

令和元年11月18日  
総務委員会提出資料

# 第3期帯広市消費生活基本計画 (原案)

令和元年11月  
帯広市

# 目次

第1章 計画の基本的な考え方 .....	1
1 計画の目的 .....	1
2 計画の位置づけ .....	1
3 計画期間 .....	1
第2章 計画策定の背景 .....	1
1 消費者を取り巻く環境 .....	1
2 国や北海道の動き .....	1
3 帯広市における現状と課題 .....	3
4 消費者教育の推進 .....	7
第3章 計画の基本方針と施策 .....	8
<b>基本方針Ⅰ 消費生活の安全・安心</b> .....	9
1 危害等の防止 .....	9
2 事業活動の適正化の推進 .....	10
3 取引の適正化の推進 .....	11
4 商品やサービス等の確保と物価の安定化 .....	11
<b>基本方針Ⅱ 消費生活の自立支援</b> .....	12
5 消費者教育の推進 .....	12
6 消費者啓発・情報提供の推進 .....	13
7 消費者団体への支援 .....	13
8 消費者意見の反映 .....	14

<b>基本方針Ⅲ 消費者被害の救済</b> .....	14
9 相談機能の充実 .....	14
10 あっせんと調定 .....	15
11 訴訟の支援 .....	16
<b>基本方針Ⅳ 環境保全への配慮</b> .....	16
12 環境保全の推進 .....	16
13 地域資源の活用 .....	17
<b>第4章 計画の推進</b> .....	<b>17</b>
1 推進体制.....	17
2 検証と評価 .....	17
3 計画の指標 .....	18
<b>参考資料</b> .....	<b>19</b>

## 第1章 計画の基本的な考え方

### 1 計画の目的

第3期帯広市消費生活基本計画（以下「計画」という。）は、消費者の権利の尊重及びその自立の支援等を基本理念とする帯広市消費生活条例第10条<sup>\*1</sup>の規定に基づき、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するための基本方針と施策を明らかにすることを目的として策定するものです。

※1：帯広市消費生活条例より抜粋  
（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の基本となる計画（以下「消費生活基本計画」という。）を定めなければならない。

### 2 計画の位置付け

この計画は、消費者教育の推進に関する法律第10条の2に定める消費者教育推進計画として位置付けるとともに、複雑・多様化する消費者問題に対応し、市民の消費生活の安定と向上を図るため、消費生活に関する分野計画として、第七期帯広市総合計画に即して策定します。

### 3 計画期間

この計画の期間は、2020（令和2）年度から2024（令和6）年度までの5年間とします。なお、消費者を取り巻く環境が大きく変化した場合は、必要に応じて適切な見直しを行います。

## 第2章 計画策定の背景

### 1 消費者を取り巻く環境

消費者を取り巻く環境は、少子高齢化の進行や情報化の急速な進展等により消費生活や消費行動、消費者被害の内容も変化しています。

これらの変化に適切に対応していくために、消費者行政の実施体制の充実・強化、また、制度の積極的な活用など消費者の利益の擁護・増進を図ることが必要とされています。

### 2 国や北海道の動き

#### （1）国の動き

国においては、平成20年に「消費者行政推進基本計画」を策定し、平成21年9月には「消費者安全法<sup>\*2</sup>」が施行されると同時に、消費者行政を一元的に所管する「消費者庁」を設立しました。また、平成22年度から平成26年度までの5か年の第2次「消費者基本計画」が策定されました。

平成24年8月には、被害の発生・拡大防止を図る消費者安全法の改正が行われ、さらに、不当な勧誘行為を規制した特定商取引法の改正、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、消費生活の安定及び向上を目的に「消費者教育の推進に関する法律」（以下「推進法」という。）が制定され、消費者教育の基本理念や、「消費者教育<sup>※3</sup>」及び「消費者市民社会<sup>※4</sup>」が定義付けられるとともに、消費者教育推進における地方公共団体の責務等が示され、「消費者教育推進計画」の策定が努力義務として規定されました。

平成26年6月の消費者安全法の改正では、消費生活センターを設置する自治体における条例制定の義務化や、公営者等の見守り活動を支援する制度などが盛り込まれ、平成27年3月には、第3次となる「消費者基本計画」が策定されました。

平成27年7月には地方公共団体が設置している、身近な消費生活相談窓口を案内する消費者ホットライン「188」の運用が開始されました。

令和4年4月から施行される民法の一部を改正する法律<sup>※5</sup>（平成30年6月公布）による成年年齢の引き下げ（20歳から18歳に引き下げられる）を見据え、学習指導要領が改訂され、令和2年度以降、順次実施されることになり、小・中学校や高等学校等における消費者教育の内容が充実されるほか、若年者の自立支援に係る取り組みの推進など、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のための取り組みが実施されています。

## （2）北海道の動き

北海道においては、平成21年10月に「北海道消費生活条例」を改正し、平成22年度から4か年の「北海道消費生活基本計画」が策定され、平成27年3月には、平成26年度から平成30年度までの概ね5年間を計画期間とする第2次計画が策定されました。

この計画では、推進法の制定を踏まえ、誰もが生涯を通じて様々な場で消費者教育を受けることができる機会の提供や、高齢者等の消費者被害を防止するための施策について重点的に取り組むこととしています。

なお、第2次計画については、北海道消費生活条例の見直し状況や、国の次期消費者基本計画の内容等を反映することが適当であることから終期を1年延長し、令和元年度までとしました。

### ※2：消費者安全法

平成21年9月に施行され、消費者の消費生活における被害を防止し、その安全を確保することを目的としています。

### ※3：消費者教育

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（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動のこと。

## ※4：消費者市民社会

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。

## ※5：民法の一部を改正する法律

民法の成年年齢を20歳から18歳に引き下げることを内容とするもので、若者が自らの判断によって人生を選択することができる環境を整備するとともに、その積極的な社会参加を促し、社会を活力あるものにするため、令和4年4月1日から施行されます。

## 3 帯広市における現状と課題

## (1) 帯広市消費生活条例

帯広市では、市民の消費生活の安定及び向上を目的として、昭和59年に「帯広市消費生活安定条例」を制定し、地域で長年活動に取り組む帯広消費者協会と連携しながら、消費者行政をすすめてきました。

平成23年4月に施行した新たな「帯広市消費生活条例」（以下「条例」という。）には、消費者の権利の尊重や消費者の自立支援等の基本理念や、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するための計画策定等を明記しており、平成28年4月には消費者安全法の改正に伴い、条例の一部を改正し、消費生活アドバイスセンターの組織及び運営等に関する事項を追加しました。

## (2) 消費生活の現状

帯広市における消費生活相談の件数は、毎年1,500件程度と横ばいで推移しており、消費者被害等のトラブルは絶えません。このうち、60歳以上の高齢世代からの相談が、全体の3割台から4割台へと近年は増加傾向にあるほか、高度情報通信社会の進展により情報通信機器に係る相談を含む「運輸・通信サービス」に係る相談が、世代を問わず上位となっています。

警察庁によると、全国の特種詐欺は平成26年に過去最悪の被害総額を記録し、翌年以降の被害総額は減少傾向にあるものの、認知件数は平成25年に1万件を超えて以降毎年増え続け、平成28年に約1万4千件、平成29年には、いわゆるオレオレ詐欺が急増したため約1万8千件に跳ね上がり、平成30年も約1万6千件と高水準で推移しています。

帯広市内でも、特種詐欺と思われる電話やメールなどに関する市民からの相談が続いており、平成29年度以降ではハガキ等による架空請求の相談が急増し、十勝管内でも多額の被害が確認されています。

最近では市職員や消防職員を騙り、世帯構成などを聞き出す不審電話も頻発しています。

① 相談件数の推移（図－1参照）

消費生活アドバイスセンターに寄せられた平成30年度の相談件数は、前年度より124件減少し1,517件となっていますが、これは平成29年度に架空請求ハガキによる相談が全国的に増加したものであり、平成26年度以降はほぼ横ばいで推移しています。

