参考資料

第４期帯広市消費生活基本計画

令和７年３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

第２章　計画策定の背景 2

１　わが国の消費者を取り巻く現状 2

２　国や北海道の動き 2

３　帯広市における現状と課題 5

第３章　計画の基本方針と施策 10

基本方針Ⅰ　消費生活の安全・安心 11

１　危害等の防止 11

２　事業活動の適正化の推進 12

３　取引の適正化の推進 13

４　商品やサービス等の確保と物価の安定化 13

基本方針Ⅱ　消費者の自立支援 14

５　消費者教育の推進 14

６　消費者啓発・情報提供の推進 15

７　消費者団体への支援 16

８　消費者意見の反映 16

基本方針Ⅲ　消費者被害の救済..... 17

9　相談機能の充実..... 17

10　あっせんと調停..... 18

11　訴訟の支援..... 18

基本方針Ⅳ　環境保全等への配慮..... 19

12　環境保全等の推進..... 19

13　地域資源の活用..... 20

第４章　計画の推進..... 21

1　推進体制..... 21

2　計画の指標..... 21

参考資料 22

第１章　計画の基本的な考え方

１　計画の目的

第４期帯広市消費生活基本計画は、消費者の権利の尊重及び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 条第１項※1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。

２　計画の位置付け

消費者教育の推進に関する法律第 10 条第２項に定める市町村消費者教育推進計画として位置づけるものです。また、第七期帯広市総合計画に即して、消費生活に関する総合計画の分野計画として作成するものです。

３　計画期間

この計画の期間は、2025（令和７）年度から 2029（令和 11）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、必要に応じて計画の見直しを行います。

※１：帯広市消費生活条例（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　わが国の消費者を取り巻く現状

① 高齢化の進行・世帯構造の変化等

高齢化の進行や単身世帯の高齢者の増加、地域のつながりの希薄化などにより、判断力が十分ではない消費者等が周囲に相談することができず、消費者被害が潜在化、深刻化しています。

また、民法改正により 2022(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、19 歳の方が自己責任で契約を結ぶことができるようになった一方で、未成年者取消権を行使できなくなり、知識や経験の不足から、消費者トラブルに巻き込まれる若年者が増加することが懸念されます。

② デジタル化の進展、電子商取引の拡大

情報通信技術（ICT）の高度化により、消費者の決済手段が拡大するなど、消費者の利便性が高まる一方で、インターネットを介した取引において、消費者自身の認識がないままに意図しない行動に誘導する仕組みが広がっているほか、購入時に期待していた商品・サービスとは異なるケースがあるなどの消費者トラブルが増加しています。

２　国や北海道の動き

（１）　国の動き

① 消費者基本計画の策定

高齢化の進行や成年年齢の引下げ、外国人の増加に加え、デジタル化の進展に伴う電子商取引の拡大、自然災害の激甚化・多発化など、消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に適切に対応するため、これまでに整備してきた制度の積極的な活用・改善に加え、新たな課題の解決に向けた関連施策の充実など、消費者政策の推進に向けた基本方針を示した「第４期消費者基本計画」を 2020(令和２)年３月に策定しました。

その後、2021(令和３)年６月、コロナ禍における「新しい生活様式」の実践に伴い、消費生活のデジタル化が加速するなど消費者を取り巻く環境が大きく変化したことから、これに対応するため、「新しい生活様式」に関する記述を追加しています。

2024(令和６)年度末で第４期消費者基本計画が終了し、2025(令和７)年度から第５期消費者基本計画を施行する予定です。計画に盛り込むべき内容を検討するため、第５期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会を開催するなど、現在、策定に向けた検討が進められています。

第５期消費者基本計画の検討においては、安心して安全で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現とウェルビーイング※2の向上を目指し、政府全体で取り組むべき課題と消費者政策の基本的な方向性、目指すべき社会の姿、行政・事業者・消費者における役割と期待及び基本的な施策が示されています。

② 地方消費者行政強化作戦 2020 の策定

2020(令和２)年４月、第４期消費者基本計画を踏まえ、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て、2015(平成 27)年に策定した「地方消費者行政強化作戦」を改定しました。

③ 消費者教育※3

「消費者教育の推進に関する法律」に基づき 2013(平成 25)年６月に閣議決定された「消費者教育の推進に関する基本的な方針」について、2023(令和５)年３月に２回目の変更に係る閣議決定が行われました。変更後の基本方針における基本的視点では、消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことの促進や、消費者の属性に応じたきめ細やかな対応、デジタル化への対応などが掲げられています。

