

(案)

帯 広 市

消費生活基本計画

平成 年 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 計画の位置付け .....	1
3 計画期間 .....	1
4 計画の構成 .....	1
第2章 計画策定の背景 .....	1
1 社会情勢 .....	1
2 国や北海道の動き .....	2
3 帯広市の動き .....	3
(1) 帯広市消費生活条例 .....	3
(2) 消費者問題の動向 .....	3
第3章 計画の体系 .....	9
1 体系一覧 .....	9
第4章 計画推進のための施策 .....	10
<b>基本方針 I 消費生活の安全・安心</b> .....	10
1. 危害等の防止 .....	10
(1) 食品等の安全性の確保 .....	10
(2) 関係機関との連携 .....	10
2. 事業活動の適正化 .....	11
(1) 表示・広告の適正化 .....	11
(2) 包装の適正化 .....	11
(3) 計量の適正化 .....	11
3. 取引の適正化 .....	12
(1) 事業者に対する調査、指導、勧告等 .....	12
(2) 法令遵守のための周知、啓発 .....	12
4. 商品やサービス等の確保と物価の安定 .....	12
(1) 生活関連商品等に関する調査、安定供給 .....	12

(2) 特定生活関連商品等に関する指定、調査、勧告等 .....	12
<b>基本方針Ⅱ 消費者被害の救済</b> .....	<b>13</b>
5. 相談体制の充実 .....	13
(1) 専門相談員による助言・あっせん等 .....	13
(2) 専門相談員の専門的知識の向上 .....	13
(3) 関係機関等との連携 .....	13
6. あっせんと調停 .....	14
(1) 消費生活審議会によるあっせん・調停 .....	14
7. 訴訟の支援 .....	14
(1) 消費者訴訟に要する費用の貸付等 .....	14
<b>基本方針Ⅲ 消費者の自立支援</b> .....	<b>15</b>
8. 消費者啓発の推進 .....	15
(1) 情報提供の推進 .....	15
(2) 高齢者、若年者等世代毎の啓発 .....	15
9. 消費者教育の推進 .....	16
(1) 学習の機会及び場の提供 .....	16
(2) 消費者教育の内容充実 .....	16
10. 消費者団体への支援 .....	16
(1) 消費者団体との連携の促進 .....	16
(2) 自主的な活動への支援 .....	16
11. 消費者意見の反映 .....	17
(1) 消費者施策への参画 .....	17
<b>基本方針Ⅳ 環境保全への配慮</b> .....	<b>17</b>
12. 環境保全の推進 .....	17
(1) 環境に配慮した消費者の育成と事業活動の促進 .....	17
13. 地域資源の活用 .....	18
(1) 地産地消等による循環型地域社会づくり .....	18
<b>第5章 消費生活基本計画の推進</b> .....	<b>18</b>
1 推進体制の整備 .....	18
2 検証と評価 .....	18
3 計画の指標 .....	18

## 第1章 計画の基本的な考え方

### 1 計画の目的

帯広市消費生活基本計画（以下、「計画」という。）は、消費者の権利の確立と自立の支援のため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、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。

### 2 計画の位置付け

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はかり、長期的視点に立ちながら、具体的な取り組みをすすめていくための計画です。また、第六帯広市総合計画では「消費者への情報提供や相談機能の充実などにより、消費生活の安定・向上をはかります。」という目標を掲げており、総合計画の分野計画の性格も有しています。

### 3 計画期間

この計画の期間は、平成24年度（2012年度）から平成28年度（2016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。

### 4 計画の構成

この計画は、4つの基本方針と13の施策の方向で構成します。そして、これらを具体的にすすめるため、23の推進施策をすすめます。

※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。

## 第2章 計画策定の背景

### 1 社会情勢

わが国は、戦後の復興期を経て昭和30年～40年代には高度経済成長期に入り、大量生産・大量消費の時代を迎えました。一方では、ヒ素による粉ミルクの中毒事件や水銀による食料汚染が問題となるなど食品の安全性が疑われるようになりました。また、商品やサービスについての情報不足、誇大広告や不当表示、欠陥商品による消費者被害の発生など消費者問題が顕著となり、昭和48年の第1次石油危機では物価高騰や品不足が起きました。

昭和50年～60年代には訪問販売、通信販売などの無店舗販売、語学教室やエステティックサロンなどのサービスに関するトラブルへと広がりました。

さらに、近年では規制緩和による事業者の新規参入が容易となり、顧客獲得競争が激化し強引な勧誘方法や詐欺行為の多発が問題となっています。また、高度情報化、国際化の進展等により消費生活も大きな変化を遂げ、インターネット販売など消費者の利便性が飛躍的に向上するとともに、その選択肢も大幅に拡大する中で消費者被害のリスクも高まっています。