② 年代別相談件数（図－1参照）

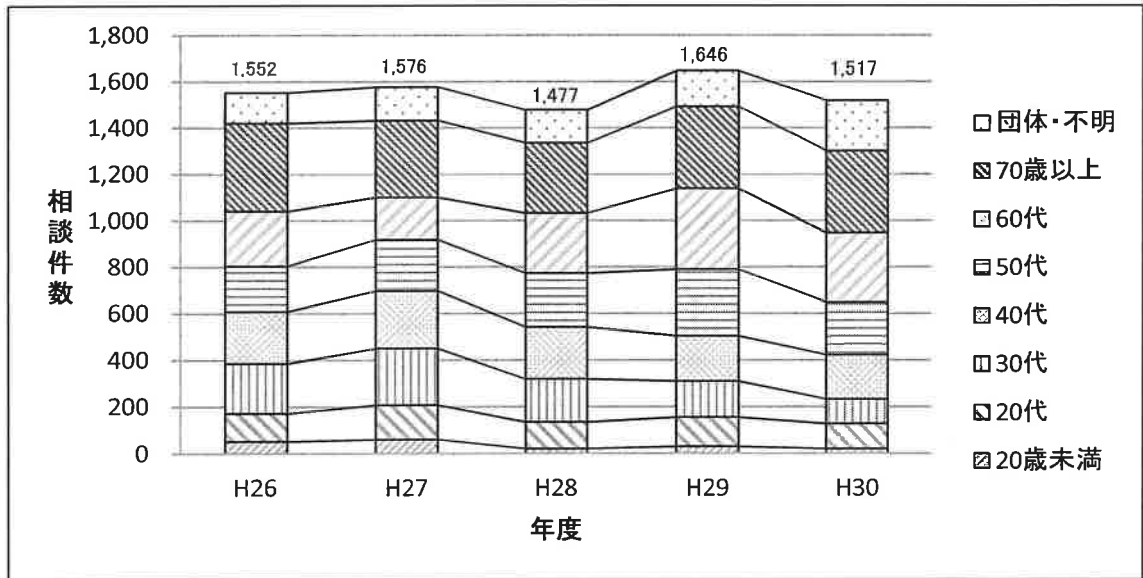
この5年間の相談件数を年代別にみると、20歳未満では、相談全体に占める割合が平成26年度と27年度は3%台でしたが、平成28年度以降は1%台に減少しています。

20歳代から50歳代にかけても、平成27年度は54.4%と前年度と比べ約7%高くなりましたが、平成28年度以降は減少傾向で推移しており、消費活動が活発な30歳代から50歳代についても、平成29年度からは40%台から30%台へと減少傾向にあります。

60歳代は、平成26年度の15.3%と比べ、架空請求が増加した平成29年度は21.1%、平成30年度は19.6%と増加しております。

70歳以上では、平成26年度の24.4%から若干減少していますが、件数、割合とも高い数字となっており、依然として高齢者の相談は多い状況です。

図－1 年度別・年代別相談件数



（単位：件、％）

年代	H26		H27		H28		H29		H30	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
団体・不明	133	8.6%	144	9.1%	143	9.7%	155	9.4%	217	14.3%
70歳以上	379	24.4%	332	21.1%	303	20.5%	354	21.5%	354	23.3%
60代	237	15.3%	182	11.5%	258	17.5%	347	21.1%	298	19.6%
50代	195	12.6%	220	14.0%	231	15.6%	286	17.4%	225	14.8%
40代	223	14.4%	247	15.7%	223	15.1%	194	11.8%	190	12.5%
30代	213	13.7%	243	15.4%	184	12.5%	154	9.4%	105	6.9%
20代	119	7.7%	147	9.3%	114	7.7%	125	7.6%	107	7.1%
20歳未満	53	3.4%	61	3.9%	21	1.4%	31	1.9%	21	1.4%
合計	1,552	100%	1,576	100%	1,477	100%	1,646	100%	1,517	100%

資料：帯広市消費生活アドバイスセンター

## ③ 商品・役務別相談件数（表－1参照）

この5年間の相談件数を商品・役務別にみると、いずれの年度も、最も多かった内容は運輸・通信サービスに関する相談であり、次に多かったのは商品一般に関する相談となっています。

運輸・通信サービスに関する相談の内容は、パソコンやスマートフォン等による「ワクリック詐欺」、副業や出会い系サイト勧誘等の通信情報サービス料金の不当請求などに関する相談や、インターネットの通信販売等のトラブルに関する相談となっています。

次に多かった商品一般に関する相談の内容は、平成29年度に急増した、大手通販会社を名乗ったSNSメールや、裁判をほのめかすハガキ等による商品不明の架空請求や、不用品買取の勧誘電話などとなっています。

## ④ 高齢者の相談の特徴（図－1、表－2参照）

60歳以上の相談件数は平成30年度が652件で、全体の43%を占めています。

商品・役務別にみると、60歳代及び70歳以上では商品一般に関する相談が他の年代と違い最も多くなっていますが、ほとんどがハガキ等による架空請求の相談となっています。電子メール等により不特定多数へ大量送付する手口が目立つ架空請求でしたが、詐欺の防止策や注意喚起が広く行われたこともあり、ここ数年はハガキ等によるものが増加しています。

高齢化の進行に伴い、高齢者の消費者被害に関する相談は増加しています。高齢者は「お金」「健康」「孤独」の三つの大きな不安を持つと言われており、その不安に付け込む特殊詐欺や悪質商法の手口による被害が多くみられ、一度被害に遭った高齢者が再び狙われるケースも増えています。



一般的に、年齢を重ねるとともに判断力や理解力が低下すると言われており、点検商法<sup>※6</sup>やSF商法（催眠商法）<sup>※7</sup>、次々販売<sup>※8</sup>等の悪質商法の被害に遭いやすい傾向があります。また、本人の気付かぬままに被害が深刻化していることもあります。

※6：点検商法

点検に来たと言って来訪し、「布団にダニがいる」「工事をしないと危険」等と言って、商品やサービスを契約させる商法のこと。

※7：SF商法（催眠商法）

狭い会場に人を集め、販売員が巧みな話術で場を盛り上げながら、「ハイ、ハイと手を上げさせるなどして、ただ同然で日用品等を配り、冷静な判断ができない高揚した雰囲気の中で高額な商品を売りつける商法のこと。

※8：次々販売

一度契約をした消費者に対し、問題のある販売方法で次々と新たな契約をさせる商法のこと。

⑤ 若年者の相談の特徴（図－1、表－2参照）

20歳未満からの相談の全体に占める割合は、3%台から1%台と減少傾向で推移しており、相談件数も平成26年度が53件、平成27年度が61件だったものが、平成29年度が31件、平成28年度と30年度が21件と減少しています。しかし、今後成年年齢の引下げにより、貸貸やクレジットカードの契約等の相談が増加すると予想されます。

20歳代についても、平成27年度の147件以降は減少傾向にあります。パソコンやスマートフォンなどの普及とともにSNSの利用が増え、便利さの半面、消費者被害に遭うきっかけにもなっています。また、進学や就職に伴い、知識や経験不足から事業者との情報格差によるトラブルに遭いやすい傾向にあります。

表－1 商品・役務別相談件数（上位5位まで）

		単位:件				
		H26 (総件数1,552)	H27 (総件数1,576)	H28 (総件数1,477)	H29 (総件数1,646)	H30 (総件数1,517)
1	運輸・通信サービス		運輸・通信サービス	運輸・通信サービス	運輸・通信サービス	運輸・通信サービス
		410	438	449	444	337
2	金融・保険サービス		金融・保険サービス	金融・保険サービス	商品一般	商品一般
		156	154	108	309	314
3	食料品		教養娯楽品	食料品	金融・保険サービス	金融・保険サービス
		105	115	102	98	111
4	教養娯楽品		レンタル・リース	教養娯楽品	食料品	レンタル・リース
		102	106	98	90	91
5	商品一般		食料品	レンタル・リース	レンタル・リース	食料品
		84	87	88	89	83

