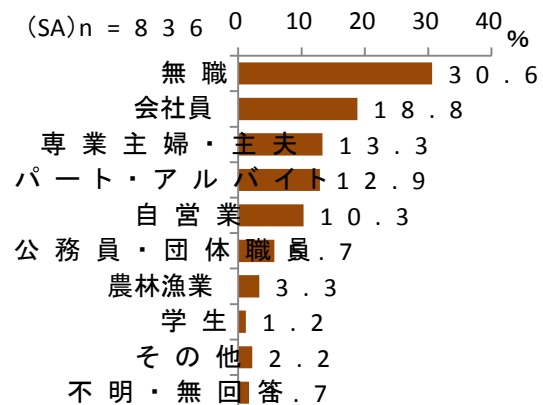
■性別



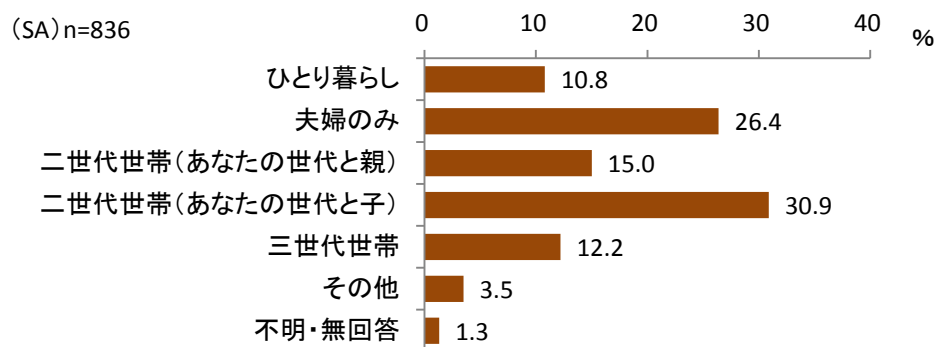
■年齢



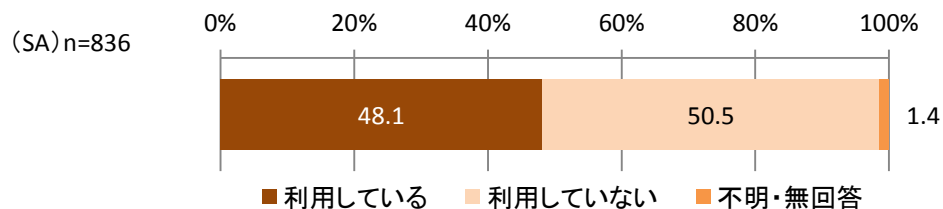
■主な職業



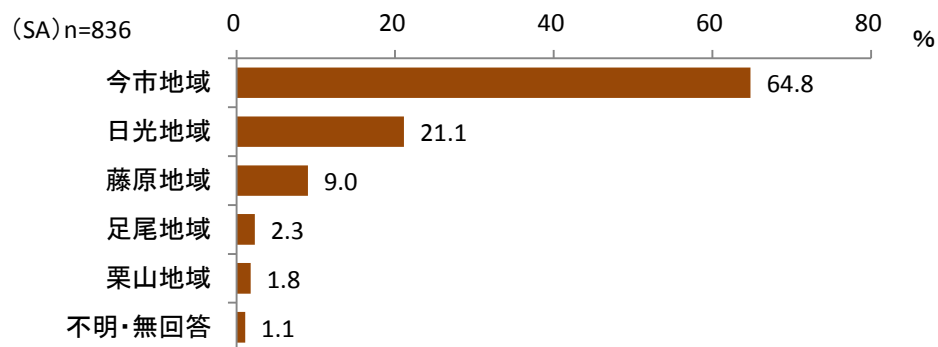
■家族構成



■普段のインターネット(スマートフォンを含む)の利用状況



■居住地域

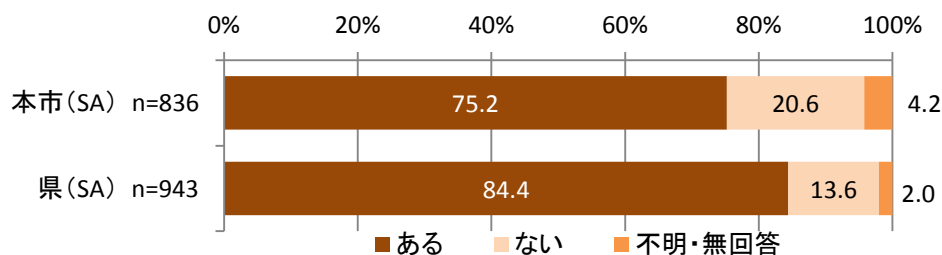


2 消費者問題への関心・意識について

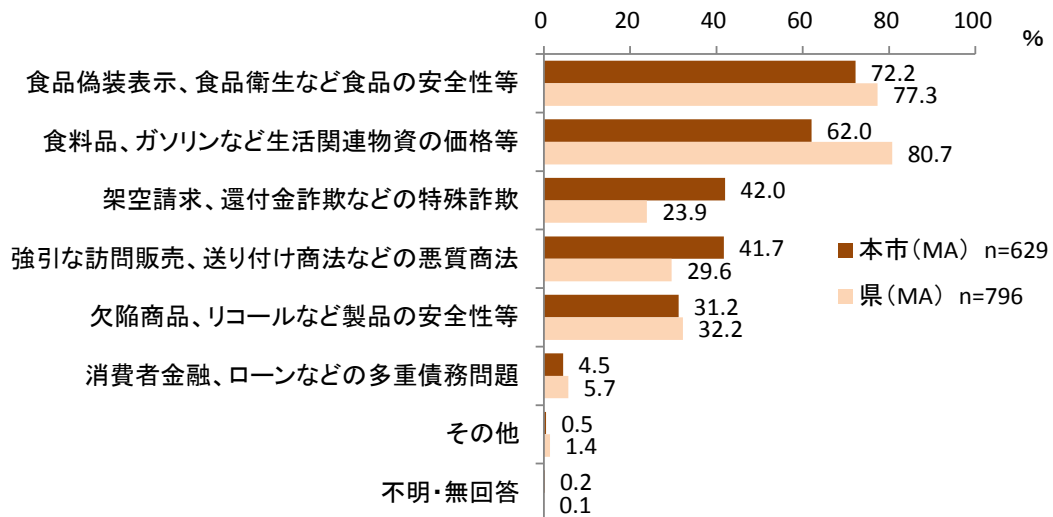
消費者問題（悪質商法、製品事故、食品偽装など）についての関心の有無については、「ある」が75.2%と、県調査に比較して9.2ポイント低くなっています。

関心のある消費者問題については、「食品偽装表示、食品衛生など食品の安全性等」が72.2%と割合が最も高く、次いで「食料品、ガソリンなど生活関連物資の価格等」が62.0%、「架空請求※、還付金詐欺※などの特殊被害」が42.0%となっています。県調査との比較では、「架空請求、還付金詐欺などの特殊詐欺」「強引な訪問販売、送り付け商法などの悪質商法」への関心がそれぞれ10ポイント以上高くなっています。

■消費者問題（悪質商法、製品事故、食品偽装など）についての関心の有無



■どのような消費者問題に関心があるか



※架空請求：有料サイトの利用料、延滞料、訴訟関係費用などと、架空の事実を口実としてお金を請求する文書やメールを送付するなどして、お金を振り込ませたり、送付させるなどして、だまし取る詐欺のこと。

※還付金詐欺：自治体や税務署、年金事務所などの職員を名乗り、医療費や税金などの還付手続があるかのように装ってATMまで誘導し、ATMの操作を指示して、犯人の口座へお金を振り込ませ、だまし取る詐欺のこと。