## 2 国や北海道の動き

国における消費者行政は、昭和43年に消費者保護を理念とする「消費者保護基本法」を制定し、消費者行政の基本的な枠組みを定めています。

昭和51年には、訪問販売や通信販売など新しい販売形態による事業者と消費者とのトラブルに対応するため「訪問販売等に関する法律」を制定して取引ルールを規定し、消費者被害等の防止と救済をはかりました。その後、電話勧誘販売や語学教室などの特定継続的役務提供<sup>※1</sup>による不当な違約金契約に規制が加えられ、さらに平成12年には内職商法などの業務提供誘引販売取引<sup>※2</sup>に関する規定を新たに設け、「特定商取引に関する法律」と名称が改められました。

また、平成6年には、メーカーなどの故意・過失を製品の欠陥によるものと証明することにより、円滑かつ適切に被害者を救済する「製造物責任法」が制定されました。平成12年には契約を取り消すことができる「消費者契約法」が制定され、消費者被害の救済をはかり、消費者契約の適正化を目指しました。さらに、平成19年6月には、消費者団体が被害者に代わって訴訟を起こすことができる「消費者団体訴訟制度」が施行されています。

一方、平成16年には消費者を「保護の対象」から「自立した権利の主体」の理念のもとに「消費者保護基本法」を「消費者基本法」に改正し、総合的な施策の推進を図るため、平成17年度から平成21年度の5年間を対象とした「消費者基本計画」を定め、消費生活の安定及び向上の確保に努めてきました。

その後、「特定商取引に関する法律」や「割賦販売法」などを改正し法整備をすすめ、平成20年には消費者庁発足を主な内容とする「消費者行政推進基本計画」を策定するとともに、平成21年9月には「消費者安全法<sup>※3</sup>」が施行され、消費者行政を一元的に所管する「消費者庁」が新たに設立されました。

平成21年度に、消費者庁の設立等新たな段階に入った消費者行政について、さらに実効性のあるものにするため、平成22年度から平成26年度までの5年間を対象とする新たな「消費者基本計画」が策定されています。

北海道においては、昭和49年に前年の石油危機を契機とする物価高騰対策を重視した「北海道道民生活安定条例」を制定しています。また、平成11年には、消費者の保護・自立の支援等を重視した「北海道消費生活条例」の全面改正が行われました。

その後、関係法令の制定や改正、消費者を取り巻く環境の変化などを踏まえ、消費者施策の基本となる「消費者基本法」との整合性をはかりつつ、平成21年10月「北海道消費生活条例」を10年ぶりに改正しています。また、改正道条例に基づき、平成22年度から

平成 25 年度までの 4 年間を対象とした「北海道消費生活基本計画」が策定されました。

**※1：特定継続的役務提供**

特定継続的役務提供とは、語学教室、エステティックサービス、学習塾、家庭教師派遣業、パソコン教室、結婚相手紹介サービスが指定されており、一定期間並びに一定金額を超える役務の提供、又はその役務の提供を受ける権利のことであります。

役務の性質上、実際に受けてみないと効果がわからないものであり、効果が思わしくなく、中途解約をめぐり、中途解約が認められないことや違約金を請求されるなどのトラブルになることがあります。

**※2：業務提供誘引販売取引**

内職商法や資格商法など、事業者が仕事を斡旋するので、自宅で簡単に収入が得られると勧誘し、消費者に斡旋する仕事のための商品、サービスを購入させる商法で、在宅で収入が得られると思いき、教材費、材料費、登録料、保証金、レッスン料といった様々な名目でお金を払わせる取引のことであります。

**※3：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 帯広市の動き

#### (1) 帯広市消費生活条例

帯広市では、昭和 59 年に「帯広市消費生活安定条例」を制定し、消費生活の安定及び向上を目的として消費者行政をすすめてきましたが、消費経済活動の多様化、高度情報化、国際化などの進展に伴い、本市においても食の安全に対する消費者の不信感の増大や悪質商法などの消費者被害の増加など消費者を取り巻く社会環境が変化しました。

このような社会情勢の変化や、国や北海道の消費者行政の動向を踏まえ、帯広市消費者保護審議会の諮問・答申を経て「帯広市消費生活安定条例」の全部改正を行い、「帯広市消費生活条例（以下、「条例」という。）」として平成 23 年 4 月に施行しました。

新たな条例では、消費者の権利の尊重や消費者の自立を支援することなど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本計画の策定などを明記しています。

#### (2) 消費者問題の動向

本市における最近の消費者相談件数（表－1、4 頁）は、平成 20 年度 2,180 件、平成 21 年度 1,723 件、平成 22 年度 1,567 件と、消費者や事業者への啓発活動、事業者の法令遵守意識の向上や事業者自身による相談窓口の開設などにより減少傾向となっておりますが、依然として消費者被害等のトラブルが絶えません。また、年代別相談割合（図－2、8 頁）で見ますと、60 歳以上の相談件数が約 30%（平成 20 年度～平成 22 年度の 3 ヶ年平均）を占め、高齢者が金融関係のトラブルに巻き込まれる被害が絶えません。さらに、インターネットや携帯電話等の普及により 20 歳未満の相談件数も約 3%（平成 20 年度～平成 22 年度の 3 ヶ年平均）で推移しています。