※独立行政法人国民生活センターの分類による

表－2 平成30年度 年代別、商品・役務別相談件数（上位5位まで）

		単位：件					
	20歳未満 (総件数21)	20歳代 (総件数107)	30歳代 (総件数105)	40歳代 (総件数190)	50歳代 (総件数225)	60歳代 (総件数298)	70歳以上 (総件数354)
1	運輸・通信サービス 10	運輸・通信サービス 28	運輸・通信サービス 27	運輸・通信サービス 44	運輸・通信サービス 62	商品一般 119	商品一般 82
2	商品一般 2	金融・保険サービス 14	レンタル・リース 18	商品一般 28	商品一般 59	運輸・通信サービス 61	運輸・通信サービス 75
3	被服品 2	レンタル・リース 13	金融・保険サービス 9	レンタル・リース 20	金融・保険サービス 13	金融・保険サービス 17	食料品 33
4	車両・乗り物 2	内職・副業・連鎖 9	被服品 7	教養娯楽品 16	食料品 9	食料品 10	金融・保険サービス 26
5	— —	保健・福祉サービス 7	食料品 6	金融・保険サービス 13	車両・乗り物 9	他の役務 10	教養娯楽品 20

※独立行政法人国民生活センターの分類による

資料：帯広市消費生活アドバイスセンター

### (3) 消費生活の課題

消費者を取り巻く社会情勢は刻々と変化し、インターネットの普及や取引形態の多様化など、消費者の利便性は飛躍的に向上している一方で、消費者と事業者間にある情報量や交渉力の格差は拡大しており、消費者トラブルの内容も複雑・多様化しています。

また、消費者トラブルを誰にも相談できずにいる場合や、被害を被ったことに本人が気付いていない場合もあり、次々に被害を受けるケースもみられます。

帯広市においては、氾濫する情報の中で、市民自らが知識や情報を収集し、適切に判断し行動する自立した消費者となるよう、消費者教育を推進していく必要があります。

また、市民に最も身近な相談窓口である消費生活アドバイスセンターにおける様々な相談への迅速な対応や、高齢者等の消費者被害を防止するため、関係機関等が連携し、地域全体で見守っていく必要があります。

さらに、成年年齢引下げを控え、若年者の消費者被害を防止するため、若年者に対する消費者教育の充実を図っていく必要があります。

### 第3章 計画の基本方針と施策

#### ○施策体系

消費者施策を総合的に推進するため、4つの基本方針と13の施策を体系化しました。

施 策	
基本方針Ⅰ. 消費生活の安全・安心	
1. 危害等の防止	(1)商品等の安全性の確保 (2)食品等の安全性の確保
2. 事業活動の適正化の推進	(1)表示・広告の適正化 (2)包装の適正化 (3)計量の適正化
3. 取引の適正化の推進	(1)事業者に対する調査、指導、勧告等 (2)法令遵守のための周知、啓発
4. 商品やサービス等の確保 と物価の安定化	(1)生活関連商品等小売価格に関する調査及び情報提供 (2)特定生活関連商品等に関する指定、調査、勧告等
基本方針Ⅱ. 消費者の自立支援	
5. 消費者教育の推進	(1)学校における消費者教育 (2)地域における消費者教育 (3)職場における消費者教育
6. 消費者啓発・情報提供の推進	(1)情報提供の推進 (2)高齢者等の消費者被害の防止啓発
7. 消費者団体への支援	(1)消費者団体との連携 (2)自主的な活動への支援
8. 消費者意見の反映	(1)消費者施策への参画
基本方針Ⅲ. 消費者被害の救済	
9. 相談機能の充実	(1)消費生活相談の実施 (2)消費生活相談員の専門的知識の向上 (3)専門的知識を有する者等による相談の実施
10. あっせんと調停	(1)消費生活審議会によるあっせん・調停
11. 訴訟の支援	(1)消費者訴訟に要する費用の貸付等
基本方針Ⅳ. 環境保全への配慮	
12. 環境保全の推進	(1)環境に配慮した消費者の育成と事業活動の推進
13. 地域資源の活用	(1)地産地消等による循環型地域社会づくり

**基本方針 I 消費生活の安全・安心**

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、消費者の選択肢が広がり、消費生活が豊かになる一方、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。

**1 危害等の防止****(1) 商品等の安全性の確保**

商品やサービスなどに関し、消費者事故等に関する情報の収集や提供により安全・安心を確保し、危害等の防止を推進します。また、消費生活用製品安全法<sup>※9</sup>に基づく立入検査等を行います。

**(2) 食品等の安全性の確保**

消費生活を営むためには、食品等の安全・安心の確保が欠かせません。生産、流通、消費など様々な場面において情報収集等を行い、消費者に正確な情報を迅速に提供します。

主な取組内容
○消費生活用製品安全法に基づく特定製品に係る技術基準適合マーク等に関する立入検査等
○条例に基づく事業者への調査・勧告
○国、独立行政法人国民生活センター、北海道等と連携した消費者事故等に関する情報の収集と提供
○とちか広域消防事務組合を通じた老朽化消火器の安全な廃棄・リサイクルシステムの周知
○安全・安心で良質な地元産の農畜産物の消費拡大に向けた情報提供
○消費者への食育・農業理解の促進
○給食における使用食材の放射性物質測定

**※9：消費生活用製品安全法**

消費生活用製品による一般消費者の生命又は身体に対する危害の発生の防止を図るため、特定製品の製造、輸入及び販売を規制するとともに、消費生活用製品の安全性を確保するための民間事業者の自主的な活動を促進し、もって一般消費者の利益を保護することを目的として、昭和48年に制定されました。

立入検査対象となる特定製品とは、圧力なべ、乗車用ヘルメット、乳幼児用ベッド等同法施行令別表第1によるものです。

## 2 事業活動の適正化の推進

### (1) 表示・広告の適正化

不適切な表示や広告によって、消費者が商品等の選択を誤ることのないよう、家庭用品品質表示法など<sup>※10</sup>に基づく立入検査等を行います。

#### ※10：①家庭用品品質表示法

一般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、事業者が家庭用品の品質に関する表示を適正に行うよう要請し、一般消費者の利益を保護することを目的に制定されました。

#### ②電気用品安全法

電気用品の製造、輸入、販売等を規制するとともに、電気用品の安全性の確保につき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及び障害の発生を防止することを目的として制定されました。

#### ③ガス事業法に基づく立入検査

ガスの使用者の利益を保護し、及びガス事業の健全な発達を図るとともに、ガス用品の製造及び販売を規制することによって、公共の安全の確保等を目的として制定されました。

#### ④液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律に基づく立入検査

一般消費者等に対する液化石油ガス器具等の製造及び販売等を規制することにより、液化石油ガスによる災害を防止するとともに液化石油ガスの取引を適正にし、もって公共の福祉を増進することを目的として制定されました。

### (2) 包装の適正化

過剰包装の防止を事業者等に周知するとともに、消費者も簡易包装や包装資材の使用抑制に協力するよう啓発します。

### (3) 計量の適正化

取引や証明に使用される計量器の使用者は、計量法に基づき2年に1度の検査を受ける義務があります。内容量を表示して販売している商品は、店舗と品目を抽出し、表示された内容どおりであるか量目検査を実施します。また、消費者の計量意識の向上と、生産者・販売者の適正な計量の実施を確保するため、啓発活動等を行います。

主な取組内容
○家庭用品品質表示法ほかに基づく適正な品質表示事項等についての立入検査等
○過剰包装防止の事業者等への啓発
○レジ袋等の削減に向けた取り組みの推進
○計量法に基づく検査・指導
○ポスター・イベント等による計量制度の普及啓発

### 3 取引の適正化の推進

#### (1) 事業者に対する調査・指導・勧告等

消費者被害の発生や拡大を防止するため、事業者による不当な取引行為が行われている疑いがある場合、条例に基づき調査・指導・勧告を行い取引行為の適正化を図るとともに、当該事案に関する情報を市民に提供します。