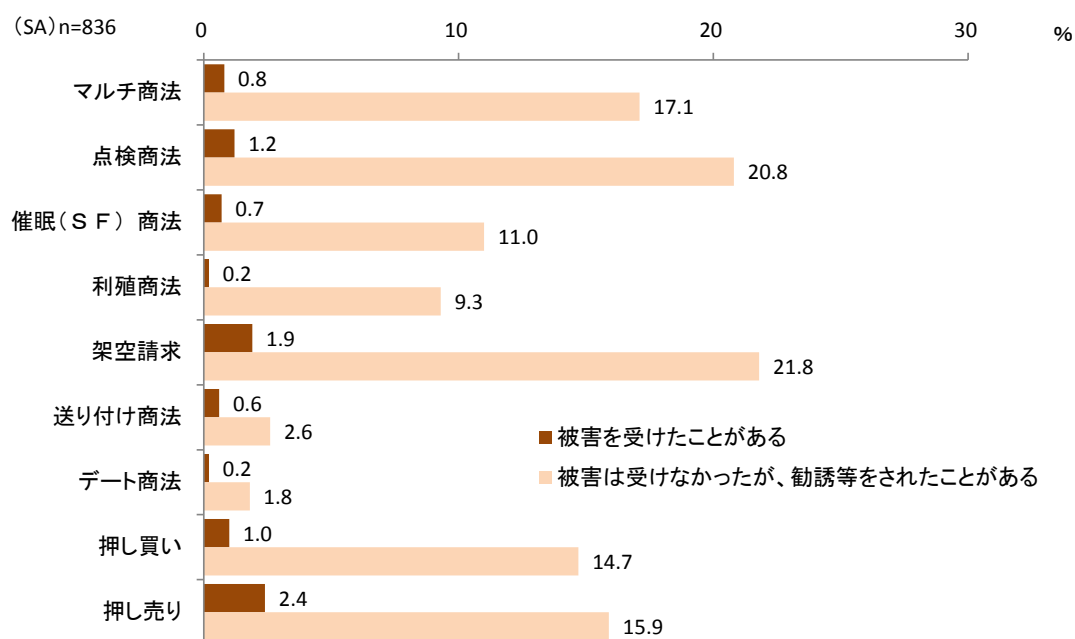
3 消費者トラブル・相談の状況について

「悪質商法」の被害・勧誘については、回答者全体の 7.5%（836 人中 63 人）が何らかの被害を受けたことが「ある」と回答しています。

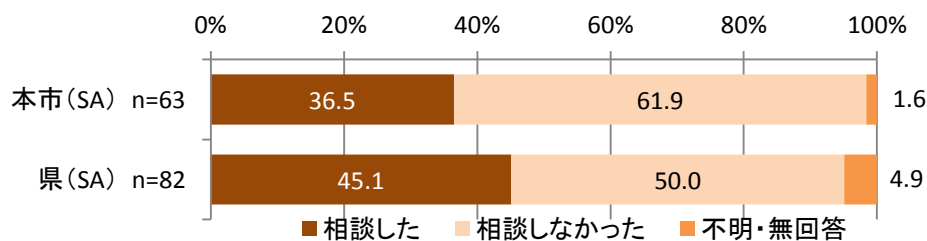
悪質商法の手口ごとの被害・勧誘の状況をみると、〔押し売り〕〔架空請求〕で「被害を受けたことがある」がそれぞれ 2.4%、1.9%と、他と比べて割合が高くなっています。

被害にあった際に、誰かに相談したかについては、「相談した」が 36.5%と、県調査と比較して 8.6 ポイント低くなっています。

■被害・勧誘の状況



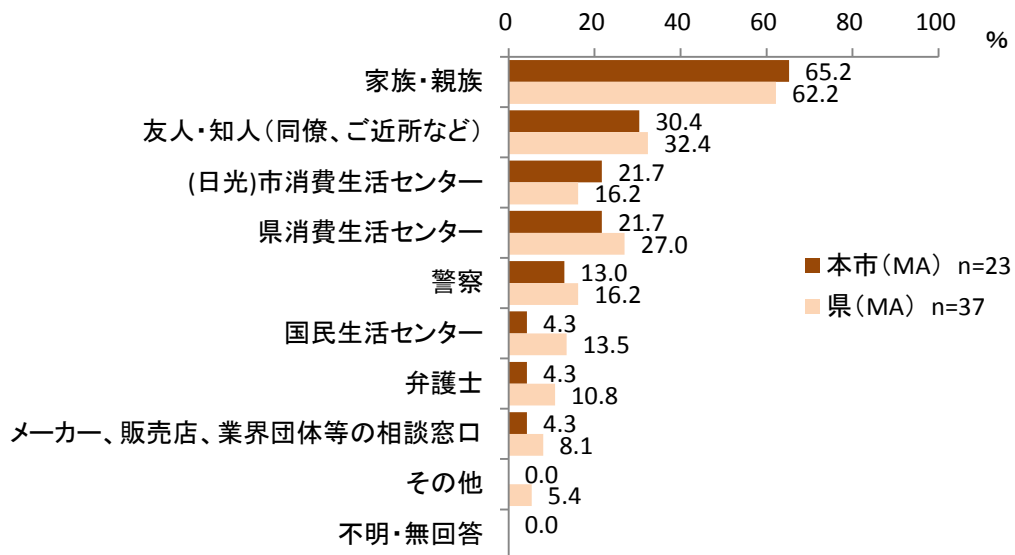
■悪質商法等について、被害を受けた際、誰かに相談したか



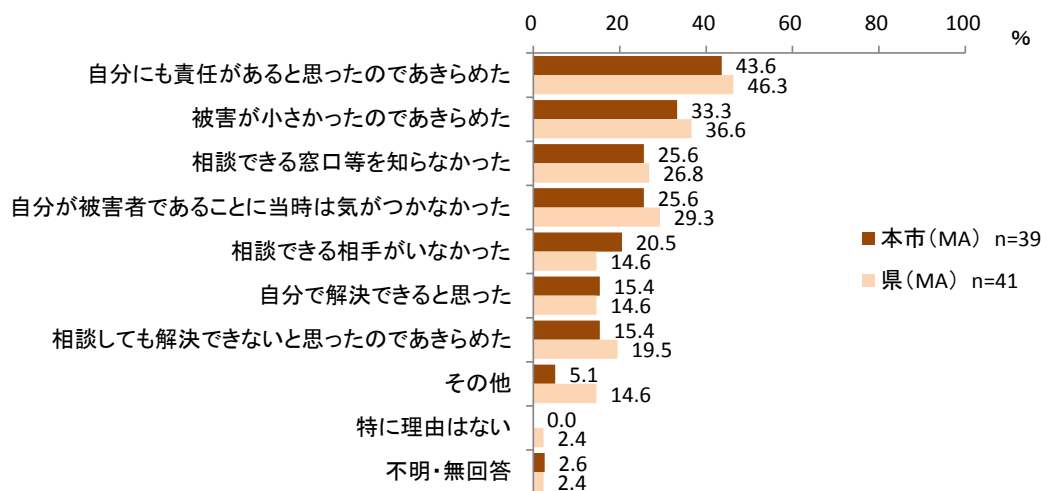
被害にあった際、相談した相手については、「家族・親族」が 65.2%と割合が最も高く、次いで「友人・知人（同僚、ご近所など）」が 30.4%、「(日光)市消費生活センター」「県消費生活センター」がそれぞれ 21.7%となっています。県調査との比較では、「(日光)市消費生活センター」や「家族・親族」で割合が高くなっています。一方で、その他の機関、相談窓口等へ相談した割合はそれぞれ低くなっています。

被害にあった際に、誰にも相談しなかった理由については、「自分にも責任があると思ったのであきらめた」が 43.6%と割合が最も高く、次いで「被害が小さかったのであきらめた」が 33.3%、「相談できる窓口等を知らなかった」が 25.6%となっています。県調査との比較では、「相談できる相手がいなかった」の割合が 20.5%と 5.9 ポイント高くなっています。