## ① 相談件数の推移

表－１の年度別相談件数による、平成２２年度の消費生活アドバイスセンターの相談件数は、前年度より１５６件減少し１，５６７件となっています。この件数は平成１８年度の約半分の件数となっています。

一方、相談内容は複雑・多様化し、巧妙な手口も増え、解決までに時間を要する割合が増えている傾向にあります。

表－１ 年度別相談件数

単位：件

区分／年度	H18	H19	H20	H21	H22
苦情	2,343	2,058	1,536	1,178	1,077
問合せ	786	649	644	542	488
要望	0	2	0	3	2
合計	3,129	2,709	2,180	1,723	1,567

出典：帯広市消費生活アドバイスセンター

表－２ 年代別相談件数

単位：件

区分／年度	H18	H19	H20	H21	H22
20歳未満	79	83	66	63	48
20代	467	425	283	228	157
30代	589	549	418	268	241
40代	564	488	342	305	250
50代	510	455	357	249	242
60代	389	330	324	256	243
70歳以上	466	302	304	288	227
小計	3,064	2,632	2,094	1,657	1,408
団体・不明	65	77	86	66	159
合計	3,129	2,709	2,180	1,723	1,567

出典：帯広市消費生活アドバイスセンター

② 商品・役務別相談件数

表－３のとおり、平成 22 年度における商品・役務別相談件数の内、運輸・通信サービスの相談が、相談総件数の 18.6%を占めています。これは、パソコンや携帯電話による「ワンクリック詐欺」「架空請求」「インターネット取引」など高度情報通信社会の進展に起因するものです。また、金融・保険サービスの相談が、運輸・通信サービスに次いで多く、相談総件数の 18.2%となっています。これは、過払いや多重債務等による相談が多く寄せられたためです。

表－３ 商品・役務別相談件数と割合

単位：件、%

区分／年度		H18		H19		H20		H21		H22	
商品	商品一般	691	22.1%	419	15.5%	248	11.4%	105	6.1%	56	3.6%
	食料品	91	2.9%	121	4.5%	127	5.8%	119	6.9%	96	6.1%
	住居品	182	5.8%	138	5.1%	88	4.0%	71	4.1%	51	3.3%
	光熱水品	37	1.2%	53	2.0%	47	2.2%	29	1.7%	35	2.2%
	被服品	74	2.4%	63	2.3%	70	3.2%	54	3.1%	38	2.4%
	保健衛生品	76	2.4%	75	2.8%	65	3.0%	40	2.3%	44	2.8%
	教養娯楽品	166	5.3%	147	5.4%	121	5.6%	108	6.3%	125	8.0%
	車両乗り物	63	2.0%	43	1.6%	50	2.3%	55	3.2%	40	2.6%
	土地・建物・設備	43	1.4%	40	1.5%	24	1.1%	29	1.7%	40	2.6%
	他の商品	1	0.0%	3	0.1%	1	0.0%	0	0.0%	2	0.1%
	商品計	1,424	45.5%	1,102	40.7%	841	38.6%	610	35.4%	527	33.6%
役務	クリーニング	18	0.6%	20	0.7%	13	0.6%	11	0.6%	11	0.7%
	レンタル・リース	143	4.6%	110	4.1%	112	5.1%	127	7.4%	102	6.5%
	工事・建設・加工	96	3.1%	64	2.4%	52	2.4%	37	2.1%	45	2.9%
	修理・補修	21	0.7%	21	0.8%	11	0.5%	16	0.9%	15	1.0%
	管理・保管	3	0.1%	0	0.0%	1	0.0%	1	0.1%	2	0.1%
	役務一般	13	0.4%	4	0.1%	4	0.2%	5	0.3%	6	0.4%
	金融・保険サービス	510	16.3%	454	16.8%	357	16.4%	245	14.2%	285	18.2%
	運輸・通信サービス	411	13.1%	500	18.5%	370	17.0%	290	16.8%	292	18.6%
	教育サービス	11	0.4%	7	0.3%	9	0.4%	4	0.2%	7	0.4%
	教養・娯楽サービス	133	4.3%	127	4.7%	89	4.1%	67	3.9%	41	2.6%
	保健・福祉サービス	54	1.7%	74	2.7%	91	4.2%	56	3.3%	47	3.0%
	他の役務	73	2.3%	72	2.7%	56	2.6%	64	3.7%	55	3.5%
	内職・副業・相場	50	1.6%	11	0.4%	15	0.7%	15	0.9%	4	0.3%
	他の行政サービス	16	0.5%	13	0.5%	16	0.7%	23	1.3%	8	0.5%
役務計	1,552	49.6%	1,477	54.5%	1,196	54.9%	961	55.8%	920	58.7%	
その他	他の相談	153	4.9%	130	4.8%	143	6.6%	152	8.8%	120	7.7%
合計		3,129	100.0%	2,709	100.0%	2,180	100.0%	1,723	100.0%	1,567	100.0%