#### (2) 法令遵守のための周知・啓発

事業者による不当な取引行為が広く認められる場合、事業者団体等を通じ事業者に法令遵守のための周知や啓発を行います。

主な取組内容
○条例に基づく事業者への調査・指導・勧告、情報提供
○事業者団体等を通じた周知・啓発

### 4 商品やサービス等の確保と物価の安定化

#### (1) 生活関連商品等に関する調査等

消費者が安心して消費生活を営むためには、商品やサービス等の安全が確保され、安定的に適正な価格で供給されることが大切です。

物価の動向や需給の状況、流通の実態等の情報を収集し、消費者に適切な情報提供を行います。

#### (2) 特定生活関連商品等に関する指定・調査・勧告等

原油価格の上昇や自然災害等により、生活関連物資の異常な価格上昇や品不足が生じた場合は、特に生活に関連性の高い商品及びサービス等を特定物資として指定し、価格の変動や流通状況の調査を行い、消費者の不安を解消するよう、正確で迅速な情報提供を行います。また、事業者の売り惜しみや著しく不当な価格設定に対し、勧告等を行います。

主な取組内容
○生活関連商品、石油製品及び年末における主要食料品等の小売価格調査
○条例に基づく特定物資の指定、事業者への調査・勧告等

**基本方針Ⅱ 消費者の自立支援**

消費者を取り巻く社会情勢は刻々と変化し、多種多様な商品、サービスの提供や新しい取引形態や決済の普及など消費者の利便性は飛躍的に向上し、その選択肢は大幅に拡大しており、消費者自身が知識や情報を収集し、適切に判断し行動していくことが求められています。このため、消費生活に関する情報提供や講座の開催により、自ら学び、考え、自ら行動する自立した消費者となるよう、支援を行います。

**5 消費者教育の推進****(1) 学校における消費者教育**

学校教育では、学習指導要領に基づき、小・中学校、高等学校の授業において、児童・生徒の発達段階に応じた消費者教育の充実が求められていることから、学校での授業及び講座等の実施、消費者教育に携わる教員の指導力向上のための支援を行います。

また、令和4年4月に施行される成年年齢の引下げを見据えた若者への消費者教育として、高等学校、専門学校、大学での講座などを実施するとともに、関係機関・団体と連携して消費者教育を進めます。

**(2) 地域における消費者教育**

地域において、生涯を通じ消費者教育を推進するため、関係機関や団体、事業者等と連携し、消費生活に関する情報や、講座など学習の機会を提供します。

**(3) 職場における消費者教育**

職場における消費者教育を支援するため、消費生活に関する情報や、講座など学習の機会を提供します。

主な取組内容
○学校教育における情報活用能力・情報モラルの育成
○小・中学校への出前消費者教育講座等の実施
○教員向け消費者教育講座の実施
○高校等への消費者被害予防教育講座の実施
○消費者教育教材の作成
○消費者講座・講演会の実施
○町内会や老人クラブ等の団体、事業所への出前講座の実施

## 6 消費者啓発・情報提供の推進

### （1）高齢者等の消費者被害の防止

消費者被害を防止する上では、特に高齢者や障害者、若年者等被害に遭いやすい人たちを地域全体で見守ることが必要です。

高齢者等が受ける消費者被害の特徴は、ひとり暮らしであるために誰にも相談できずにいる場合や、本人が被害を被ったことに気付いていない場合もあり、次々に被害を受けるケースもみられます。

こうした高齢者等の消費者被害を防止するため、関係機関等との連携を強化するとともに、その特徴に応じた啓発や情報提供に取り組みます。

### （2）情報提供の推進

様々な広報媒体等を活用し、悪質商法への対処法や、食や住まいの安全性など、消費生活に関する情報を市民に提供します。

主な取組内容
○広報紙、ホームページ、フェイスブック、ツイッター等広報媒体による情報提供
○消費生活アドバイスセンター情報コーナーでの周知・啓発
○「みんなの消費生活展」や各種会合の場を活用した周知・啓発
○高齢者や高齢者の見守り者向けガイドブックやパンフレット等の作成・配布による消費者被害防止啓発
○帯広市犯罪のない安全なまちづくり推進連携会議における情報提供
○帯広警察署セーフティサービス（OSS）ネットワークの活用
○高齢者の消費者被害防止に向けたセミナーの開催
○住まいの総合相談窓口・市ホームページによる住宅関連情報の提供

## 7 消費者団体への支援

### （1）消費者団体との連携

消費者団体は、消費者の権利の確立の支援、消費生活に関する情報の収集及び提供、各種団体相互の連携等、組織的な活動を通じ大きな役割を果たしています。

これら消費者団体と連携し、各種啓発活動等の効果的な取り組みをすすめます。



(2) 自主的な活動への支援

消費生活に関する情報の収集及び提供、消費者に対する啓発及び教育、消費者被害の防止や救済のための活動、事業者団体等との意見交換を促進するなど、消費者団体の自主的な活動に対する支援を行います。

主な取組内容
○一般社団法人帯広消費者協会との連携及び活動への支援

8 消費者意見の反映

(1) 消費者の参画

消費者行政や事業者の活動に対する消費者や消費者団体の意見、要望等を把握するとともに、帯広市消費生活審議会に消費者の参画を図るなど、施策に消費者の意見を反映するよう取り組みをすすめます。

主な取組内容
○帯広市消費生活審議会への消費者の参画 ○講座・講演会等における消費者意見の集約 ○消費生活アドバイスセンターに寄せられた情報の集約

**基本方針Ⅲ 消費者被害の救済**

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、取引形態等の複雑・多様化に伴い、消費者と事業者の間は情報量や交渉力の格差が存在しており、消費者トラブルの内容も複雑・多様化しています。

また、架空請求やアポ電などの特殊詐欺や悪質事業者が横行し、消費者被害やトラブルも後を絶たしません。

このような状況の中、市民に最も身近な相談窓口である消費生活アドバイスセンターには、これらの相談に迅速かつ的確に対応することが求められています。このため、相談窓口の周知や啓発をはじめ、苦情等の相談や救済などへの適切な対応を行います。

9 相談機能の充実

(1) 消費生活相談の実施

消費者から寄せられる事業者に対する苦情等の相談について、消費生活相談員が適切に助言やあっせん<sup>※11</sup>等を行います。

※11：あっせん

都道府県や市町村の消費生活相談窓口において、消費者と事業者の交渉が円滑に行われるように消費生活相談員等が介入することをいい、手続きにこだわらず、当事者間で自主的な解決が行われるように、助言・援助・調整等を行うこと。

（2）消費生活相談員の専門的知識の向上

複雑多岐にわたる相談内容に適切に対応し消費者被害を救済するため、消費生活相談員の研修会への参加や関係機関との情報共有を図り、専門的知識の習得機会の充実に取り組みます。

（3）専門的知識を有する者等による相談の実施

販売方法の巧妙化、悪質化等による消費者トラブルが発生しており、消費者からの相談もインターネットや携帯電話、金融や多重債務など様々であることから、弁護士などの専門的知識を有する者による相談会等を実施し、消費者の問題解決を図ります。

主な取組内容
○消費生活アドバイスセンターの運営と周知・啓発
○消費生活相談に対する助言・あっせん等
○消費生活相談員への国民生活センター等実施研修の受講支援
○P I O-N E T（パイオ・ネット）※12による情報共有
○弁護士相談会の実施
○住まいのワンストップ窓口の開設
○とちろ広域消防事務組合を通じた消火器・住宅用火災警報器の不適合販売に係る情報の収集・提供

※12：P I O-N E T（パイオ・ネット）

全国消費生活情報ネットワークシステムのこと。国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報（消費生活相談情報）の収集を行っているシステムのこと。

10 あっせんと調停

（1）消費生活審議会によるあっせん・調停

消費生活アドバイスセンターで解決が困難な事案について、市長が必要があると認めた場合は、有識者で組織された帯広市消費生活審議会のあっせん・調停により解決を図ります。