また、小中学校や高等学校における学習指導要領において、消費者教育に関する内容などが充実されたほか、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」において、成年年齢の引下げを踏まえ、学習指導要領の趣旨や内容の周知・徹底を図り、社会科や家庭科を中心に各教科において充実した消費者教育が行われるように努めることとされています。

④ 社会や環境を意識した消費行動

第４期消費者基本計画では、SDGs※4の 12 番目の目標「つくる責任 つかう責任」等の視点に立ち、消費者の消費活動自体が未来に向けた投資であるとの意識の下、幅広い視点から消費者・消費者団体と事業者・事業者団体との連携・協働を通じた経済・社会構造の変革に向けた取り組みを消費者行政として積極的に推進する必要があり、地域の活性化や雇用等も含む、人や社会・環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動、いわゆる「エシカル消費※5」等に関する取組を体系的・総合的に進める必要があるとされています。

※２：ウェルビーイング
well（良い）と being（状態）からなる言葉で、個人の権利や自己実現が保障され、身体的・精神的・社会的に良好な状態にあることを意味する概念です。

※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です。

※４：SDGs
「誰一人取り残さない」持続可能でより良い社会の実現を目指す世界共通の目標で、2030(令和 12)年までに達成すべき具体的な 17 の目標と、169 のターゲットで構成されています。「持続可能な生産消費形態を確保する」ことを目標の一つに掲げており、「2030(令和 12)年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料廃棄を半減させ、生産・サプライチェーンにおける食品の損失を減少させる」、「2030(令和 12)年までに人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする」などがターゲットとして盛り込まれています。

⑤ 消費者関連の法令・制度改正

インターネット上の詐欺的な定期購入商法やステルスマーケティング※6の増加、機能性表示食品による健康被害など、様々な消費者問題に対応するため、特定商取引法、消費者契約法、不当景品類及び不当表示防止法などの改正や、機能性表示食品に関する制度の見直しなど、消費者関連の各種法令・制度の改正が行われています。

（２） 北海道の動き

北海道では、北海道消費生活条例に基づき、道民の消費生活に関する施策を総合的かつ計画的に推進するための基本的な計画として、2020(令和２)年３月に、2020(令和２)年度から2024(令和６)年度までを計画期間とする「第３次北海道消費生活基本計画」が策定されています。

第３次北海道消費生活基本計画では、成年年齢の引き下げや、デジタル化の進展など消費生活を取り巻く現状を踏まえ、消費者施策の基本的な方向性として、消費者被害の救済、消費者教育の推進、消費者の安全・安心の確保などを掲げています。

また、2024(令和６)年度で第３次北海道消費生活基本計画が終了することから、国で進められている第５期消費者基本計画策定の動向を踏まえつつ、「第４次北海道消費生活基本計画」の策定に向けた検討を進めています。

第４次北海道消費生活基本計画の検討においては、消費者を取り巻く現状を踏まえ、「デジタル化の進展に伴う対応」、「消費者の多様化に伴う対応」、「多様な主体の協働による取組」に特に留意しながら、「消費者被害の拡大防止、救済」、「地域における消費者被害の防止に向けた連携体制の構築」、「公正な消費者取引の確保」、「消費者の安全・安心の確保」、「消費者教育の推進及び消費者団体、事業者との連携」の５つの施策を見直し、推進することとしています。

また、施策の方向と具体的取組として、新たに「消費生活相談のＤＸ化に向けた新システムへの移行」、「エシカル消費の理解促進等による消費者と事業者との共同による取組」、「ゼロカーボン北海道の実現等に向けた消費者教育・普及啓発」などが示されています。

※５：エシカル消費
消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした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です。具体的には、買物時のマイバッグ使用や、食品ロスの削減、必要な物を必要なだけ購入すること、障害者支援につながる商品や被災地産品を購入すること、地産地消などです。

※６：ステルスマーケティング
消費者に特定の商品やサービスについて、宣伝と気づかれないように商品を宣伝したり、商品に関するロコミを発信するなど、広告であるにもかかわらず、広告であることを隠すことです。広告や宣伝であることが分からないと、企業ではない第三者の感想であると誤って認識し、その表示の内容をそのまま受け取ってしまい、消費者が自主的かつ合理的に商品やサービスを選ぶことができなくなるおそれがあります。