※国民生活センターの分類による

出典：帯広市消費生活アドバイスセンター



表－４ 平成 22 年度 年代別（大分類・中分類別）相談件数

※団体・不明者を除く

順位	20歳未満 (総件数48)	20歳代 (総件数157)	30歳代 (総件数241)	40歳代 (総件数250)
1	運輸・通信サービス 37	運輸・通信サービス 48	運輸・通信サービス 63	運輸・通信サービス 66
	放送・コンテンツ等 (出会い系サイトなど) 34	放送・コンテンツ等 (出会い系サイトなど) 43	放送・コンテンツ等 (出会い系サイトなど) 52	放送・コンテンツ等 (出会い系サイトなど) 50
	携帯電話サービス 2	携帯電話サービス 3	インターネットサービス 6	インターネットサービス 6
2	教養娯楽品 3	金融・保険サービス 27	金融・保険サービス 48	金融・保険サービス 45
	書籍・印刷物 2	融資サービス (過払い・多重債務など) 23	融資サービス (過払い・多重債務など) 38	融資サービス (過払い・多重債務など) 37
	玩具・遊具 1	損害保険 2	生命保険 3	ファンド型投資商品 3
3	車両・乗り物 2	教養娯楽品 14	レンタル・リース 22	教養娯楽品 24
	自動車 1	他の教養娯楽品 4	賃貸アパート 13	学習教材 6
	自転車 1	パソコン 3	借家 6	音響・映像製品 6
4	他の役務 2	レンタル・リース 12	教養娯楽品 15	食料品 16
	役務その他 (下宿サービス) 2	賃貸アパート 10	音響・映像製品 5	健康食品 6
		音楽CD 1	書籍・印刷物 4	魚介類 2
5	他の相談 2	車両乗り物 9	車両乗り物 11	レンタル・リース 10
	相談その他 2	自動車 9	自動車 10	賃貸アパート 7
			自転車 1	借家 2
順位	50歳代 (総件数242)	60歳代 (総件数243)	70歳代 (総件数165)	80歳代以上 (総件数62)
1	金融・保険サービス 47	金融・保険サービス 46	金融・保険サービス 42	教養娯楽品 10
	融資サービス (過払い・多重債務など) 28	融資サービス (過払い・多重債務など) 23	預貯金・証券等 (未公開株など) 10	書籍・印刷物 5
	生命保険 6	預貯金・証券 8	ファンド型投資商品 9	他の教養娯楽品 5
2	運輸・通信サービス 34	食料品 20	食料品 19	保健衛生品 8
	放送・コンテンツ等 (出会い系サイトなど) 18	野菜・海草 6	健康食品 11	医療用具 7
	インターネットサービス 5	果物 2	野菜・海草 3	医薬品 1
3	レンタル・リース 21	レンタル・リース 19	教養娯楽品 13	金融・保険サービス 7
	賃貸アパート 18	賃貸アパート 7	音響・映像製品 6	デリバティブ取引 2
	借家 3	借家 6	書籍・印刷物 3	金融・保険一般 1
4	食料品 20	住居品 18	工事・建築・加工 9	食料品 6
	健康食品 3	食器・台所用品 7	借家 6	健康食品 6
	穀類 2	家具・寝具 4	賃貸マンション 1	
5	教養娯楽品 16	教養娯楽品 16	運輸・通信サービス 9	住居品 5
	書籍・印刷物 5	音響・映像製品 4	放送・コンテンツ等 (出会い系サイトなど) 3	家具・寝具 3
	電話機 4	書籍・印刷物 3	電話 2	エアコン 1

凡例：上段～大分類

下段～中分類の主な相談内容

※：中分類は抜粋しているため、大分類の件数と合致しない場合がある。

出典：帯広市消費生活アドバイスセンター

## ③ 年代別相談件数

年代別相談割合（図－2、8頁）では、20歳未満はここ5年間3%程度で推移しています。一方、20代は漸減傾向にあり、平成22年度は前年の14%に比べ3%減少し11%になっています。また、50代、60代では金融・保険サービスの相談が多くなったため、前年と比べて2%増加しています。

## ア 高齢者の消費者被害

年代別相談割合（図－2）では、平成22年度の60歳以上の相談件数は470件あり、全体に占める割合は33%と3割を超えています。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>※1</sup>やSF商法（催眠商法）<sup>※2</sup>、次々販売<sup>※3</sup>などの悪質商法の被害に遭いやすい傾向がうかがえます。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。

## イ 消費者被害の低年齢化

年代別相談件数（図－1、8頁）をみると、20歳未満の相談件数は、平成20年度において66人、平成21年度63人、平成22年度では48人と漸減傾向にありますが、相談件数の割合は約3%で推移しています。

パソコンや携帯電話の普及とともに、低年齢層の被害が絶えません。

## ※1：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」などと言って、商品やサービスを契約させる商法のこと。

出典：国民生活センターホームページ

## ※2：SF商法（催眠商法）

狭い会場に人を集め、販売員がたく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、ただ同然で日用品など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です。