■被害にあった際、誰に相談したか



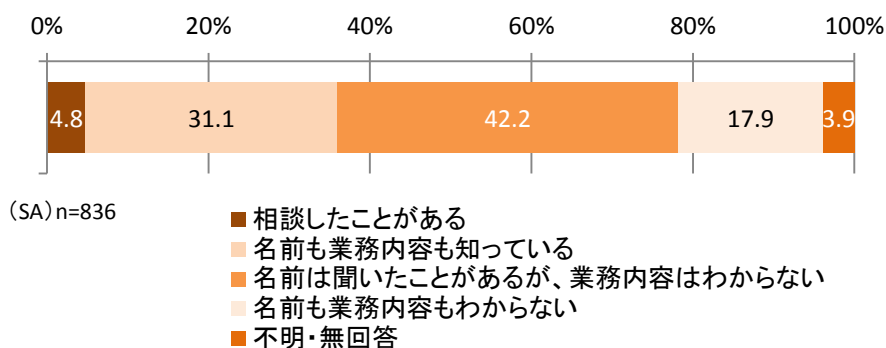
■被害にあった際に、誰にも相談しなかった理由



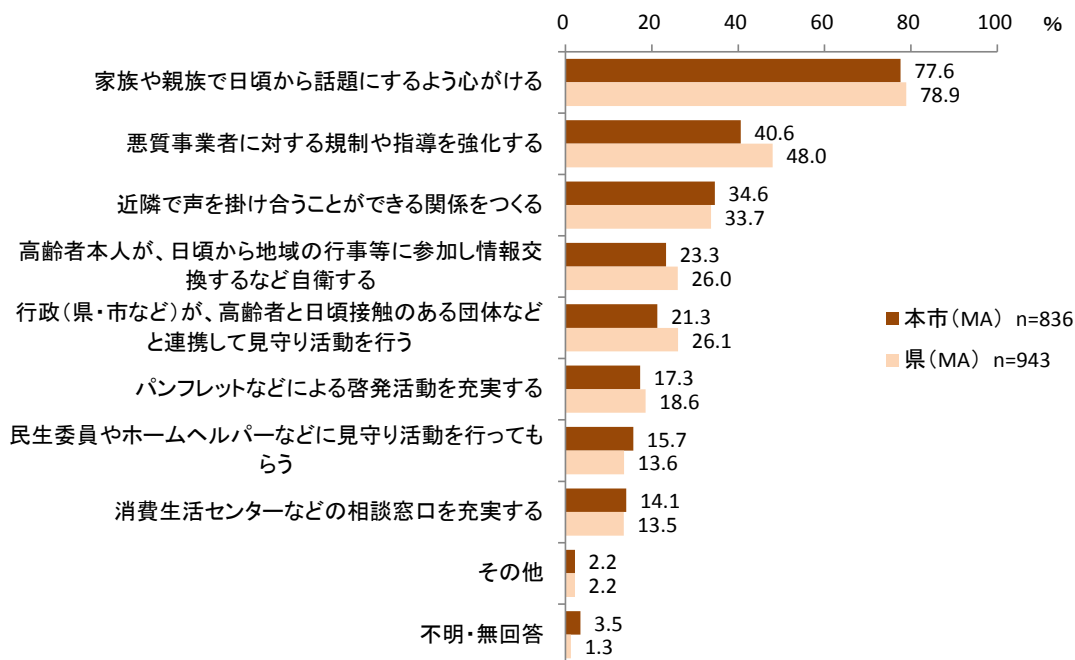
本市に消費生活の相談窓口（日光市消費生活センター）があることを知っているかについては、「名前は聞いたことがあるが、業務内容はわからない」が42.2%と割合が最も高く、次いで「名前も業務内容も知っている」が31.1%、「名前も業務内容もわからない」が17.9%となっています。

高齢者が消費者トラブルに遭わないために有効な対策については、「家族や親族で日頃から話題にするよう心がける」が77.6%と割合が最も高く、次いで「悪質事業者に対する規制や指導を強化する」が40.6%、「近隣で声を掛け合うことができる関係をつくる」が34.6%となっています。

■本市に消費生活の相談窓口（日光市消費生活センター）があることを知っているか



■高齢者が消費者トラブルに遭わないためには、どのような対策が有効と考えるか

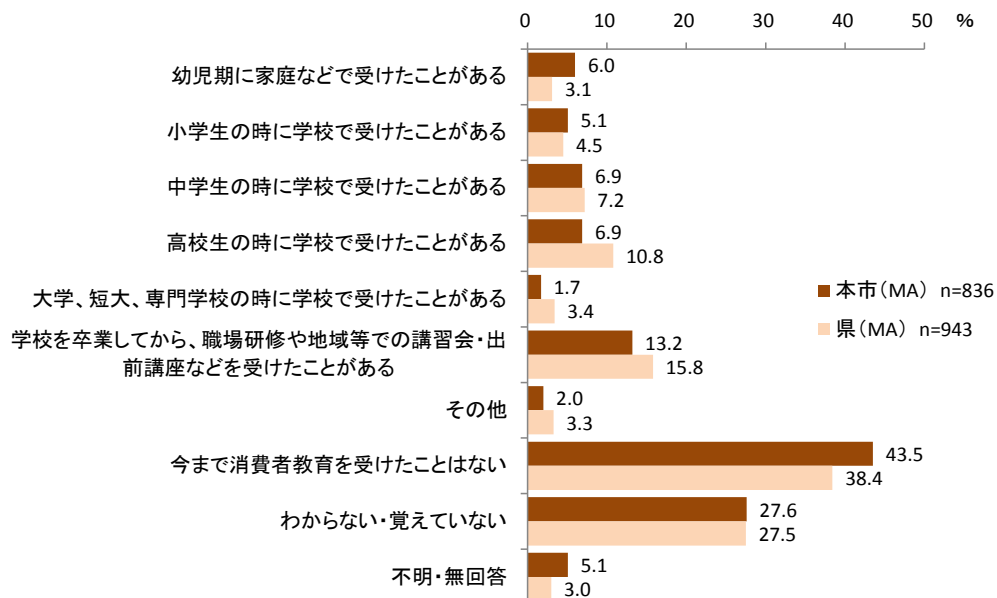


4 消費者教育・消費生活に関する情報について

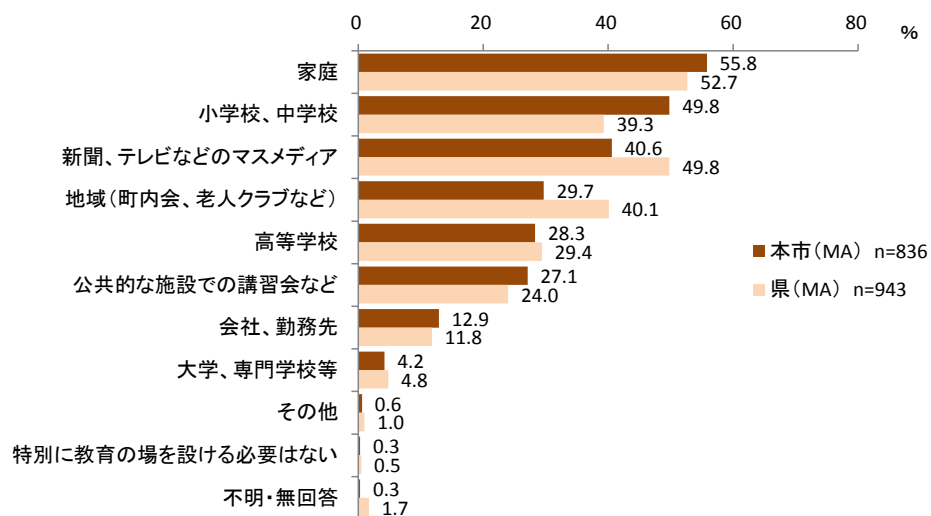
消費者教育を受けた経験については、「今まで消費者教育を受けたことはない」が43.5%と割合が最も高く、次いで「わからない・覚えていない」が27.6%、「学校を卒業してから、職場研修や地域等での講習会・出前講座などを受けたことがある」が13.2%となっています。県調査との比較では、「今まで消費者教育を受けたことはない」で5.1ポイント高くなっています。

消費者教育を行うべき場については、「家庭」が55.8%と割合が最も高く、次いで「小学校、中学校」が49.8%、「新聞、テレビなどのマスメディア」が40.6%となっています。県調査との比較では、「小学校、中学校」で10.5ポイント割合が高くなっています。

■これまでに消費者教育を受けたことがあるか



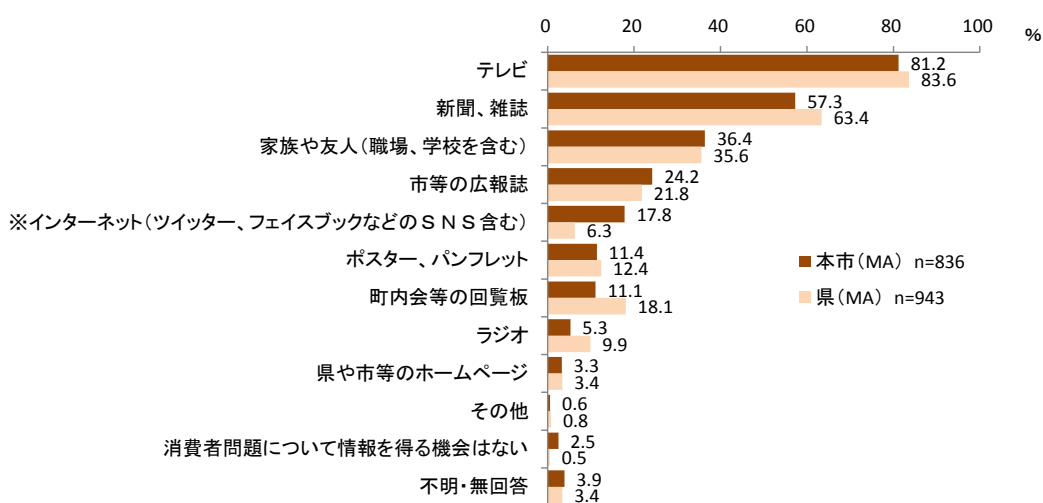
■消費者教育はどのような場で行うことが重要か



消費生活に関する情報の入手方法については、「テレビ」が81.2%と割合が最も高く、次いで「新聞、雑誌」が57.3%、「家族や友人（職場、学校を含む）」が36.4%となっています。県調査との比較では、「町内会等の回覧板」で7.0ポイント、「新聞、雑誌」で6.1ポイントそれぞれ低く、「インターネット」で11.5ポイント高くなっています。