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、1984(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、消費者行政を進めてきました。

2011(平成 23)年４月に施行した「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自立の支援等の基本理念、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について規定しており、2016(平成 28)年４月には消費者安全法の改正に伴う条例改正を行い、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ています。

（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、2019(令和元)年度以降、減少傾向にありましたが、2023(令和５)年度は約 1,400 件と増加に転じました。

市においても、全国同様、高齢者の相談件数が多いことに加え、若年者からの相談件数が増加しています。また、消費者トラブルは複雑化・多様化しており、ＳＮＳ等を通じて投資目的で金銭をだまし取るＳＮＳ型投資詐欺、恋愛感情や親近感を抱かせて金銭等をだまし取るＳＮＳ型ロマンス詐欺など、全国で急増するこれらの被害も発生しています。

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相談件数は、令和元年度から減少傾向にありましたが、2023(令和５)年度は前年度より 206 件増加し 1,436 件となっています。

これは、市内のエステ店の倒産が続いて起こったことに伴い、料金を支払ったにもかかわらずサービスが受けられないといった相談が多く寄せられたほか、未成年者のオンラインゲームに関する相談、副業サイトで高額なサポート契約料を支払ったが利益を得られなかったといったサイドビジネス商法に関する相談の増加などによるものです。

② 契約当事者年代別相談件数（図１、表１参照）

この５年間の相談件数を契約当事者の年代別にみると、10 代以下では、相談全体に占める割合が１％台から２％代で推移しています。

20 歳代から 50 歳代にかけては、2022（令和４）年度の 44.8%と比べ、2023（令和５）年度は 46.3%と 1.5%高くなりました。特に 20 代と 50 代の相談割合が増加しています。

60 歳代は、2022（令和４）年度の 14.0%と比べ、2023（令和５）年度は 13.2%とやや減少傾向にあります。

70 歳以上では、2022（令和４）年度の 25.8%と比べ、2023（令和５）年度は 22.8%と減少していますが、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にあります。