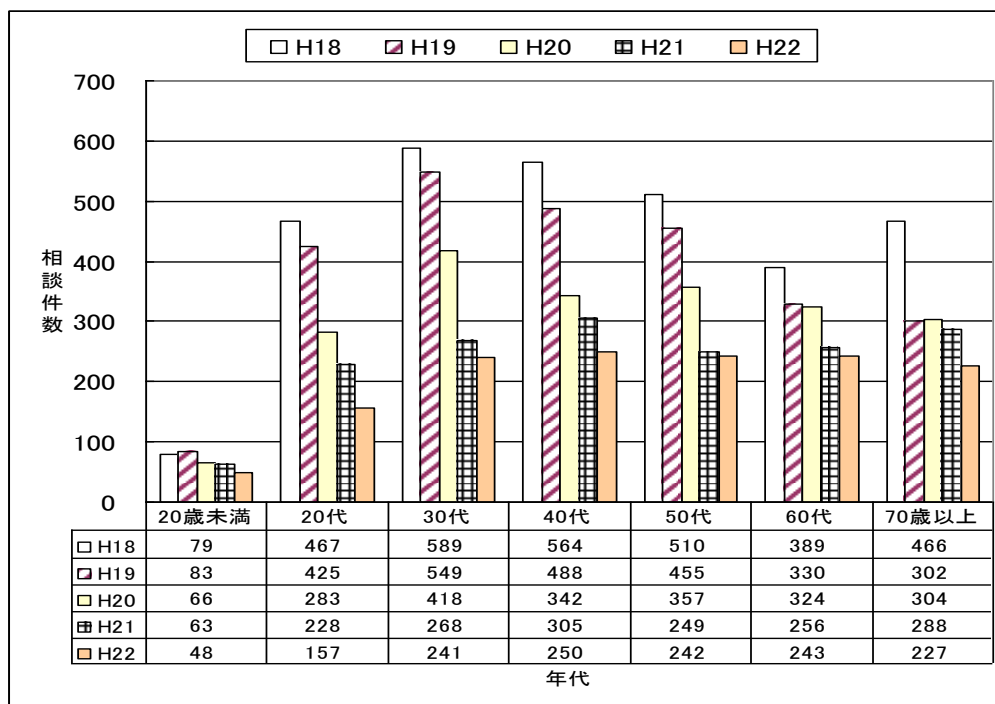
出典：国民生活センターホームページ

## ※3：次々商法

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という商法のこと。

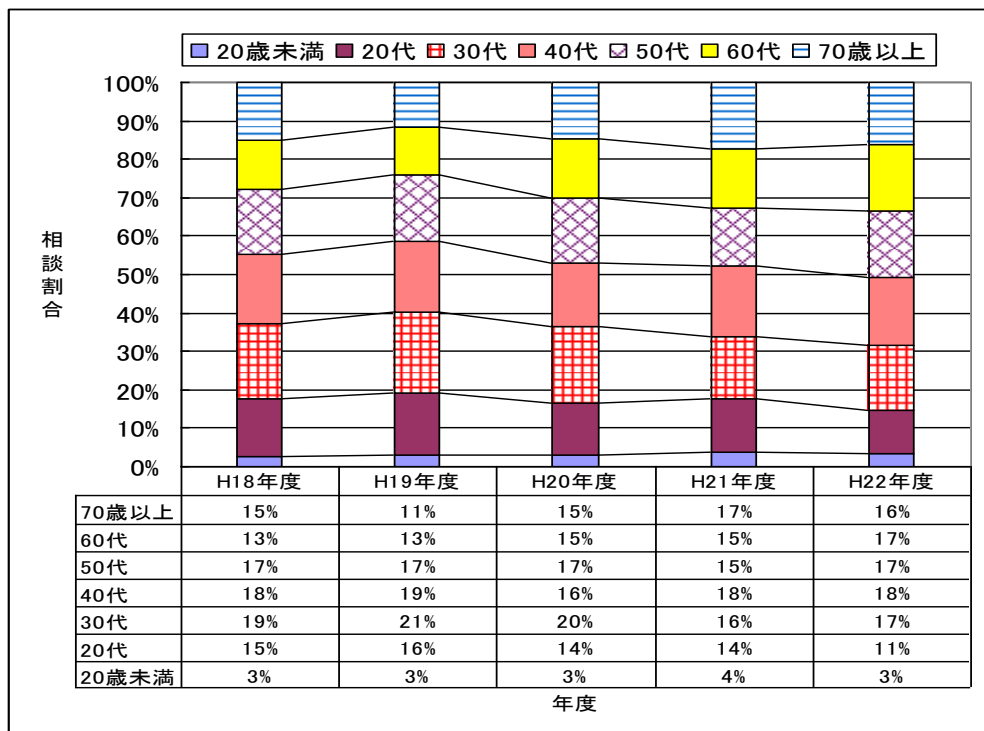
出典：国民生活センターホームページ

図－1 年代別相談件数  
（団体・不明者を除く）



出典：帯広市消費生活アドバイスセンター

図－2 年代別相談割合  
（団体・不明者を除く）



出典：帯広市消費生活アドバイスセンター

## 第3章 計画の体系

### 1 体系一覧

私たちを取り巻く消費者問題は、食の安全・安心、商品、サービス等の多種多様化など、複雑化しています。

帯広市においても消費生活に関わる施策は、庁内の部署全般に関わり、総合的な対応が必要となっています。

こうした中、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の施策の方向を掲げ、それぞれに具体的な推進施策を体系化しました。