主な取組内容
○条例に基づくあっせん・調停

## 11 訴訟の支援

### （1） 消費者訴訟に要する費用の貸付等

多数の消費者が、消費生活上同様の被害を受けていることなど、一定の要件を満たし、自ら事業者を相手として訴訟を提起する場合、帯広市消費生活審議会の意見を聴いた上で適当であると認めるときは、消費者訴訟に要する費用の資金貸付け等、必要な支援を行います。

主な取組内容
○条例に基づく消費者訴訟の支援

## 基本方針Ⅳ 環境保全への配慮

環境破壊に起因した地球温暖化をはじめとする食料や資源、エネルギー問題等、環境保全のための課題に消費生活の面からも取り組む必要があります。

帯広市は、平成20年7月に国から「環境モデル都市」の認定を受け、市民の高い環境意識の醸成と持続可能な低炭素社会の実現に向け、長期的な視点に立って、様々な施策を展開しています。今後も、豊かな消費生活のあり方について考え、環境に配慮した取り組みをすすめます。

## 12 環境保全の推進

### （1） 環境に配慮した消費者の育成と事業活動の推進

消費生活を環境の視点から考えるため、様々な学習の機会を提供し、3R<sup>※13</sup>や、省エネ型の製品やサービス、ライフスタイル等地球温暖化対策に資する「賢い選択」(COOL CHOICE (クールチョイス)<sup>※14</sup>)をすすめます。

#### ※13：3R

3R（スリーアール）とは、リデュース（Reduce）、リユース（Reuse）、リサイクル（Recycle）の3つのR（アール）の総称です。リデュースとは、物を大切に使い、ごみを減らすこと、リユースとは、使えるものは繰り返し使うこと、リサイクルとは、ごみを資源として再び利用することです。

#### ※14：COOL CHOICE（クールチョイス）

2030年度の温室効果ガスの排出量を2013年度比で26%削減するという目標達成のために、日本が世界に誇る省エネ・低炭素型の製品・サービス・行動等、温暖化対策に資するあらゆる「賢い選択」を促す国民運動のことです。

主な取組内容
○イベント等での周知・啓発
○過剰包装防止の事業者等への啓発（再掲）
○レジ袋等の削減に向けた取り組みの推進（再掲）
○環境保全に関する普及・啓発
○環境モデル都市行動計画に基づくエコなくらしの推進
○環境家計簿の普及
○一般廃棄物処理基本計画に基づく3Rの推進
○春や秋のリサイクル行事等各種イベントでの周知・啓発
○食品ロス削減に係る周知・啓発

### 13 地域資源の活用

#### (1) 地産地消等による循環型地域社会づくり

地元の食材を使用した商品づくりや地域資源の有効活用等の地産地消に取り組み、環境や資源に配慮した循環型地域社会づくりをすすめます。

主な取組内容
○イベント等での周知・啓発（再掲）
○地産地消の推進
○給食における地元産食材の使用

## 第4章 計画の推進

### 1 推進体制

本計画の推進に当たっては、消費者行政に関わる庁内関係部課等で構成する「帯広市消費生活行政推進庁内連絡会議」を組織し、施策の効果的な推進を図ります。

### 2 検証と評価

本計画の施策の実施状況については、年度ごとに事業実績等を取りまとめ、進捗状況等の検証・評価を行い、帯広市消費生活審議会に報告します。

### 3 計画の指標

本計画の進捗状況等を点検する指標を次のとおり設定します。なお、社会情勢の変化や計画の進捗状況等に応じて必要な見直しを行います。

指標名	基準年度	基準値	目標値 (R6)	単位	指標の説明
消費生活に係る安心安全ニュース（フェイスブック）1件あたりの閲覧数	H30 年間平均	2,119	2,300	件	消費生活に関する重要な情報を迅速に提供する手段として設定し、1件当たりの平均閲覧数を基準値の1割増を目指します。
消費生活相談の解決率	H28-H30 平均実績	98.6	99.6	%	帯広市消費生活アドバイスセンターにおける消費生活相談の解決率。消費生活相談機能の充実を測る指標として設定し、1%増を目指します。

## 参考資料

- 1 統計資料（帯広市の消費生活相談内訳）
- 2 帯広市消費生活条例

## 1 統計資料

## (1) 帯広市の消費生活相談内訳

## ①年度別相談件数

(単位：件)

年 度	H26	H27	H28	H29	H30
苦 情	1,242	1,292	1,275	1,396	1,309
問い合わせ	307	281	201	249	207
要 望	3	3	1	1	1
計	1,552	1,576	1,477	1,646	1,517

## ②男女別相談件数

(単位：件)

年 度	H26	H27	H28	H29	H30
男	737	695	645	630	613
女	759	820	762	954	826
団体・不明	56	61	70	62	78
計	1,552	1,576	1,477	1,646	1,517

## ③商品・役務別相談件数

(単位：件)

年 度	H26	H27	H28	H29	H30
商 品	544	488	497	691	680
役 務	928	989	907	873	771
そ の 他	80	99	73	82	66
計	1,552	1,576	1,477	1,646	1,517

## ④年代別相談件数

(単位：件)

年 度	H26	H27	H28	H29	H30
20歳未満	53	61	21	31	21
20代	119	147	114	125	107
30代	213	243	184	154	105
40代	223	247	223	194	190
50代	195	220	231	286	225
60代	237	182	258	347	298
70歳以上	379	332	303	354	354
団体・不明	133	144	143	155	217
計	1,552	1,576	1,477	1,646	1,517

## ⑤職業別相談件数

(単位：件)

年 度	H26	H27	H28	H29	H30
給与所得者	564	617	590	567	533
自営自由業	83	88	74	117	80
家事従事者	220	183	134	228	207
学 生	54	64	19	38	24
無 職	491	472	472	475	442
団体・不明	140	152	188	221	231
計	1,552	1,576	1,477	1,646	1,517

## ⑥商品・役務別相談件数

（単位：件）

年 度	H26	H27	H28	H29	H30
商 品	544	488	497	691	680
商品一般	84	59	59	311	314
食料品	105	87	102	90	83
住居品	52	45	39	37	31
光熱水品	26	18	21	11	38
被服品	65	37	49	56	47
保健衛生品	32	43	43	39	36
教養娯楽品	102	115	98	77	70
車両・乗り物	40	51	58	49	37
土地・建物・設備	31	31	25	19	20
他の商品	7	2	3	2	4
役 務	928	989	907	873	771
クリーニング	10	5	9	7	6
レンタル・リース	79	106	88	89	91
工事・建築・加工	46	52	32	51	37
修理・補修	29	25	20	27	26
管理・保管	0	1	3	1	1
役務一般	4	8	15	13	5
金融・保険サービス	156	154	108	96	111
運輸・通信サービス	410	438	449	444	337
教育サービス	7	2	5	2	2
教養・娯楽サービス	47	46	30	35	38
保健・福祉サービス	57	57	49	44	42
他の役務	65	72	79	53	51
内職・副業・ねずみ講	3	4	9	3	10
他の行政サービス	15	19	11	8	14
他の相談	80	99	73	82	66
合 計	1,552	1,576	1,477	1,646	1,517

## ⑦内容別相談件数

（単位：件）

年 度	H26	H27	H28	H29	H30
安全・衛生	40	38	45	43	32
品質・機能	197	212	197	206	174
法規・基準	82	54	44	57	61
価格・料金	112	87	58	88	91
計量・量目	2	0	1	0	1
表示・広告	34	36	41	44	55
販売方法	697	700	734	821	829
契約・解約	1,052	1,047	1,041	1,257	1,203
接客・対応	177	172	143	139	148
包装・容器	0	0	0	1	0
施設・設備	1	1	1	1	0
買い物相談	19	16	16	8	12
生活知識	7	8	8	4	10
その他	20	32	8	13	15
計	2,440	2,403	2,337	2,682	2,631