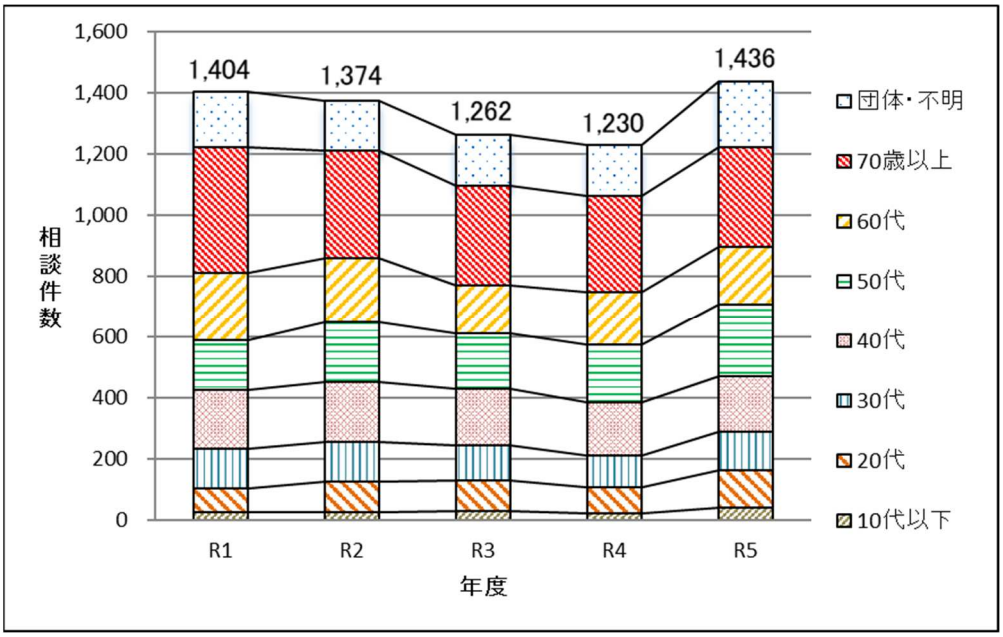


図１　年度別・契約当事者年代別相談件数

表１　年度別・契約当事者年代別相談件数

（単位:件、%）

年度 / 年代	R1		R2		R3		R4		R5	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
団体･不明	181	12.9%	165	12.0%	165	13.1%	167	13.6%	213	14.8%
70歳以上	413	29.4%	350	25.5%	326	25.8%	317	25.8%	327	22.8%
60代	222	15.8%	210	15.3%	162	12.8%	172	14.0%	190	13.2%
50代	162	11.5%	198	14.4%	179	14.2%	190	15.4%	235	16.4%
40代	192	13.7%	197	14.3%	187	14.8%	173	14.1%	181	12.6%
30代	129	9.2%	129	9.4%	115	9.1%	104	8.5%	127	8.8%
20代	79	5.6%	101	7.4%	100	7.9%	84	6.8%	122	8.5%
10代以下	26	1.9%	24	1.7%	28	2.2%	23	1.9%	41	2.9%
合計	1,404	100%	1,374	100%	1,262	100%	1,230	100%	1,436	100%

出典：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２参照）

この５年間の相談件数を商品・役務別にみると、2019(令和元)年度、2020(令和２)年度で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、2021(令和３)年度は商品一般に関する相談となっています。また、2022(令和４)年度には保健衛生品、2023(令和５)年度には保健・福祉サービスの相談が最も多くなっています。

2019(令和元)年度、2020(令和２)年度で最も多かった運輸・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「ワンクリック詐欺」、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。

2021(令和３)年度の商品一般に関する相談の内容は、クレジットカードの不正利用など、商品が特定できないものの相談や、インターネット通販の定期購入のトラブルに巻き込まれたケースなどがあげられます。

2022(令和４)年度の保健衛生品に関する相談の内容は、ネット広告に関する定期購入トラブルなどの相談となっています。

2023(令和５)年度の保健・福祉サービスに関する相談の内容は、2023(令和５)年９月と 10 月にエステ店２社が相次いで倒産したことにより、エステ店との契約に関する相談が多く寄せられました。

④ 高齢者の相談の特徴（表１、表３参照）

60 歳以上の相談件数は 2023(令和５)年度が 517 件と全体の 36％を占め、2019(令和元)年度と比較すると、118 人減少しています。商品・役務別にみると、60 代は化粧品などの保健衛生品、70 歳以上では商品一般に関する相談が最も多くなっています。高齢者の相談件数が減少した要因として、高齢者を狙ったハガキ等による架空請求が減り、電子メールやＳＭＳ等による不特定多数へ大量送付する手口が増加したことで、情報通信機器を持たない一部の高齢者の目に留まりづらくなったことなどが考えられます。

しかしながら、依然として高齢者の消費者被害に関する相談は多い状況です。高齢者は「お金」「健康」「孤独」の三つの大きな不安を持つといわれており、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、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。

⑤ 若年者の相談の特徴（表１、表３参照）

10 代以下からの相談の全体に占める割合は、１％台から２％台と推移しており、相談件数は 2019(令和元)年度から 2022(令和４)年度まで 20 件台で推移していましたが、2023(令和５)年度は 41 件と約２倍になっています。これは、小中学生を中心とした未成年者が、保護者の許可なくゲームに課金していたなど、未成年者のオンラインゲーム等に関する相談が増えたことによるものです。

20 歳代についても、2019(令和元)年度は 79 件でしたが、2023(令和５)年度は 122 件と増加しています。前述のとおり、市内のエステ店２社が相次いで倒産したことにより、相談が大幅に増加したことが影響しています。

表２　商品・役務別相談件数（上位５位まで）

単位:件

	R1 （総件数1,404）	R2 （総件数1,374）	R3 （総件数1,262）	R4 （総件数1,230）	R5 （総件数1,436）
1	運輸・通信サービス	運輸・通信サービス	商品一般	保健衛生品	保健・福祉サービス
	278	223	139	125	145
2	商品一般	商品一般	教養・娯楽サービス	金融・保険サービス	商品一般
	209	158	131	118	142
3	食料品	保健衛生品	他の役務	商品一般	保健衛生品
	134	128	92	108	122
4	金融・保険サービス	食料品	レンタル・リース	運輸・通信サービス	教養・娯楽サービス
	100	118	91	103	107
5	保健衛生品	金融・保険サービス	運輸・通信サービス	食料品	運輸・通信サービス
	87	96	89	96	104

※独立行政法人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３　令和５年度　契約当事者年代別、商品・役務別相談件数（上位５位まで）