	施策の方向	推進施策
<b>基本方針Ⅰ. 消費生活の安全・安心</b>		
	1. 危害等の防止	(1)食品等の安全性の確保 (2)関係機関との連携
	2. 事業活動の適正化	(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	(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	(1)生活関連商品等に関する調査、安定供給 (2)特定生活関連商品等に関する指定、調査、勧告等
<b>基本方針Ⅱ. 消費者被害の救済</b>		
	5. 相談体制の充実	(1)専門相談員による助言・あっせん等 (2)専門相談員の専門的知識の向上 (3)関係機関等との連携
	6. あっせんと調停	(1)消費生活審議会によるあっせん・調停
	7. 訴訟の支援	(1)消費者訴訟に要する費用の貸付等
<b>基本方針Ⅲ. 消費者の自立支援</b>		
	8. 消費者啓発の推進	(1)情報提供の推進 (2)高齢者、若年者等世代毎の啓発
	9. 消費者教育の推進	(1)学習の機会及び場の提供 (2)消費者教育の内容充実
	10. 消費者団体への支援	(1)消費者団体との連携の促進 (2)自主的な活動への支援
	11. 消費者意見の反映	(1)消費者施策への参画
<b>基本方針Ⅳ. 環境保全への配慮</b>		
	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

## 第4章 計画推進のための施策

### 基本方針Ⅰ 消費生活の安全・安心

近年の規制緩和や消費経済活動のグローバル化、少子化の進行、超高齢社会の到来等により、商品・サービスの取引形態や内容は複雑・多様化しています。これら時代の潮流は、消費者の選択肢を広げ、消費生活の豊かさをもたらす一方、食品の偽装表示、残留農薬など食の安全・安心や悪質リフォーム問題、製品事故の発生など複雑かつ多様な消費者問題が発生しています。また、地球温暖化などの環境問題をはじめ、穀物やレアメタルなど海外資源の安定供給への不安が生じています。

消費生活の安全を確保し、消費者が安心して生活するために、国や北海道、関係団体と連携し、危害等の防止、事業活動の適正化などを推進します。

#### 1. 危害等の防止

##### (1) 食品等の安全性の確保

消費生活を営むためには、食品・商品・住まい・サービス等の安全・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、消費者へ迅速で正確な情報を提供します。また、事業者団体等を通じ、事業者へ啓発等を行い安全の確保をはかります。

##### (2) 関係機関との連携

消費者被害は複雑・多様化し、その被害の原因は様々です。食品・商品・住まい・サービス等は、市民の暮らし全般にわたるため、本市においても所管する部署は様々です。

食品衛生法など、その他関係法令に関わる部署・機関等と連携を強化し、危害等の防止に努めます。

取組内容	担当課
○条例に基づく事業者への調査、勧告	安心安全推進課
○帯広食品消費生活安定協議会からの情報提供	
○消費生活用製品安全法 <sup>*1</sup> 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	都市計画課
○事業者団体との協議、懇談	
○おびひろ住宅づくり奨励金事業による安全な住居の確保	農政課
○安全・安心で良質な農畜産物を、安心して消費してもらうための情報提供	
○消費者への食育・農業理解の促進	こども課・学校給食共同調理場
○給食における地元産食材の使用	
○老朽消火器の安全な廃棄・リサイクルシステムの周知	消防課

### ※1：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の確保につき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、同法施行令別表第一によるもので、圧力なべ、乗車用ヘルメット、乳幼児用ベッドなど北海道権限移譲事務によります。

出典：経済産業省ホームページ

## 2. 事業活動の適正化

### (1) 表示・広告の適正化

多種多様な商品・サービスが次々と登場し、その取引方法も多様化しています。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<sup>※1</sup>に基づく立入検査などを行い、適正な取引環境の確保に努めます。

### (2) 包装の適正化

過剰包装の防止を事業者にも周知するとともに、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・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。また、内容量を表記して販売している商品は、店舗・品目を抽出し、表記された内容どおりであるか量目検査を実施します。

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。

取組内容	担当課
○家庭用品品質表示法に基づく、品質表示事項等についての立入検査等	安心安全推進課
○過剰包装防止の事業者等への啓発	
○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	
○レジ袋等の削減に向けた取り組みの推進	環境課

### ※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、昭和37年に制定されました。

出典：消費者庁ホームページ

### 3. 取引の適正化

#### (1) 事業者に対する調査、指導、勧告等

商品・サービスや取引形態の複雑・多様化に伴い、消費者と事業者の間にある情報量・交渉力の格差は拡大しており、消費者は不利な立場におかれています。消費生活アドバイスセンターにおける相談内容も、契約・解約に関するものが平成22年度では約4割を占めています。