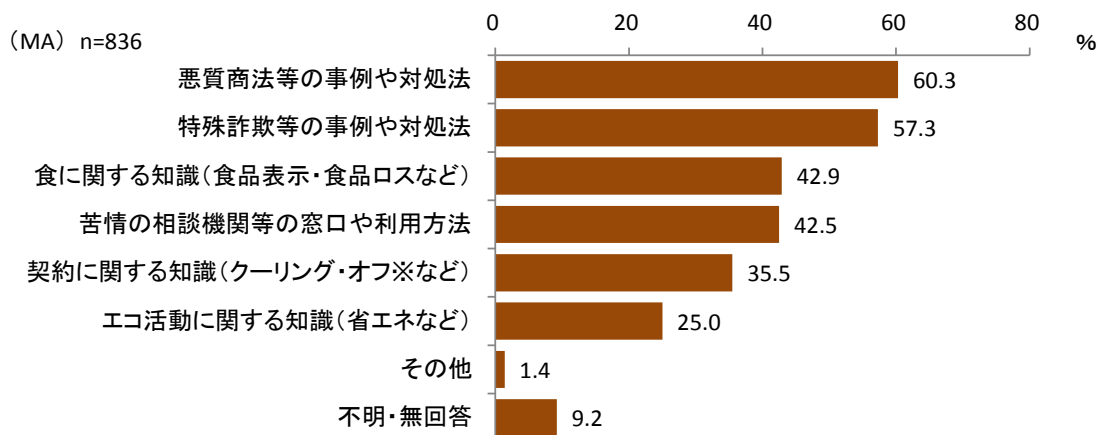
提供を希望する消費生活に関する情報については、「悪質商法等の事例や対処法」が60.3%と割合が最も高く、次いで「特殊詐欺等の事例や対処法」が57.3%、「食に関する知識（食品表示・食品ロスなど）」が42.9%となっています。

■消費生活に関する情報の入手方法



※県調査の設問では、「ソーシャルメディア(ツイッター、フェイスブックなど)」

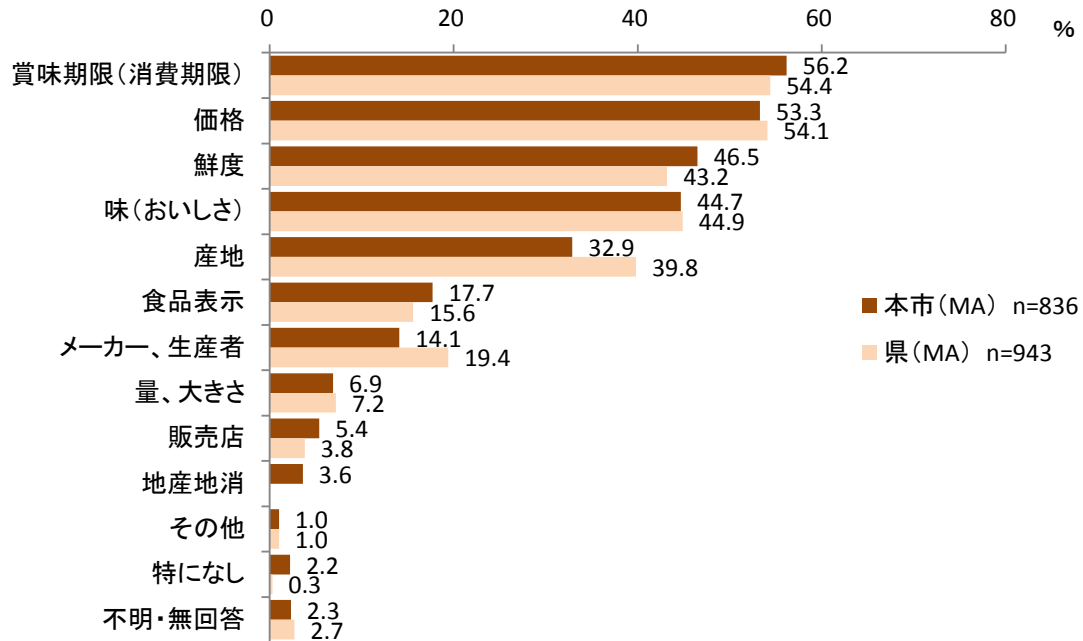
■提供を希望する消費生活に関する情報



※クーリング・オフ：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特別な制度のこと。

5 食品表示について

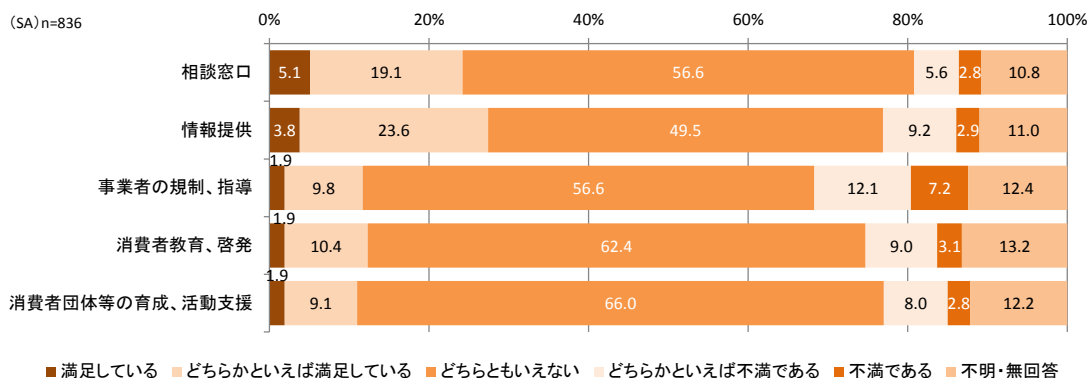
食品を購入する際重視することについては、「賞味期限※（消費期限※）」が56.2%と割合が最も高く、次いで「価格」が53.3%、「鮮度」が46.5%となっています。県調査との比較では、「産地」で6.9ポイント、「メーカー、生産者」で5.3ポイントそれぞれ低くなっています。



6 消費者問題に関する行政の対応について

消費者問題に関する行政（国・県・市）の取組への満足度については、〔情報提供〕〔相談窓口〕で「満足している」「どちらかといえば満足している」を合わせた『満足』が2割を超えています。一方で、〔事業者の規制、指導〕で「不満である」「どちらかといえば不満である」を合わせた『不満』が約2割となっています。

■消費者問題に関する行政(国・県・市)の取組に満足しているか



※賞味期限：おいしく食べることができる期限。この期限を過ぎても、すぐに食べられないということではない。
 ※消費期限：期限を過ぎたら食べない方がよい期限。

第3章 計画の方向性

第1節 基本目標

日光市消費生活条例第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、本市における消費者施策の目的としていることから、本計画の基本目標を次のとおり定めます。

市民の消費生活の安定及び向上



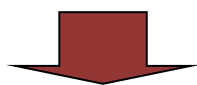
第2節 基本方針

日光市消費生活条例第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れなければならない。

- (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、高度情報通信社会、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
----------	----------

上記のとおり、市民が安心して消費生活を送ることができるよう、「消費者の権利尊重」と「消費者の自立支援」を基本としつつ、日光市消費生活条例第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、消費者の権利擁護の前提となる「相談体制の充実」及び「消費者が主役となって選択・行動できる環境づくり」、「消費生活における安全・安心の確保」の3つを基本方針として定めます。

●基本方針1 相談体制の充実

日光市消費生活センターを中心に、市民の消費生活に関する情報提供・相談支援の一層の充実を図ります。また、消費生活センターの認知度の向上や相談員の技能向上に努めるとともに、市内外の関係機関と連携し、複雑化・多様化する相談への適切な対応を図ります。

また、高齢者や子ども、女性、障がい者等、被害者となりやすい方々を対象とした相談・支援体制の充実を図ります。

●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

学校教育をはじめ、地域・家庭・職域など、様々な場において、各世代の消費者が安全で豊かな消費生活を営めるよう、体系的かつ実践的な消費者教育・啓発の推進を図ります。

また、誰もが自立した消費生活を営むとともに、地域社会や地球環境の改善に向けて能動的に働きかけ、公正かつ持続可能な社会の形成に参画する「消費者市民社会」の形成を目指して、消費者教育・啓発を推進します。

●基本方針3 消費生活における安全・安心の確保

高度情報化・グローバル化が進展する中、市民が消費者として生命・身体・財産の安全を確保し、安心して豊かな消費生活を送ることができるよう、商品・サービス・食品等の安全安心の確保に取り組みます。また、表示や取引の適正化に向けて、事業者への情報提供や指導を推進します。さらには、市民、事業者の環境問題等への主体的な取り組みを支援します。