※1件につき複数の相談内容があるため、相談総件数と一致しない。



## ⑧販売方法別相談件数（特殊販売別）

（単位：件）

年 度	H26	H27	H28	H29	H30
訪問販売	123	121	100	80	52
通信販売	466	455	481	479	385
マルチ系	25	18	28	26	25
電話勧誘販売	153	137	95	70	111
ネガティブ・オプション	7	9	7	7	11
訪問購入	12	20	43	27	22
無店舗販売	5	3	13	8	6
計	791	763	767	697	612
店舗購入	431	487	435	409	332
不明・無関係	330	326	275	540	573
合 計	1,552	1,576	1,477	1,646	1,517

## ⑨消費生活相談における解決率

（単位：件、％）

年 度	H26	H27	H28	H29	H30
相談件数	1,552	1,576	1,477	1,646	1,517
相談解決数	1,527	1,556	1,443	1,624	1,505
相談解決率	98.4	98.7	97.7	98.7	99.2

## ⑩消費生活相談におけるあっせん解決率

（単位：件、％）

年 度	H26	H27	H28	H29	H30
あっせん件数	183	143	128	102	100
あっせん解決数	158	123	94	80	88
あっせん解決率	86.3	86.0	73.4	78.4	88.0

## 2 帯広市消費生活条例

平成23年3月25日  
帯広市条例第4号

### 目次

- 第1章 総則（第1条―第10条）
- 第2章 消費者の権利擁護に関する事項
  - 第1節 消費者の安全の確保（第11条―第14条）
  - 第2節 取引行為の適正化（第15条―第17条）
  - 第3節 事業活動の適正化（第18条―第22条）
  - 第4節 商品及びサービス等の確保並びに物価の安定（第23条―第28条）
  - 第5節 立入調査、公表等（第29条―第31条）
  - 第6節 消費者被害の救済（第32条・第33条）
- 第3章 消費者の自立支援に関する施策（第34条―第36条）
- 第4章 帯広市消費生活アドバイスセンター（第37条―第37条の7）
- 第5章 帯広市消費生活審議会（第38条）
- 第6章 雑則（第39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並びに消費者及び消費者団体の責務等を明らかにするとともに、市が基本理念達成のため実施する施策（以下「消費者施策」と

いう。）の基本となる事項を定めることにより、その施策を総合的に推進し、もって市民の消費生活の安定及び向上を図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、当該各号に定めるところによる。

- (1) 商品 消費者が消費生活を営む上で使用する物をいう。
- (2) サービス等 次のいずれかに該当するものをいう。
  - ア 消費者が消費生活を営む上で利用する役務
  - イ 消費者が消費生活を営む上で施設を利用し、又は役務の提供を受ける権利
  - ウ ア及びイに掲げるもののほか、消費者が消費生活を営む上で使用し、又は利用するもののうち、商品以外のもの
- (3) 事業者 商品及びサービス等の供給に関して商業、工業、サービス業その他の事業を行う者をいう。
- (4) 事業者団体 事業者共通の利益を増進するため、事業者により組織された団体をいう。
- (5) 消費者 事業者が供給する商品又はサービス等を使用し、又は利用して生活する者をいう。
- (6) 消費者団体 消費者の利益を擁護し、及び増進するため、消費者により組織された団体をいう。

#### （基本理念）

第3条 消費者の利益の擁護及び増進は、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、市、事業者及び事業者団体並びに消費者及び消費者団体の相互の理解と協力の下に、次に

掲げる消費者の権利が尊重されるとともに、消費者が自主的かつ合理的に行動できるようそ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) 商品及びサービス等により生命、身体及び財産を侵されず安全が確保される権利
- (2) 公正な取引により、良質な商品及びサービス等を提供される権利
- (3) 消費生活を営む上で自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利
- (4) 消費生活を営む上で不当に受けた被害から適切かつ迅速に救済を受ける権利
- (5) 消費生活を営む上で必要な情報及び教育の機会が提供される権利
- (6) 消費者の自主的な行動が保障される権利
- (7) 消費者の意見が消費者施策及び事業者の事業活動に適切に反映される権利

2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

3 消費者施策の推進は、次に掲げる事項に配慮して行われなければならない。

- (1) 高度情報通信社会の進展への的確な対応
- (2) 消費生活における国際化の進展への的確な対応
- (3) 環境の保全及び地域資源の活用

#### （市の責務）

第4条 市は、前条に定める基本理念にのっとり、総合的かつ計画的な消費者施策を策定し、実施しなければならない。

2 市は、消費者施策の策定及び実施に当たっては、環境への負荷の低減及び地域資源の活用に配慮するとともに、国及び他の地方公共団体と相互に連携しなければならない。

#### （事業者の責務）

第5条 事業者は、その事業活動を行うに当たっては法令を遵守し、消費者施策に協力するとともに、第3条に規定する基本理念にのっとり、その供給する商品及びサービス等について、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における公正を確保すること。
- (2) 消費者に対し、商品及びサービス等に関する必要な情報を速やかに明確かつ平易に提供すること。
- (3) 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験、財産の状況等に配慮すること。
- (4) 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、苦情を適切に処理すること。
- (5) その事業活動に消費者の意見を反映させるよう努めること。

2 事業者は、その事業活動の実施に当たっては、環境への負荷の低減及び地域資源の活用に努めなければならない。

3 事業者は、事業活動において取得した消費者の個人に関する情報を適正に取り扱わなければならない。

#### （事業者団体の役割）

第6条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重し、事業者と消費者との間に生じた苦情処理体制の整備、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消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるとともに、消費者施策に協力するものとする。

#### （消費者の役割）

第7条 消費者は、自ら進んでその消費生活に関して必要な知識を習得するとともに、必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行

動するよう努めるものとする。

- 2 消費者は、商品の選択、使用及び廃棄並びにサービス等の選択及び利用に当たっては、環境への負荷の低減及び地域資源の活用に配慮するよう努めるものとする。

#### （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利益の擁護及び増進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。

#### （相互の理解及び協力）

第9条 市、事業者及び事業者団体並びに消費者及び消費者団体は、この条例の目的を達成するため、それぞれの責務等を認識し相互に協力するものとする。

#### （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の基本となる計画（以下「消費生活基本計画」という。）を定めなければならない。
- 2 市長は、消費生活基本計画の策定に当たっては、帯広市消費生活審議会の意見を聴かななければならない。
  - 3 市長は、消費生活基本計画を策定したときは、遅滞なくこれを公表しなければならない。
  - 4 前2項の規定は、消費生活基本計画の変更について準用する。

## 第2章 消費者の権利擁護に関する事項

### 第1節 消費者の安全の確保

#### （欠陥商品等の供給の禁止）

第11条 事業者は、消費者の生命若しくは身

体に対して危害を及ぼし、若しくは及ぼすおそれがあり、又はその財産に対して損害を与え、若しくは加えるおそれがある商品又はサービス等（以下「欠陥商品等」という。）を供給してはならない。

- 2 事業者は、欠陥商品等の供給を防止するため商品及びサービス等の品質及び技術の向上に努めなければならない。
- 3 事業者は、欠陥商品等を供給したときは、その旨を公表するとともに、当該欠陥商品等を回収する等危害又は損害の発生又は拡大を防止するため、消費者の安全の確保に必要な措置を講じなければならない。

#### （欠陥商品等の調査及び情報提供）

第12条 市長は、消費者の安全を確保するため、事業者が供給する商品及びサービス等について必要な調査を行うものとする。

- 2 市長は、前項の規定による調査により、事業者が前条第1項の規定に違反しているおそれがあると認めるときは、速やかに当該事業者が供給する商品又はサービス等による危害又は損害について必要な調査を行うものとする。
- 3 市長は、前項の調査に関し必要があると認めるときは、当該商品又はサービス等を供給する事業者に対し、当該商品又はサービス等が欠陥商品等に該当しないことを説明することを要求することができる。
- 4 市長は、事業者が前項の規定による説明を行わない場合において正当な理由がないと認めるとき、又は同項の規定による説明を行った場合においてその内容が不十分であると認めるときは、当該事業者に対し、再度説明を行うことを要求することができる。
- 5 市長は、必要に応じ、第1項若しくは第2項に規定する調査又は第3項若しくは前項の規定による要求により得た情報を消費者に提供するものとする。