単位:件

	10代以下 （総件数41）	20歳代 （総件数122）	30歳代 （総件数127）	40歳代 （総件数181）	50歳代 （総件数235）	60歳代 （総件数190）	70歳代 （総件数213）	80歳代以上 （総件数114）
1	教養・娯楽サービス	保健・福祉サービス	保健・福祉サービス	教養娯楽品	保健衛生品	保健衛生品	商品一般	商品一般
	16	47	25	17	31	28	31	19
2	保健・福祉サービス	レンタル・リース・賃貸	レンタル・リース・賃貸	レンタル・リース・賃貸	車両・乗り物	商品一般	保健衛生品	食料品
	8	14	16	17	21	20	20	13
3	保健衛生品	教養・娯楽サービス	金融・保険サービス	金融・保険サービス	運輸・通信サービス	食料品	運輸・通信サービス	保健衛生品
	5	8	13	17	21	18	19	11
4	運輸・通信サービス	他の役務	教養・娯楽サービス	商品一般	教養・娯楽サービス	教養・娯楽サービス	教養娯楽品	教養娯楽品
	3	7	11	15	21	17	15	7
5	他の相談	教養娯楽品	被服品	保健・福祉サービス	食料品	運輸・通信サービス	金融・保険サービス	運輸・通信サービス
	3	6	9	15	17	16	15	7

※独立行政法人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

＊20歳代　金融・保険サービス　6件
＊80歳以上　他の役務7件、他の相談7件

（３） 消費生活の課題

① 消費生活の安全・安心の確保

消費者が安心して消費活動ができるよう、消費者事故や食品の安全・安心に関する情報提供、事業者への啓発や適正な取引に向けた調査、指導など、消費生活における安全・安心を確保するための取り組みが重要です。

② 消費者被害の防止・救済

デジタル化の進展による取引形態や決済手段の多様化など、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、消費者トラブルの内容も複雑・多様化しています。

また、インターネット上の詐欺的な定期購入商法やステルスマーケティングなどの消費者トラブルも発生しています。

こうした状況の中、消費者被害の未然防止に向けて、消費者に向けた情報提供、注意喚起などに取り組むとともに、被害の救済、拡大防止を図るため、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相談対応力の向上に取り組んでいく必要があります。

③ 消費者の属性に応じた消費者教育の推進

成年年齢の引き下げや高齢化の進行、単身世帯の増加などの消費生活を取り巻く環境の変化に伴い、消費者トラブルの増加や消費者被害の潜在化、深刻化が懸念されます。

このため、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、消費者の年代など属性に応じた消費者教育を推進していく必要があります。消費者トラブルが広がっている若年者に対する取り組みを重点的に実施していくことが重要です。

④ 消費生活における環境保全などへの配慮

国連サミットにおいてSDGsが採択されたことを受け、国際的に持続可能な社会実現に向けた機運が高まっており、国や北海道においても、エシカル消費等に関する取組を推進していく方針が示されています。

帯広市においても、消費者一人一人が自らの消費行動が今後の経済社会や地球環境に影響を及ぼし得ることを自覚し、責任を持って行動できるよう、環境保全への配慮や地域資源の活用など、エシカル消費等への理解を促進していくことが重要です。

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。

表４　基本方針と施策

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）生活関連商品等に関する調査等
		（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
	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
		（２）情報提供の推進
	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．環境保全等への配慮		
	12．環境保全等の推進	（１）環境等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

消費生活における安全・安心を確保するため、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の取り組みを推進します。

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※7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

消費生活を営む上で、食品等の安全・安心の確保は欠かせません。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 ○とかち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

※７：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、1973(昭和 48)年に制定されました。
立入検査対象となる同法施行令別表に規定される特定製品は、家庭用圧力なべ及び圧力釜、乗車用ヘルメット、乳幼児用ベッドなどです。

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の法令※8に基づく立入検査等を行います。

（２）　包装の適正化

過剰包装の防止を事業者に啓発するとともに、消費者に対して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

消費者と事業者間の取引に際して、適正な計量が確保されるよう、商品の製造及び販売に使用される特定計量器の定期検査と、事業所の立入検査もしくは買い取り等による商品量目立入検査を行います。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、消費生活展への出展などの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その他の法令等に基づく適正な品質表示事項等についての立入検査等 ○事業者等への過剰包装防止の啓発 ○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