このような消費者被害防止のため、消費者取引の適正化をはかり、不適正な取引行為を行う事業者の調査、指導、勧告等を行い、消費者に情報提供を行います。

#### (2) 法令遵守のための周知、啓発

消費生活アドバイスセンターには様々な相談が寄せられています。寄せられた相談事例、それに関わる消費者契約法等の関係法令について、事業者団体等を通じ事業者には法令遵守のための周知、啓発を行います。また、消費者と事業者団体等の情報交換の機会を設けます。

取組内容	担当課
○条例に基づく事業者への調査、指導、勧告	安心安全推進課
○事業者団体との協議、情報交換	

### 4. 商品やサービス等の確保と物価の安定

#### (1) 生活関連商品等に関する調査、安定供給

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。

そのため物価の動向や需給の状況、流通の実態等の情報収集に努め、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。

取組内容	担当課
○消費生活モニターによる小売価格調査 ○帯広食品消費生活安定協議会からの情報提供（再掲） ○条例に基づく事業者への調査、勧告	安心安全推進課

## 基本方針Ⅱ 消費者被害の救済

近年、消費者を取り巻く情勢の変化により、高齢者や若年者等の被害が深刻化しています。身体、健康、年齢等により社会弱者と言われる方々を、周囲あるいは身近な地域の人たちで見守る必要があります。

このため、相談窓口である消費生活アドバイスセンターは、これらの相談に対し迅速かつ的確に対応することが求められています。また、複雑・多様化した商品等の内容や取引形態は、悪質業者等により新たな手口を駆使して次々と消費者を狙ってきています。広報や啓発を充実するとともに、被害を未然に防止することが困難な例もあることから、苦情や救済などへの適切な対応を行います。

### 5. 相談体制の充実

#### （１） 専門相談員による助言・あっせん等

複雑・多様化する消費者相談に対応するため、相談者から寄せられる相談について、消費生活専門相談員が適切にアドバイス等を行います。

#### （２） 専門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、消費者被害の救済をはかるため、研修会への参加や関係機関との情報共有をはかり、専門相談員の専門的知識の向上をはかります。

#### （３） 関係機関等との連携

多様化、広域化する消費者被害防止のため、消費生活アドバイスセンター等で受けた相談や国、北海道等の相談情報を速やかに収集し、警察署や地元弁護士会等とも連携し、情報の共有をはかります。また、十勝管内はもとより道内の自治体等との連携もはかります。



取組内容	担当課
○消費生活に関する相談、あっせん	安心安全推進課  都市計画課 消防課
○消費生活アドバイスセンターの運営と周知、啓発	
○国民生活センター等でのレベルアップ研修	
○P I O - N E T <sup>※1</sup> による情報共有	
○関係機関等との連携	
○住まいに関する専門相談窓口の紹介	
○消火器、住宅用火災報知器の不適正販売に係る情報の収集、提供	

※1：P I O - N E T

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です

出典：国民生活センターホームページ

## 6. 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、必要があると市長が認めた場合は、有識者で組織された帯広市消費生活審議会のあっせん・調停により解決をはかります。

取組内容	担当課
○条例に基づくあっせん・調停	安心安全推進課

## 7. 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。

取組内容	担当課
○条例に基づく消費者訴訟の支援	安心安全推進課

### 基本方針Ⅲ 消費者の自立支援

消費者を取り巻く社会環境は刻々と変化し、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、その選択肢も大幅に拡大していますが、同時に、消費者は氾濫する情報の中で、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、本市における消費者施策においても、消費者の自立支援に向けた取り組みをすすめます。

## 8. 消費者啓発の推進

### （１） 情報提供の推進

ホームページや広報おびひろ、パンフレット、冊子、消費生活アドバイスセンターの情報コーナー等を活用し、悪質商法の対処法、食や住まいの安全性、環境問題など消費生活に関する情報を市民に提供します。

また、関係団体等と連携し、消費者被害防止に取り組みます。

### （２） 高齢者、若年者等世代毎の啓発

消費者被害の防止では、とりわけ被害に遭いやすい高齢者や若年者に対する取り組みは重要です。

高齢者や若年者が受ける被害の特徴は、本人が被害を被ったことさえ意識せず、または、相談できずにおり、さらに、次々と被害を受けるケースも見受けられます。また、事業者の説明不足と消費者の理解不足とがあいまって、消費者トラブルに発展する事例も多く見受けられます。

関係機関等との連携を強化し、消費生活のトラブルを防止するとともに、年代の特徴に応じた啓発・情報提供に取り組みます。

取組内容	担当課
○講座、講演会の実施	安心安全推進課
○広報紙、ホームページ等広報媒体による情報提供	
○アドバイスセンター情報コーナーでの周知、啓発	
○イベント等での周知、啓発	
○高校生等の消費者被害予防教育	
○関係団体との連携	都市計画課
○住まいの情報窓口、市HPによる住宅関連情報の提供	
○帯広市高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画による悪質な訪問・勧誘販売等の防止対策の推進	高齢者福祉課