第3節 施策の体系

基本方針	取り組みの方向性
1 相談体制の充実	1－1 相談体制の充実
	1－2 権利擁護の推進
2 消費者が 主役となって 選択・行動で きる環境づく り	2－1 学校教育等における消費者教育の推進
	2－2 地域における消費者教育の推進
	2－3 地域と連携した啓発の推進
3 消費生活 における安全・安心の確保	3－1 公正な事業活動の推進
	3－2 商品・サービス・食品等の安全・安心の確保
	3－3 持続可能な社会に向けた取り組みの推進



第4章 施策の展開

基本方針1 相談体制の充実

消費者を取り巻く環境は、商品取引や契約に関するトラブル、特殊詐欺被害など複雑・多様化しており、深刻な状況にあります。このため、日光市消費生活センターを中心に、市民の消費生活に関する情報提供・相談支援の一層の充実を図っています。

アンケート調査によると、何らかの「悪質商法」の被害にあった方は全体の7.5%に上ります。また、被害について誰にも相談しなかった割合が6割強で、相談しなかった理由として、「相談窓口等を知らなかった」が25.6%となっています。

市の消費生活の相談窓口である日光市消費生活センターについては、約8割が、何等かの形で名前は知っていますが、業務内容についての理解は必ずしも高くない状況です。

近年消費者問題は多様化・複雑化する傾向があることから、今後、認知度の向上や相談員の技能向上に努めるとともに、市内外の関係機関と連携し、適切な支援が行えるよう、相談体制の充実を図ります。

また、高齢者や子ども、女性、障がい者等、被害者となりやすい方々を対象とした相談・支援に向けた取り組みも推進します。

そして、消費者の権利擁護と、消費者被害に遭われた方の権利回復に向けて、適切な助言や支援が行えるよう、体制の整備を進めます。

1-1 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進めます。

●消費生活センターの周知

広報紙への掲載やパンフレットの作成、自治会・民生委員児童委員等に対する講座を実施します。また、各課の協力を得て、各種イベント等にパンフレットの設置等依頼し、消費生活センターの周知の機会を増やします。

【担当課：生活安全課】

●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等で実施している研修に参加しています。新たに生じる消費者問題に対応できるよう、今後も国民生活センターなどの研修へ積極的に参加し、知識・技能の向上を図ります。

【担当課：生活安全課】

●出張無料消費生活相談

年3回、消費生活センター以外の会場において、無料での消費生活相談会を実施しています。被害に気付いていない人も多くいる中、消費生活センターの周知とともに、消費者問題解決へのきっかけづくりに向けて、一層の活動の充実を図ります。

【担当課：生活安全課】

●消費被害予防のための普及啓発

高齢者への被害予防意識の啓発に向けて、地域の高齢者向け行事等で消費被害予防の啓発講座を実施します。また、窓口での消費被害予防啓発チラシの設置やポスター掲示等を行います。

【担当課：生活安全課、高齢福祉課】

●消費者問題の情報提供

関係機関と連携し、様々な機会を捉えながら、消費者問題に関する情報の提供に努めます。

【担当課：生活安全課】

●高齢者や障がい者に配慮した情報提供

高齢者や障がい者でも支障なく消費生活に関する情報を入手することができるよう、アクセシビリティ※に配慮したホームページの作成や、団体等と連携しながら声の広報などを通し、情報のバリアフリー化を推進します。また、高齢者世帯や障がい者への見守り活動を通じて、情報提供を行います。

【担当課：生活安全課、秘書広報課、高齢福祉課、社会福祉課】

※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。

1－2 権利擁護の推進

消費者の権利擁護と、消費者被害に遭われた方の権利回復に向けて、適切な助言や支援が行えるよう、体制の整備を進めます。

●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、随時相談を受理、状況の確認や被害解消の為の対応を行っています。被害の早期発見・対応に向けて、地域の支援者や関係機関との連携強化を図ります。

【担当課：生活安全課、高齢福祉課、社会福祉課】

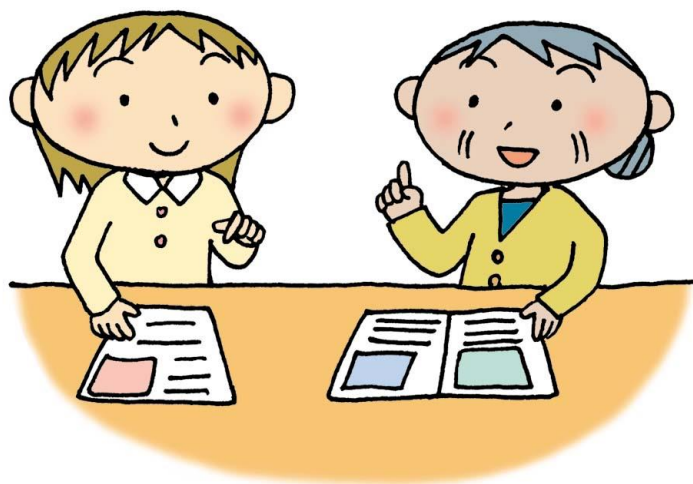
●消費者被害回復のための支援

認知症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に対する被害回復や被害の未然防止のため、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。

更には、本人の権利擁護を図ることができるよう、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。

【担当課：生活安全課、高齢福祉課、社会福祉課】



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

消費者トラブル・被害の多くは、消費者と事業者との間の情報力や交渉力等の格差などを要因として発生しています。そのため、日光市では、平成29年4月1日に「日光市消費生活条例」を施行し、消費者の権利尊重と、消費者の自立支援に向けた取り組みを進めています。

アンケート調査によると、「今までに消費者教育を受けたことはない」が4割強となっています。また、消費者教育を行うべき場としては、「家庭」や「小学校、中学校」の割合が高くなっています。

今後は、学校教育、社会教育をはじめ、地域・家庭・職域など、様々な場において、各世代の消費者が安全で豊かな消費生活を営めるよう、消費者団体等、地域の多様な主体と連携しながら、体系的かつ実践的な消費者教育・啓発の推進を図ります。

また、誰もが自立した消費生活を営むとともに、地域社会や地球環境の改善に向けて能動的に働きかけ、公正かつ持続可能な社会の形成に参画する「消費者市民社会」の形成を目指して、消費者教育・啓発を推進します。

2-1 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。

●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ています。新たに発生する消費者問題に対応できるよう、新聞等を活用しながら、効果的な教育活動を展開します。

【担当課：学校教育課】

●家庭における消費者教育の推進

広報紙やホームページにて消費者問題を提供します。また、消費者団体と連携し、身近なところから啓発活動を行います。

【担当課：生活安全課】

●子どもたちのアグリ体験学習支援事業

市内小学校、保育園等が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、現在の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。

【担当課：農林課】

●学校給食フレッシュ農産物利用促進事業

学校給食における地場農産物の積極的な利用を通じて、食育※及び地産地消※の推進を図ります。

【担当課：農林課】

●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や、保護者と連携しながらＳＮＳ※等の使用について指導・啓発を充実します。

【担当課：学校教育課】

※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。

※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。

※ＩＣＴ：(Information and Communication Technology) 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のこと。

※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と態度のこと。

※ＳＮＳ：ソーシャル・ネットワーキング・サービス (Social Network Service) 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。

2-2 地域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の機会を通じて、消費者問題に関する学習機会の提供を推進します。

●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、互いに学びあう場である「ひかりの郷にっこう出前講座」の中で、消費者問題についての学習機会の提供を推進します。

【担当課：生活安全課】

●多様な学習機会の提供

交通・防犯教室などの実施機会に合わせて、消費者教育に関する講座を開催しています。新たな受講者の増加に向けて、公民館等と連携し、新たな出前講座の充実を図ります。

【担当課：生活安全課】

●特殊詐欺にかかわる啓発

市の広報紙の中で、特殊詐欺に関わる啓発記事を掲載しています。周知の徹底に向けて、ホームページ等への定期的な情報提供に努めます。

【担当課：生活安全課】

●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ます。

【担当課：健康課】



●地産地消推進イベントの開催

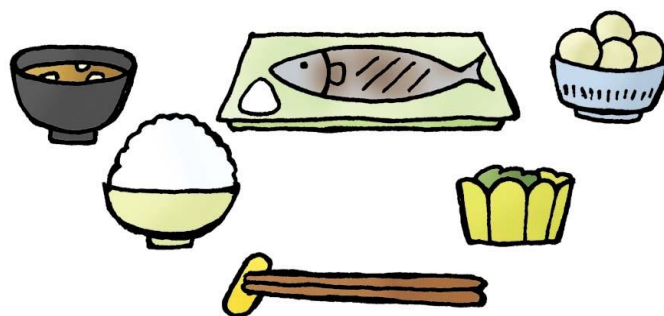
市内で生産される農林水産物や加工品等の販売、調理・工作等の体験教室、その他のイベントを通じて地場の産品・産業に対する理解の促進を図ります。