※８：家庭用品品質表示法などの法令
各種法令に基づく対象商品は下記のとおりです。

①家庭用品品質表示法
（対象商品）繊維製品、合成樹脂加工品、電気機械器具、雑貨工芸品等

②電気用品安全法
（対象商品）電源コンセントを使用する家電製品、モバイルバッテリー、一部 LED ランプ、LED 電灯器具、照明器具等

③ガス事業法
（対象商品）ガス用品等

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
（対象商品）液化石油ガス器具等

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
○不当な取引行為が認められる場合、条例に基づき事業者への調査・指導・勧告及び市民へ調査結果の情報提供 ○事業者団体等を通じた法令順守の周知・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

デジタル化の進展に伴い、消費の形態は大きく変化し、多種多様な商品、サービスが提供されていることで、消費者の利便性は向上しています。

一方、消費者を取り巻く環境が変化していることで、消費者トラブルの増加や消費者被害の潜在化、深刻化が懸念されており、様々な商品やサービスがある中で、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、消費生活に関する講座の開催や情報提供などにより、市民が自ら学び、考え、行動する自立した消費者となるよう、関係団体と連携しながら、消費者教育や情報提供などに取り組みます。

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、授業及び講座等での消費者教育を行います。

また、2022(令和４)年４月から、民法における成年年齢が 20 歳から 18 歳へ引き下げられたことにより、悪質業者による社会経験の少ない若年者をねらった消費者トラブルの拡大が懸念されることから、若年者への消費者教育として、高等学校等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。

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
○中学校への出前消費者教育講座等の実施
○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、若年者等の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、誰にもトラブルを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、SNS などの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・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による情報発信 ○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 ○とかち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正販売に係る情報の収集・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や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進めます。

（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や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の促進など、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進めます。

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

消費者トラブルの内容が複雑・多様化し、新たな消費者トラブルや消費者被害が次々と発生する状況にある中、こうした消費者トラブル等に関する相談への迅速かつ的確な対応が求められています。

このため、消費生活アドバイスセンターにおける相談機能を高めるための取り組みを進めるほか、被害に遭った消費者の救済に向けた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や契約トラブル等の相談について、消費生活相談員が適切に助言やあっせん※9等を行います。

また、消費者被害や消費者トラブルに遭った際の相談先について、広く市民への周知・啓発を行います。

（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や、インターネットや携帯電話、金融や多重債務などをはじめとする、消費者からの様々な相談に対応するため、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
○消費生活相談に対する警察との連携
○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
○PIO-NET（パイオ・ネット）※10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

※９：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在することをいい、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・調整等を行うことです。

※10：PIO-NET（パイオ・ネット）
「全国消費生活情報ネットワークシステム」のことで、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。

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　環境保全等への配慮

持続可能な社会の形成に向けて、地球温暖化をはじめ、食料や資源、エネルギー問題、環境保全などの広範な課題に、消費生活の面からも取り組んでいくことが重要です。

また、帯広市では、地球温暖化対策に関する国内外の動向等を踏まえ、2022(令和４)年６月に「ゼロカーボンシティ」※11を表明、2024(令和６)年３月に「帯広市ゼロカーボン推進計画」を策定し、環境モデル都市として積み重ねてきた実績を基盤に、地域特性を活かした脱炭素社会の実現に向けた取り組みを進めていくこととしています。

12　環境保全等の推進

（１）　環境等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、持続可能な社会の実現に向けて、エシカル消費の理解促進や、帯広市ゼロカーボン推進計画等に基づく各種取り組みを進めます。

主な取組内容
○エシカル消費に関する周知・啓発
○レジ袋等の削減に向けた取り組みの推進
○環境保全に関する普及・啓発
○一般廃棄物処理基本計画に基づく３R※12の推進
○脱炭素型ライフスタイル（「デコ活」※13など）の推進
○環境家計簿※14の普及
○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

※11：ゼロカーボンシティ
2050(令和32)年までに二酸化炭素の排出量実質ゼロ（カーボンニュートラル）を目指し、市民や事業所などが一丸となって取り組むことを表明した自治体のことです。