（欠陥商品等に対する措置）

第13条 市長は、事業者の供給する商品及びサービス等が欠陥商品等であることが明らかになった場合において、当該事業者が第11条第3項に規定する措置を執らないときは、法令で定める措置が執られるときを除き、当該事業者に対し、同項に規定する措置を執るよう勧告することができる。

（緊急安全確保措置）

第14条 市長は、事業者の供給する商品及びサービス等が欠陥商品等であることが明らかになった場合において、消費者の生命又は身体に対して重大な危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあり、消費者の安全を確保するため緊急の必要があると認めるときは、法令で定める措置が執られるときを除き、当該欠陥商品等の名称、これを供給する事業者の氏名又は名称及び住所その他の当該危害の発生又は拡大を防止するための必要な事項を公表しなければならない。

- 2 市長は、前項の規定により必要な事項を公表したときは、直ちに当該事業者に対し第11条第3項に規定する措置を執るべきことを通知しなければならない。
- 3 前項の規定による通知を受けた事業者は、直ちに第11条第3項に規定する措置を執らなければならない。

第2節 取引行為の適正化

（不当な取引行為の禁止）

第15条 事業者は、消費者との間で行う取引に関し、次に掲げる行為を行ってはならない。

- (1) 販売の意図を隠して消費者に接近し、又は商品若しくはサービス等の内容、取引条件その他の取引に関して重要な情報を故意に提供せず、若しくは誤解を招くおそれ

のある情報を提供することにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

- (2) 消費者の取引に関する知識、経験若しくは判断力の不足に乘じ又は消費者を心理的に不安な状態に陥らせる等により契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
  - (3) 消費者に不当な不利益をもたらすことの明白な内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為
  - (4) 消費者を欺き、威迫し、困惑させる等の不当な手段を用いて、当該消費者に契約（契約の成立又はその内容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請求し、又は履行させる行為
  - (5) 契約に基づく債務の履行を求める消費者からの正当な請求に対し、適切な処理をせず、債務の履行を不当に拒否し、又は正当な契約の解除権等の行使を不当に妨げる行為
  - (6) 消費者が正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効（以下この号において「申込みの撤回等」という。）の主張を行うことを妨げ、又は申込みの撤回等有効に行われたにもかかわらず、当該申込みの撤回等によって生じる債務の履行を不当に拒否し、又は遅延させる行為
  - (7) 消費者が契約の締結の勧誘を望まない旨若しくは契約の締結を拒否する旨の意思を示したにもかかわらず、又はそれらの意思を示す機会を与えることなく契約の締結を勧誘し、又は契約させる行為
- 2 事業者は、与信契約等（消費者が他の事業者から商品又はサービス等を購入することを条件又は原因として信用を供与し、又は保証を受託する契約をいう。以下この項において同じ。）の締結の勧誘若しくは締結又は債

務の履行に関し、次に掲げる行為を行ってはいない。

- (1) 前項各号に掲げる行為
  - (2) 与信契約等の条件又は原因となる商品又はサービス等の販売を行う事業者若しくはその取次店等実質的な販売行為を行う者の行為が前項各号に規定する行為のいずれかに該当することを知りながら、又はそのことを知り得べきであるにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、若しくは与信契約を締結させる行為
- 3 市長は、前2項に規定する行為（以下「不当な取引行為」という。）に該当する行為の基準を規則で定めることができる。

（不当な取引行為に関する調査及び情報提供）

- 第16条 市長は、不当な取引行為が行われている疑いがあると認めるときは、当該不当な取引行為について必要な調査を行うものとする。
- 2 市長は、前項の規定による調査により、不当な取引行為が事業者によって行われていると認め、かつ、当該不当な取引行為による消費者の被害の発生又は拡大を防止するため必要があると認めるときは、消費者にし、当該事業者に係る不当な取引行為、商品又はサービス等の種類その他必要な情報を提供するものとする。
- 3 前項の場合において、市長は、当該事業者の不当な取引行為により消費者に重大な被害が生じ、又は生ずるおそれがあると認めるときは、同項に規定する情報のほか、当該事業者の氏名又は名称、住所その他の当該事業者を特定する情報を提供することができる。

（是正指導等）

- 第17条 市長は、第15条第1項又は第2項の規定に違反して、不当な取引行為を行って

る事業者があると認めるときは、その事業者に対し、当該違反していると認められた事項を速やかに是正するよう指導し、又は勧告することができる。

第3節 事業活動の適正化

（計量の適正化）

- 第18条 市は、消費者と事業者との間の取引に際して適正な計量が確保されるよう、必要な施策を実施するものとする。
- 2 事業者は、商品及びサービス等について適正な計量を実施するよう努めるとともに、前項の規定に基づき市が実施する施策に協力しなければならない。

（広告の適正化）

- 第19条 事業者は、商品又はサービス等について広告を行う場合には、虚偽又は誇大な表現、消費者が選択を誤るおそれのある表現その他不適切な表現を避け、消費者が商品又はサービス等を適切に選択することができるように必要かつ正確な情報の提供に努めなければならない。

（表示の適正化）

- 第20条 事業者は、商品が、誤って選択され、使用され、保存されること等により、消費者の利益が損なわれることのないようにするため、商品の品質、用途、取扱方法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。
- 2 事業者は、サービス等が、誤って選択され、利用されること等により、消費者の利益が損なわれることのないようにするため、サービス等の取引条件、内容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。

（包装の適正化）

第21条 事業者は、商品を包装（容器を用いる場合を含む。以下同じ。）する場合には、消費者に危害を及ぼさないように、当該包装の安全性を確保しなければならない。

2 事業者は、商品を包装する場合には、消費者の適正な判断を誤らせ、又は商品の保護若しくは品質の保全に必要な限度を超えるような過剰な包装をしてはならない。

3 事業者は、商品を包装する場合には、資源の有効利用に資するため、できる限り簡易な包装に努めるとともに、包装資材が不要となったときは、適正に再利用され、若しくは再生利用され、又は適正に廃棄されるよう配慮しなければならない。

（簡易包装への協力）

第22条 消費者は、商品の購入に当たっては、簡易な包装に協力するよう努めなければならない。

第4節 商品及びサービス等の確保並びに物価の安定

（商品及びサービス等の円滑な流通等）

第23条 事業者は、商品及びサービス等の円滑な流通を図るとともに、その価格の安定に努めなければならない。

（生活関連商品等の価格等の調査及び情報提供）

第24条 市長は、市民の消費生活と関連性の高い商品及びサービス等（以下「生活関連商品等」という。）のうち必要があると認めるものについて、その価格の動向、需給の状況、流通の実態等に関する調査を行い、必要に応じて当該調査により得た情報を消費者に提供するものとする。

2 市長は、前項の調査を行わせるため、調査

員を置くことができる。

3 事業者は、市長が行う第1項の調査に協力しなければならない。

（生活関連商品等の確保）

第25条 市長は、生活関連商品等が不足し、若しくは不足するおそれがあり、又はその価格が著しく高騰し、若しくは高騰するおそれがあると認めるときは、事業者又は事業者団体に対し、当該生活関連商品等の円滑な供給その他必要な措置を講じるよう要請することができる。

（特定生活関連商品等の指定）

第26条 市長は、市民の消費生活と特に関連性の高い商品及びサービス等について、その流通の円滑化及び価格の安定を図るため必要があると認めるときは、当該商品及びサービス等を特別の調査を要する商品及びサービス等（以下「特定生活関連商品等」という。）として指定することができる。

2 市長は、前項の規定による指定を行ったときは、その旨を告示しなければならない。指定を解除したときも同様とする。

（特定生活関連商品等の調査及び情報提供）

第27条 市長は、前条第1項の規定により特定生活関連商品等の指定をしたときは、特定生活関連商品等についてその流通状況、価格の変動その他の市民の消費生活の安定を図るため必要な事項を調査するものとする。