## 9. 消費者教育の推進

### （1） 学習の機会及び場の提供

消費者が自立し安定した豊かな消費生活を送るため、出前講座や講師派遣など学習機会の拡充をはかり、衣食住から生活設計にいたるまでの様々な知識の普及をすすめます。

### （2） 消費者教育の内容充実

教育委員会と連携し、小学・中学・高校等の各段階に応じて、消費者として主体的に判断する力を育むような実践的な消費者教育をすすめます。また、地域、家庭、職場など様々な場を通じて学習する機会の充実をはかります。

併せて、自立した消費者とは単に自分自身を守るための行動のみならず、生涯にわたって社会的責任を自覚して行動する消費者であり、その大切さを啓発します。

取組内容	担当課
○講座、講演会の実施（再掲） ○広報紙、ホームページ等広報媒体による情報提供（再掲） ○高校生等の消費者被害予防教育（再掲） ○消費者教育教材の作成	安心安全推進課
○「消費者被害予防教室」の実施による学習機会の提供及び主体的に判断できる力を育む消費者教育	南商業高校
○情報活用能力・情報モラルの育成	学校教育指導室

## 10. 消費者団体への支援

### （1） 消費者団体との連携の促進

消費者団体は、消費者の権利の確立の支援、消費生活の情報収集及び提供、各種団体相互の連携など、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、各種啓発活動等を効果的に行う取り組みをすすめます。

### （2） 自主的な活動への支援

消費生活に関連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。

取組内容	担当課
○帯広消費者協会活動への支援	安心安全推進課

## 11. 消費者意見の反映

### （１） 消費者施策への参画

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はかるなど、施策に消費者の意見を反映するよう取り組みます。

取組内容	担当課
○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 ○アドバイスセンターに寄せられた情報の集約 ○消費生活モニターによる意見等	安心安全推進課

### 基本方針Ⅳ 環境保全への配慮

大量生産・大量消費の経済構造のもとで経済力を増大させ生活を豊かにしてきた反面、大量廃棄による環境問題など「負の遺産」を残しました。

本市では、平成20年7月、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と持続可能な循環型社会の実現に向け、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、豊かな消費生活の在り方について考え、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促進

消費生活を環境の視点から考えるため、様々な学習機会を提供し、3R<sup>\*1</sup>を推進するとともに、消費者、事業者、行政が協働して環境に配慮した取り組みをすすめます。

取組内容	担当課
○イベント等での周知、啓発（再掲） ○過剰包装防止の事業者等への啓発（再掲）	安心安全推進課
○第二期帯広市環境基本計画による環境保全の推進	環境課
○レジ袋等の削減に向けた取り組みの推進（再掲） ○環境家計簿の普及 ○環境モデル地域での取り組み推進	環境モデル都市 推進室
○おびひろ住宅づくり奨励金事業による環境負荷低減可能な住宅の普及	都市計画課
○一般廃棄物処理基本計画に基づく3Rの推進	清掃事業課

## ※1：3R

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、ごみをへらすこと、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。

出典：環境省ホームページ

## 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など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。

取組内容	担当課
○イベント等での周知、啓発（再掲）	安心安全推進課
○帯広食品消費生活安定協議会からの情報提供（再掲）	
○地産地消の推進	農政課
○給食における地元産食材の使用（再掲）	こども課、学校 給食共同調理場
○春・秋リサイクル行事など各種イベントでの周知、啓発	清掃事業課

## 第5章 消費生活基本計画の推進

## 1 推進体制の整備

本計画の推進に当たっては、消費生活行政に関わる庁内関係部課等で構成する「(仮称)帯広市消費生活行政推進連絡会議」を組織し、必要に応じて開催するとともに、施策の効果的な推進をはかります。また、同会議が機動的、効果的なものとなるよう構成や運営方法等について随時見直しを行ないます。

## 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 (H28)	単位	指標の説明
帯 広 市 消 費 生 活 基 本 計 画	消費生活のホームページ アクセス件数	H22	26,994	32,000	件	帯広市の消費生活に関するホームページの アクセス件数。 消費生活に関する重要な情報提供手段として 設定します。
第 六 期 帯 広 市 総 合 計 画	消費者講座等の参加人 数	H17-H19 平均	3,300	3,600 (3,700)	人	市が実施する消費者講座等の1年間の参加 人数。 市民の消費生活に対する意識の向上を測る 指標として設定します。
	消費生活相談の解決率	H17-H19 平均	99.4	99.6 (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 設定します。
	不合格計量器の出現率	H17-H19 平均	2.0	1.5 (1.4)	%	定期検査対象計量器のうち不合格計量器数 が占める割合。 適正な取引を測る指標として設定します。

※第六期帯広市総合計画の目標値は、指標管理表より平成28年度とし、下段の括弧内は最終年度(H31)の目標値である。