※12：３R
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を言います。

※13：デコ活
二酸化炭素（CO_2）を減らす（DE）脱炭素（Decarbonization）と、環境に良いエコ（Eco）を組み合わせた造語で、2050(令和32)年カーボンニュートラル及び2030(令和12)年度削減目標の実現に向けて、国民・消費者の行動変容、ライフスタイル変革を強力に後押しするための「脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動」のことです。具体的な取り組みとして、住宅の断熱化やLED照明・省エネ家電の選択、食品の食べ切り、テレワークの実施などが挙げられており、暮らしが豊かになり、脱炭素などに貢献していく活動全般を言います。

※14：環境家計簿
家庭のエネルギー使用量を把握し、環境にやさしい生活を実施するために普段の生活を見直すきっかけとなるツールです。

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

近年、食品偽装等の事件を背景に、安全で安心できる農畜産物を選ぶことへの消費者の関心が高まってきています。

こうしたことから、地元の食材を使用した新鮮で安全・安心な農畜産物を活用した商品づくりなど、地域資源の有効活用等の地産地消への取り組みを進め、フードマイレージ※15の削減も進めていきます。

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

※15：フードマイレージ
フードマイレージとは、「食料の輸送量（t）」と「輸送距離（㎞）」を掛け合わせた指標です。この数字が大きくなればなるほど、食料を輸送する際の環境負荷が大きくなり、自分の生活圏から近い産地のものを意識的に選ぶことで環境負荷を減らすことができます。多くの食料を輸入に頼る日本はこのフードマイレージが高い国でもあります。

第４章　計画の推進

１　推進体制

本計画は、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、年度ごとに施策の実施状況を取りまとめ、進捗状況等の検証・評価を行います。

進捗状況等の検証・評価の結果については、帯広市消費生活審議会に報告し、審議会の意見等を踏まえながら、計画を推進していきます。

２　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。

基本方針	指標	基準値（年度）	目標値（R11）	単位	指標の説明
基本方針Ⅰ 消費生活の安全・安心	消費生活用製品安全法立入検査における適正表示製品率	100.0 (R5)	100.0	%	消費生活用製品安全法に基づく立入検査において検査対象となった製品のうち、適正表示となった製品率です。 消費生活用製品の安全性の確保を測る指標として設定します。 目標値は、すべての品目・店舗において適正表示製品を販売していることを目指し設定しています。
基本方針Ⅱ 消費者の自立支援	消費者講座受講者数	125 (R5)	177	人	市が実施する消費者講座を受講した人数です。 市民の消費生活に関する意識の向上を測る指標として設定します。 目標値は、第３期計画期間中最も多かった 177 人を目指すこととして設定しています。
基本方針Ⅲ 消費者被害の救済	あっせん解決率	89.5 (R5)	89.5 以上	%	消費生活アドバイスセンターによるあっせんの解決率です。 消費生活相談機能の充実を測る指標として設定します。 目標値は、基準年(R5)以上となることを目指すこととして設定しています。 ※あっせん解決率の算出方法は 25 ページを参照
基本方針Ⅳ 環境保全等への配慮	出前環境教室への参加者数	32,509 (H12～R5)	42,342 (H12～R11)	人 （累計）	市が実施する出前環境教室への参加者数です。 環境に配慮した消費者の育成について測る指標として設定しています。 目標値は、「第三期帯広市環境基本計画」における「環境配慮行動の実践」に関連する指標項目が、本基本方針の指標としても適切と考えられることから設定したものです。

参考資料

１　統計資料（帯広市の消費生活相談内訳）

２　第４期帯広市消費生活基本計画策定経過（予定）

３　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	R1	R2	R3	R4	R5
苦　　情	1,182	1,150	1,061	1,060	1,266
問い合わせ	222	222	200	170	170
要　　望	0	2	1	0	0
計	1,404	1,374	1,262	1,230	1,436

②男女別相談件数　（単位：件）

年　　度	R1	R2	R3	R4	R5
男	511	568	499	612	570
女	794	718	660	569	760
団体・不明	99	88	103	49	106
計	1,404	1,374	1,262	1,230	1,436

③商品・役務別相談件数　（単位：件）

年　　度	R1	R2	R3	R4	R5
商　　品	668	668	594	612	655
役　　務	672	638	612	569	732
そ　の　他	64	68	56	49	49
計	1,404	1,374	1,262	1,230	1,436