【担当課：農林課】

●料理教室の開催

公民館で実施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、地元産品への理解の促進を図ります。

【担当課：各地区公民館】



2-3 地域と連携した啓発の推進

消費者団体、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。

●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、消費者被害の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、地域の多様な主体との連携強化を図ります。

【担当課：生活安全課】

●消費者団体による啓発イベント

ボランティアフェスタ、日光けっこうフェスティバルのほか商業施設などと連携し、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、持続可能な社会の構築に向けた啓発に取り組みます。

【担当課：生活安全課】

●特殊詐欺被害の未然防止の推進

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。また、詐欺電話を防止する特殊詐欺撃退機器の無料貸出しを実施します。

【担当課：生活安全課】

●栄養食生活に関する講座

生活習慣病*を予防するため、公民館と共催で栄養食生活に関する講座を実施しています。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。

【担当課：保険年金課、生活安全課】

※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。

基本方針3 消費生活における安全・安心の確保

高度情報化・グローバル化が進展する中、市民が消費者として生命・身体・財産の安全を確保し、安心して豊かな消費生活を送ることができるよう、関連法や条例に則り、商品・サービス・食品等の安全・安心の確保に取り組みます。

アンケート調査によると、高齢者が消費者トラブルに遭わないために有効な対策として「悪質事業者に対する規制や指導を強化する」が上位に挙がっています。また、食品を購入する際に、「賞味期限（消費期限）」をはじめとする表示に大きな関心が寄せられています。

食品の産地偽装やサービス内容の虚偽表示など、事業者と消費者の知識・情報の差が拡大する中、消費者の被害防止や、被害回復に向けた積極的な取り組みが欠かせません。一方で、消費関連法制の複雑化や改定に対して、個々の事業者がその内容を完全に把握し、実践することは非常に困難な面もあります。

そのため、表示や取引の適正化に向けて、事業者への情報提供や指導を推進します。さらには、長期的視野に立った安全・安心の確保と、持続可能な社会の実現に向けて、市民、事業者の環境問題等への主体的な取り組みを支援します。

3-1 公正な事業活動の推進

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、日光市消費生活条例等に則り、市内の事業活動における表示や取引が適正に行われるよう、指導・助言を推進します。

●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。毎年、市内店舗3か所で実施していますが、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。

【担当課：生活安全課】

●取引の適正化への取組

平成29年4月に施行した「日光市消費生活条例」の規定に基づき、取引の適正化についての取り組みを始めました。広報・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。

【担当課：生活安全課】

3-2 商品・サービス・食品等の安全・安心の確保

商品・サービス・食品等、消費者の視点に立って、安全・安心の確保に向けた点検、検査、情報提供を実施します。

●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。

【担当課：生活安全課】

●リコール※商品よる事故、特殊詐欺の手口等の情報提供

消費者庁等からのリコール商品や新しい特殊詐欺の手口などで緊急性を要する情報についてはすみやかに周知を図ります。

【担当課：生活安全課】

●家庭内におけるHACCP（ハサップ）※の推奨

家庭内での食中毒予防として、宇宙食から生まれた食品の衛生管理手法であるハサップ（危害分析重要管理点）を推奨し、食の衛生管理について周知を図ります。

【担当課：生活安全課】

●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、市内3か所の施設で放射性物質検査を行っています。今後も引き続き検査を継続し、市民の安全・安心に対する不安の解消を図ります。

【担当課：農林課】

●公益通報者保護制度

内部告発等で、事業所の従業員等が企業活動内での不正等を告発した際、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作ること、消費者の安全を守ります。

【担当課：生活安全課】

※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。

※HACCP（ハサップ）：（Hazard Analysis and Critical Control Point）の略。食品の中に潜む危害要因（ハザード）を科学的に分析し、それが除去、あるいは安全な範囲まで低減できる工程を常に管理し記録する食品衛生管理手法。

3-3 持続可能な社会に向けた取り組みの推進

日頃から地域で、子どもや高齢者など、消費者被害となりやすい人たちへの見守りを行うとともに、ごみの減量化など、市民、団体、事業者等が連携し、安全で持続可能な社会づくりに向けた取り組みを推進します。

●日常的な見守り体制の構築

高齢者や障がい者など、特に消費生活における被害者となりやすい人たちに対して、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るよう、地域での顔の見える関係づくりを推進します。

【担当課：社会福祉課、高齢福祉課】

●3R（アール）の推進

一般廃棄物処理基本計画に基づき、3R（リサイクル：再生利用、リユース：再利用、リデュース：発生抑制）を推進し、環境への負荷の少ない資源循環型社会を目指します。

【担当課：廃棄物対策課】

●食品ロス削減への対応

食品ロスの現状や食品ロス削減に向けての取り組み方を出前講座やイベントなどの際に啓発し、家庭からの食品ロスの削減を目指します。また、小中学校においても食品ロスについて学習し、「もったいない」意識を育みます。

【担当課：生活安全課、学校教育課、廃棄物対策課】

●低炭素社会づくり

地球温暖化防止に向けて、温室効果ガス排出量の削減を実現するために、省資源、省エネルギー対策を進め、環境に配慮した行動の普及・促進及び再生可能エネルギーの適正推進などに取り組めます。

【担当課：環境課】

第5章 計画の推進

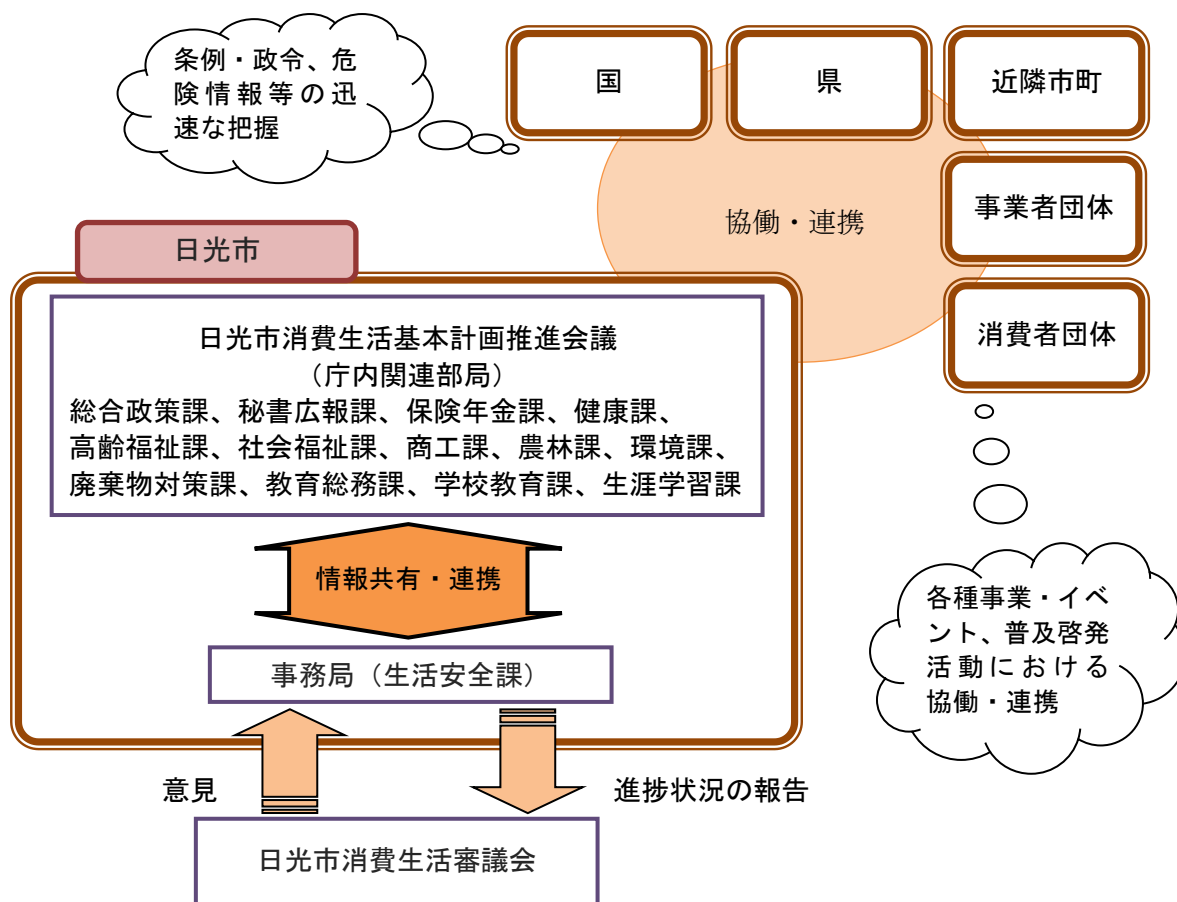
第1節 推進体制の整備

本計画の推進にあたっては、生活安全課を事務局として、庁内関連部局で構成される「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。