2 市長は、必要に応じ、前項の規定による調査により得た情報を消費者に提供するものとする。

（不適正な事業行為の是正勧告）

第28条 市長は、特定生活関連商品等を供給する事業者が、その円滑な流通を妨げ、又は著しく不当な価格で当該特定生活関連商品

等を供給していると認めるときは、当該事業者に対し、これらの行為を是正するよう勧告することができる。

## 第5節 立入調査、公表等

### （立入調査等）

- 第29条 市長は、第12条から第14条まで、第16条及び前条の規定の施行に必要な限度において、事業者に対し、報告若しくは関係資料の提出を求め、又はその職員に当該事業者の事務所、事業所、店舗その他の事業に係る場所立ち入らせ、商品、サービス等に係る物件、これらに係る資料その他の物件（以下この条において「商品等」という。）を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。
- 2 市長は、事業者又は関係者が前項の規定による報告、関係資料の提出、立入調査又は質問に対する回答を拒んだときは、当該事業者に対し、書面により再度、報告をし、関係資料を提出し、立入調査に応じ、又は質問に対し回答するよう要求することができる。
- 3 前2項の規定により立入調査又は質問する職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者から提示を求められたときは、これを提示しなければならない。

### （公表）

- 第30条 市長は、事業者が第12条第4項若しくは第29条第2項の規定による要求又は第13条、第17条若しくは第28条の規定による勧告に従わないときは、その旨を公表することができる。

### （意見陳述の機会の付与）

- 第31条 市長は、第17条の規定による勧告又は前条の規定による公表をしようとするときは、あらかじめ、当該事業者の意見を聴か

なければならない。

## 第6節 消費者被害の救済

### （苦情の処理）

- 第32条 事業者は、その供給する商品及びサービス等に関する消費者の苦情又は相談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、商品及びサービス等に関して消費者から苦情又は相談を受けたときは、適切かつ迅速に解決するために必要な助言、あっせん等の措置を講じるものとする。
- 3 市長は、前項の措置を講じるため必要があると認めるときは、当該事業者その他の関係者に対し、必要な資料の提出又は説明の要求その他必要な調査を行うことができる。
- 4 市長は、第2項に規定する苦情又は相談を円満に解決するため必要があると認めるときは、帯広市消費生活審議会のあっせん又は調停に付することができる。

### （消費者訴訟の援助）

- 第33条 市長は、市内に住所を有する消費者が、事業者との間の取引によって被害を受けたため自らその事業者を相手として訴訟（以下「消費者訴訟」という。）を提起する場合において、その消費者訴訟が、次の各号に掲げる要件を満たし、かつ、帯広市消費生活審議会の意見を聴いた上で適当であると認めるときは、当該消費者訴訟を提起する者に対し、消費者訴訟に要する費用の資金（以下「資金」という。）の貸付その他必要な援助を行うことができる。
- (1) 多数の消費者が、消費生活上同様の被害を受けていること。
- (2) 1件当たりの被害額が、規則で定める額以下であること。
- 2 資金は、無利息とする。



- 3 資金の貸付を受けた者が、当該貸付に係る消費者訴訟の結果、訴訟に要した費用を得ることができなかつたとき、その他市長が資金を返還させることが適当でないとき、帯広市消費生活審議会の意見を聴いた上で、資金の全部又は一部の返還を免除することができる。
- 4 前3項に定めるもののほか、消費者訴訟の援助に関し必要な事項は、規則で定める。

### 第3章 消費者の自立支援に関する施策

#### （教育及び啓発活動の推進）

第34条 市長は、消費者が経済社会の変化に即応した健全かつ合理的な消費生活を営むため必要な知識を生涯を通じて修得できるよう、学習の機会及び場の提供等消費者育の充実を図るとともに、消費生活に関する情報の提供及び知識の普及等の啓発活動を推進しなければならない。

#### （消費者の自主的な活動の促進）

第35条 市長は、消費者が消費生活の安定及び向上を図るため自主的に行う組織活動が促進されるよう、必要な措置を講じるものとする。

#### （消費者の意見の反映）

第36条 市長は、消費生活の安定及び向上に資するため、広く消費者の意見、要望等を把握し、消費者施策に反映させるよう努めなければならない。

### 第4章 帯広市消費生活アドバイスセンター

#### （帯広市消費生活アドバイスセンター）

第37条 市は、消費者の利益の擁護及び増進を図り、市民の消費生活の安定及び向上に寄与するため、消費者安全法（平成21年法律

第50号。以下「法」という。）第10条第2項に基づく消費生活センター（以下「センター」という。）として、帯広市消費生活アドバイスセンターを設ける。

2 帯広市消費生活アドバイスセンターは、前項に規定する目的を達成するため、次に掲げる業務を行う。

- (1) 消費生活に関する苦情相談に応じること。
- (2) 消費生活に関する情報の収集及び提供を行うこと。
- (3) 消費生活に関する啓発及び教育を行うこと。
- (4) 前3号に掲げるもののほか、その設置の目的を達成するために必要な業務を行うこと。

#### （名称及び位置等の公示）

第37条の2 市長は、センターを設置したときは、遅滞なく、次に掲げる事項を公示しなければならない。当該事項を変更したときも、同様とする。

- (1) センターの名称及び位置
- (2) 法第8条第2項第1号及び第2号の事務を行う日及び時間

#### （消費生活センター長及び職員）

第37条の3 センターには、センターの事務を掌理する消費生活センター長及びセンターの事務を行うために必要な職員を置くものとする。

#### （試験に合格した消費生活相談員の配置）

第37条の4 センターには、法第10条の3第1項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者（不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律（平成26年法律第71号）附則第3条の規定により合格した者とみなされた者を含む。）を消費生活相

談員として置くものとする。

（消費生活相談員の人材及び処遇の確保）

第37条の5 センターは、消費生活相談員が実務の経験を通じて専門的な知識及び技術を体得していることに十分配慮し、任期ごとに客観的な能力実証を行った結果として同一の者を再度任用することは排除されないことその他の消費生活相談員の専門性に鑑み適切な人材及び処遇の確保に必要な措置を講じるものとする。

（消費生活相談等の事務に従事する職員に対する研修）

第37条の6 センターは、当該センターにおいて消費生活相談等の事務（法第8条第2項各号に掲げる事務をいう。次条において同じ。）に従事する職員に対し、その資質の向上のための研修の機会を確保するものとする。

（消費生活相談等の事務の実施により得られた情報の安全管理）

第37条の7 センターは、消費生活相談等の事務の実施により得られた情報の漏えい、滅失又は毀損の防止その他の当該情報の適切な管理のために必要な措置を講じるものとする。

第5章 帯広市消費生活審議会

（帯広市消費生活審議会）

第38条 市民の消費生活の安定及び向上を図るため、市長の附属機関として、帯広市消費生活審議会（以下「審議会」という。）を置く。

2 審議会は、この条例の規定によりその権限に属された事項を処理するほか、市長の諮問に応じ、消費者施策の推進に関する重要事項

を調査審議する。

- 3 審議会は、前項に規定する事項に関し、市長に意見を述べることができる。
- 4 審議会は、12名以内の委員をもって組織する。
- 5 委員は、学識経験のある者、消費者、事業者その他市長が適当と認める者のうちから、市長が委嘱する。
- 6 委員の任期は2年とし、再任を妨げない。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 7 委員は、職務上知り得た秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も、同様とする。
- 8 特定の事項を調査審議するため必要があると認めるときは、審議会に専門部会を置くことができる。
- 9 前各項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6章 雑則

（委任）

第39条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が定める。

附 則

（施行期日）

1 この条例は、平成23年4月1日から施行する。

（経過措置）

2 改正後の帯広市消費生活条例の規定は、この条例の施行の日以後に行われた事業者の行為について適用し、同日前に行われた事業者の行為については、なお従前の例による。

附 則（平成28年3月28日条例第19号）

この条例は、平成28年4月1日から施行する。



# 第3期帯広市消費生活基本計画

(令和2年度～令和6年度)

---

<発行>

帯広市市民活動部安心安全推進課

電話 0155-65-4132

令和2年 月

---