本計画に掲げた多様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、法制度の改定や危険情報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。

■推進体制(イメージ)



第2節 検証と評価

本計画を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 相談体制の充実

指標	現状 (平成29年度)	目標 (平成34年度)	考え方
消費生活センターの認知度	35.9%	50.0%	市民アンケート 「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
被害にあった際に、相談できる相手がいなかった人の割合	20.5%	15.0%	市民アンケート 被害にあった際に、誰にも相談しなかった理由について「相談できる相手がいなかった」の割合

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	現状 (平成29年度)	目標 (平成34年度)	考え方
情報モラル教育の充実	7校	10校	情報モラル講話実施校
出前講座の実施件数	19件 (平成28年度実績)	40件	消費生活関連講座の実施件数

基本方針3 消費生活における安全・安心の確保

指標	現状 (平成29年度)	目標 (平成34年度)	考え方
立ち入り検査の実施	3件	8件	消費者三法に基づく事業所等への立ち入り検査の実施回数
食品ロスの認知度	—	60.0%	市民アンケートから、食品ロスの認知度を把握



資料

1 日光市消費生活審議会規則

平成 29 年 3 月 31 日

規則第 28 号

(趣旨)

第 1 条 この規則は、日光市消費生活条例(平成 29 年日光市条例第 2 号)第 31 条第 6 項の規定に基づき、日光市消費生活審議会(以下「審議会」という。)の組織及び運営に関し必要な事項を定めるものとする。

(会長及び副会長)

第 2 条 審議会に会長及び副会長 1 人を置き、委員の互選によりこれを決定する。

2 会長は、審議会を代表し、会務を総理する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第 3 条 審議会の会議(以下「会議」という。)は、会長が招集し、その議長となる。

2 会長は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 会議の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

(意見等の聴取)

第 4 条 審議会は、必要があると認めたときは、委員以外の者に会議への出席を求め、その意見若しくは説明を聴き、又は必要な書類の提出を求めることができる。

(庶務)

第 5 条 審議会の庶務は、市民生活部生活安全課において処理する。

(その他)

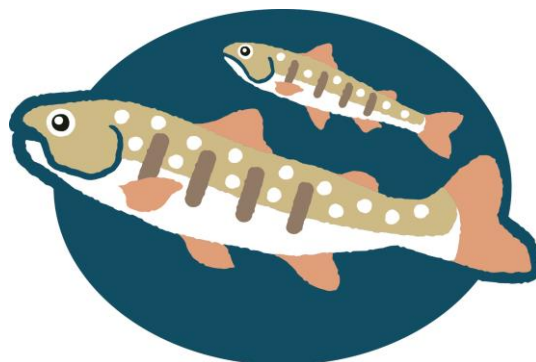
第 6 条 この規則に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、会長が審議会に諮って定める。

附 則

この規則は、平成 29 年 4 月 1 日から施行する。

2 日光市消費生活審議会審議委員名簿

	役職	氏名	選出団体等	区分
1	会長	阿久津 常子	日光市直売所等連絡協議会（農業士）	その他市長が認める者
2	副会長	片山 賀姿子	商工会議所 女性会	その他市長が認める者
3	委員	秋山 良平	弁護士（消費生活センター相談業務委託先）	学識経験者
4	委員	岡本 歩	公募委員	消費者を代表する者
5	委員	兼目 和子	日光市消費者友の会	消費者団体を代表する者
6	委員	小林 弘美	日光市今市地域消費者リーダー連絡会	消費者団体を代表する者
7	委員	岡田 幸子	日光消費生活連絡会	消費者団体を代表する者
8	委員	関根 麻里子	日光市消費生活相談員	その他市長が認める者
9	委員	星野 仁志	栃木県食品衛生協会今市支部 日光分会	その他市長が認める者
10	委員	安野 聖美智	今市警察署 生活安全課	その他市長が認める者



3 日光市消費生活条例

平成 29 年 3 月 6 日

条例第 2 号

目次

- 第 1 章 総則(第 1 条—第 10 条)
- 第 2 章 消費者への支援(第 11 条・第 12 条)
- 第 3 章 消費者の保護
 - 第 1 節 危害の防止(第 13 条—第 15 条)
 - 第 2 節 表示等の適正化(第 16 条—第 26 条)
- 第 4 章 消費者教育等の推進(第 27 条)
- 第 5 章 苦情等の処理(第 28 条—第 30 条)
- 第 6 章 日光市消費生活審議会(第 31 条)
- 第 7 章 雑則(第 32 条)

附則

第 1 章 総則

(目的)

第 1 条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差に鑑み、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、市、事業者及び事業者団体の責務並びに消費者及び消費者団体の役割を明らかにするとともに、その施策について必要な事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する施策(以下「消費者施策」という。)を総合的に推進し、もって市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。

(定義)

第 2 条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- (1) 商品 消費者が消費生活において使用する物をいう。
- (2) サービス 消費者が消費生活において使用し、又は利用するもので、商品以外のものをいう。
- (3) 消費者 商品又はサービスを使用し、又は利用して消費生活を営む者をいう。
- (4) 事業者 消費者に対して消費生活の用に供する商品又はサービスの製造、販売、提供その他これらに類する行為を業として行う者をいう。
- (5) 事業者団体 事業者の共通の利益の増進のため事業者により組織された団体をいう。
- (6) 消費者団体 消費者が消費生活の安定のため、自主的に組織する団体をいう。
- (7) 取引等 契約の締結についての勧誘、契約の締結その他これらに類する行為をいう。

(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れなければならない。

- (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、高度情報通信社会、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。

(市の責務)

- 第4条 市は、前条に規定する基本理念にのっとり、消費者施策を策定し、実施する責務を有する。
- 2 市は、消費者施策の策定及び実施に当たっては、消費者の安全を確保し、消費者及び消費者団体の意見を反映するよう努めるものとする。
 - 3 市は、消費者施策の策定に当たっては、国及び県と役割を分担し、国及び県の施策との整合性を図るとともに、その実施に当たっては、必要に応じて国、県その他関係機関との連携に努めるものとする。
 - 4 市は、消費者の自主的かつ合理的な行動を支援するため、必要な措置を講ずるよう努めるものとする。
 - 5 市は、消費者団体が行う消費生活の安定及び向上に資する健全かつ自主的な活動の支援に努めるものとする。

(事業者の責務)

- 第5条 事業者は、第3条に規定する基本理念に鑑み、その供給する商品等について、次に掲げる責務を有する。
- (1) 消費者の安全及び消費者との取引等における公正を確保すること。
 - (2) 消費者に対し、必要な情報を明確かつ平易に提供すること。

- (3) 消費者との取引等に際して、消費者の年齢、知識、経験及び財産の状況等の多様な特性に配慮すること。
 - (4) 消費者の個人情報を慎重かつ適正に取り扱うこと。
 - (5) この条例及び関係法令を遵守するとともに、消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
 - (6) 環境の保全に配慮すること。
 - (7) 市が実施する消費者施策に協力すること。
- 2 事業者は、消費者の意向を事業活動に反映させ、その供給する商品等について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。
- 3 事業者は、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めなければならない。
(事業者団体の責務)
- 第6条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の事業者が消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。
- 2 事業者団体は、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。
- 3 事業者団体は、市が実施する消費者施策に協力するよう努めるものとする。
(消費者の役割)
- 第7条 消費者は、自ら進んで消費生活に関する必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。
- 2 消費者は、消費生活について、環境への負荷の低減その他の環境の保全に配慮するよう努めなければならない。
(消費者団体の役割)
- 第8条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。
- 2 消費者団体は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。
(相互協力)
- 第9条 第4条から前条までに定めるもののほか、市、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体は、相互に連携及び協力をして、消費者の利益の擁護及び増進に努めなければならない。
(消費生活基本計画)
- 第10条 市長は、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため、消費生活に関する基本的な計画(以下「基本計画」という。)を策定するものとする。
- 2 市長は、基本計画の策定に当たっては、第31条に規定する日光市消費生活審議会の意見を聴かなければならない。

第2章 消費者への支援

(情報の収集及び提供)

第11条 市長は、消費生活に関する情報を収集するとともに、消費者に必要な情報を適切かつ迅速に提供するよう努めるものとする。

(消費者の特性への配慮等)

第12条 市長は、年齢その他の特性により特に配慮が必要な消費者に対する支援を行うときは、当該消費者が日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し協力を求める等によりその特性に応じた支援を行うよう努めるものとする。

第3章 消費者の保護

第1節 危害の防止

(欠陥商品等の供給の禁止)

第13条 事業者は、常に必要な措置を講ずることにより、消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれのある商品等(以下「欠陥商品等」という。)を消費者に供給してはならない。

(欠陥商品等に対する事業者の措置)

第14条 事業者は、その供給する商品等が欠陥商品等に該当すると認めたときは、直ちに当該商品等について、公表、回収、改善その他の必要な措置を講じなければならない。

(欠陥商品等に対する市長の措置)

第15条 市長は、欠陥商品等が消費者の生命、身体又は財産について重大な危害を発生させ、又は発生させるおそれがある場合において、当該商品等が欠陥商品等であることが明白であり、かつ、当該危害を防止するため緊急の必要があると認めるときは、法令に基づく措置が講じられる場合を除き、直ちに当該商品等の名称、これを供給する事業者の名称及び所在地その他必要な事項を市民に周知しなければならない。

第2節 表示等の適正化

(表示の適正化)

第16条 事業者は、その供給する商品等について、消費者がその購入又は使用若しくは利用に際し、消費者がその選択を誤ることにより消費者の利益が損なわれないようにするため、その品質、用途、内容、価格、量目その他必要な事項を適正に表示するよう努めなければならない。

(広告等の適正化)

第17条 事業者は、その供給する商品等について、虚偽又は誇大な表現その他消費者が選択を誤るおそれがある広告又は宣伝をしないよう努めなければならない。

(包装の適正化)

第18条 事業者は、その供給する商品について、品質保全上必要な限度を超え、商品の内容を著しく誇張する等の過大な包装を行わないよう努めなければならない。

(計量の適正化)

第19条 事業者は、その供給する商品等について、適正な計量を実施するよう努めなければならない。

(不適正な取引行為の禁止)

第 20 条 事業者は、消費者との間で行う商品等の取引等に関し、次の各号のいずれかに該当する行為であって規則で定めるもの(以下「不適正な取引行為」という。)を行ってはならない。

- (1) 消費者に対し、不実のことを告げ、誤信を招く情報を提供し、威迫し、心理的に不安な状態に陥れ、又は執ように説得する等の不適正な方法で取引等をさせる行為
- (2) 消費者に対し、著しく不利益をもたらす不適正な内容の取引等をさせる行為
- (3) 消費者に対し、契約(契約の成立について、当事者間で争いのあるものを含む。)に基づく債務の履行を不当に強要し、若しくは不当に拒否し、消費者の正当な根拠に基づく契約の解除、取消等を妨げ、又は契約の解除、取消等によって生ずる債務の履行を拒否し、若しくは正当な理由がなく遅延させる行為
- (4) 商品等の販売等をする事業者又はその取次店等実質的に販売等をする事業者からの商品等の購入を条件又は原因として、信用の供与をする契約又は保証を受託する契約(以下「与信契約等」という。)について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、取引等をさせ、又は消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を強要する行為

(不適正な取引行為に関する調査)

第 21 条 市長は、事業者が不適正な取引行為を行っている疑いがあると認めるときは、事業者に対し、その行為の方法、内容その他の事項について調査を行うことができる。

2 市長は、前項の規定に基づく調査を行うに当たっては、必要に応じて国、県その他関係機関に対し、協力を求め、連携を図るものとする。

(立入調査等)

第 22 条 市長は、前条第 1 項の調査を行うに当たり、必要があると認めるときは、この条例の施行に必要な限度において、その職員をして事業者の事務所、営業所その他の事業を行う場所に立ち入らせ、帳簿、書類、設備その他の物件を調査させ、又は関係人に質問させることができる。

2 前項の規定による立入調査をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係人から求められた場合は、直ちにこれを提示しなければならない。

3 第 1 項の規定による権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

(事業者に対する資料提出の要求)

第 23 条 市長は、第 21 条第 1 項の調査を行うに当たり、必要があると認めるときは、事業者に対し当該行為の正当性等を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が正当な理由がなく当該資料を提出しないときは、第 20 条各号の不適正な取引行為をしたものとみなす。

(指導及び勧告)

第 24 条 市長は、事業者が第 13 条又は第 20 条の規定に違反していると認めるときは、当該事業者に対し、その違反を是正するための措置その他必要な措置を講ずるべきことを指導し、又は日光市消費生活審議会の意見を聴いて勧告することができる。

(公表)

第 25 条 市長は、前条の勧告をした場合において、当該事業者が正当な理由がなくその勧告に従わないときは、日光市消費生活審議会の意見を聴いて、その者の氏名又は名称、その勧告内容その他必要な事項を公表することができる。

2 市長は、前項の公表をしようとするときは、当該事業者に対し、その旨を通知し、意見を述べる機会を与えなければならない。ただし、当該事業者が意見を述べることに応じないとき、緊急のとき、又は当該事業者の所在が不明で通知できないときは、この限りでない。

(不適正な取引行為等に係る情報の提供)

第 26 条 市長は、次に掲げる場合であって、不適正な取引行為等による被害の発生及び拡大を防止するために必要があると認めるときは、第 24 条に規定する指導又は勧告を行わず、その行為の方法、内容その他の必要な情報を市民に提供することができる。

(1) 不適正な取引行為等に関する苦情の処理の申出が相当数あり、消費者に重大な被害が生じ、又は生ずるおそれがある場合

(2) 前号に掲げる場合のほか、消費者に重大な被害が生じ、又は生ずるおそれがあり、かつ、対応に緊急性が必要とされる場合

2 市長は、前項の規定による情報の提供をしようとするときは、あらかじめ当該事業者に対し、その旨を通知し、意見を述べる機会を与えなければならない。ただし、当該事業者が意見を述べることに応じないとき、又は当該事業者の所在が不明で通知できないときは、この限りでない。

第 4 章 消費者教育等の推進

(啓発活動及び教育等の推進)

第 27 条 市は、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況に鑑み、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講じ、消費者教育を推進するものとする。

2 市は、消費者教育に携わる人材の育成及び消費者教育に使用される教材等の充実に努めるものとする。

第 5 章 苦情等の処理

(苦情等の処理)

第 28 条 事業者は、商品等の供給その他消費者と事業者との取引等に関して生じた消費者の苦情又は相談(以下「苦情等」という。)に誠意をもって応じ、これを適切かつ迅速に処理しなければならない。

2 市長は、消費者から苦情等の申出があったときは、当該苦情等を解決するために必要な助言、あっせんその他の措置を講ずるものとする。

3 市長は、前項の措置を講ずるために必要があると認めるときは、事業者又は関係者に対し、資料の提出、報告又は説明を求めるとともに、必要な調査を行うことができる。

- 4 市長は、前2項の苦情等の処理を行うに当たっては、必要に応じ、国、県その他関係機関との連携に努めるものとする。

(専門的な人材の確保等)

- 第29条 市長は、苦情等を専門的知見に基づき適切かつ迅速に処理するため、専門的知識及び経験を有する相談員の確保、相談員の資質の向上その他の必要な施策を講ずるものとする。

(市長への申出)

- 第30条 消費者は、この条例の規定に違反する事業活動により、消費者の利益が害されている疑いがあるときは、市長に対し、その旨を申し出て、適切な措置を講ずるよう求めることができる。

- 2 市長は、前項の規定による申出があったときは、必要な調査を行い、その申出の内容が事実であると認めるときは、この条例に基づく措置その他適切な措置を講ずるものとする。

- 3 市長は、前項の措置を講じた場合において、消費者の利益の擁護及び増進を図るため必要があると認めるときは、第1項の規定による申出の内容並びにその処理の経過及び結果を公表するものとする。

第6章 日光市消費生活審議会

- 第31条 この条例の規定により定められた事項並びに市長の諮問する消費生活の安定及び向上に関する事項を調査審議するため、日光市消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

- 2 審議会は、10人以内の委員をもって組織する。

- 3 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 消費者を代表する者
- (3) 消費者団体を代表する者
- (4) 前3号に掲げる者のほか、市長が特に必要と認める者

- 4 委員の任期は、2年とする。ただし、再任を妨げない。

- 5 委員に欠員を生じたときの補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

- 6 前各号に定めるもののほか、審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

第7章 雑則

(委任)

- 第32条 この条例の施行に関し、必要な事項は、規則で定める。

附 則

(施行期日)

- 1 この条例は、平成29年4月1日から施行する。

(日光市特別職の職員で非常勤のものの報酬及び費用弁償に関する条例の一部改正)

- 2 日光市特別職の職員で非常勤のものの報酬及び費用弁償に関する条例(平成18年日光市条例第43号)の一部を次のように改正する。

〔次のよう〕略



日光市消費生活基本計画

発 行：日光市

編 集：日光市市民生活部生活安全課

所在地：〒321-1292 栃木県日光市今市本町1番地

TEL：0288-21-5112 FAX：0288-21-5109

発行年月：平成30年3月