④年代別相談件数　（単位：件）

年　　度	R1	R2	R3	R4	R5
１０代以下	26	24	28	23	41
２０代	79	101	100	84	122
３０代	129	129	115	104	127
４０代	192	197	187	173	181
５０代	162	198	179	190	235
６０代	222	210	162	172	190
７０歳以上	413	350	326	317	327
団体・不明	181	165	165	167	213
計	1,404	1,374	1,262	1,230	1,436

⑤職業別相談件数　（単位：件）

年　　度	R1	R2	R3	R4	R5
給与所得者	469	513	454	476	570
自営自由業	73	76	85	73	86
家事従事者	166	110	106	103	76
学　　生	27	26	24	22	34
無　　職	433	392	386	349	406
団体・不明	236	257	207	207	264
計	1,404	1,374	1,262	1,230	1,436

⑥商品・役務別相談件数　（単位：件）

年　度		R1	R2	R3	R4	R5
商　品		668	668	594	612	655
	商品一般	209	158	139	108	142
	食料品	134	118	87	96	88
	住居品	40	40	57	42	53
	光熱水品	16	14	23	32	16
	被服品	50	64	70	56	63
	保健衛生品	87	128	73	125	122
	教養娯楽品	72	87	85	91	91
	車両・乗り物	43	36	30	40	59
	土地・建物・設備	15	23	27	20	17
	他の商品	2	0	3	2	4
役　務		672	638	612	569	732
	クリーニング	6	7	3	3	2
	レンタル・リース	85	84	91	68	89
	工事・建築・加工	38	27	27	32	34
	修理・補修	6	14	12	8	24
	管理・保管	2	0	0	2	2
	役務一般	8	4	12	9	11
	金融・保険サービス	100	96	88	118	90
	運輸・通信サービス	278	223	89	103	104
	教育サービス	2	2	5	7	3
	教養・娯楽サービス	32	36	131	93	107
	保健・福祉サービス	47	50	32	36	145
	他の役務	48	66	92	64	88
	内職・副業・ねずみ講	3	4	12	12	20
	他の行政ｻｰﾋﾞｽ	17	25	18	14	13
他の相談		64	68	56	49	49
合　計		1,404	1,374	1,262	1,230	1,436

⑦内容別相談件数　（単位：件）

年　度	R1	R2	R3	R4	R5
安全・衛生	38	27	24	27	35
品質・機能	144	161	121	150	147
法規・基準	50	45	48	34	67
価格・料金	63	67	122	165	180
計量・量目	0	0	0	2	3
表示・広告	57	80	105	170	131
販売方法	714	578	555	532	563
契約・解約	1,046	1,001	939	928	1,142
接客・対応	119	120	144	187	151
包装・容器	2	0	0	2	1
施設・設備	0	1	2	2	0
買い物相談	15	8	6	9	12
生活知識	10	10	8	2	0
その他	16	18	18	18	7
計	2,274	2,116	2,092	2,228	2,439

※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	R1	R2	R3	R4	R5
訪問販売	71	65	57	50	64
通信販売	383	496	456	444	514
マルチ系	8	13	11	9	6
電話勧誘販売	152	92	101	76	105
ネガティブ・オプション	5	7	0	1	2
訪問購入	7	13	10	16	27
無店舗販売	7	2	6	6	1
計	633	688	641	602	719
店舗購入	312	282	277	262	369
不明・無関係	459	404	344	366	348
合　　計	1,404	1,374	1,262	1,230	1,436

⑨消費生活相談における相談件数、あっせん件数・解決数　（単位：件、%）

年　　度	R1	R2	R3	R4	R5
相談件数	1,404	1,374	1,262	1,230	1,436
うち　あっせん件数	134	126	85	127	159
あっせん率	9.5	9.2	6.7	10.3	11.1
（あっせん処理中で年度内未解決件数）	15	14	3	1	6
あっせん解決数	111	101	76	123	137
あっせん解決率	93.3	90.2	92.7	97.6	89.5

※あっせん解決率は、あっせん件数から年度内未解決件数を差し引いた件数に占めるあっせん解決数の割合としています。

$$\text{あっせん解決率} = \frac{\text{あっせん解決数}}{\text{あっせん件数} - \text{年度内未解決件数}}$$

２　第４期帯広市消費生活基本計画策定経過

開　催	内　容
2024（令和６）年 ６月	**帯広市消費生活行政推進庁内連絡会議** ・次期帯広市消費生活基本計画策定について ・次期帯広市消費生活基本計画策定スケジュールについて
７月	**令和６年度第１回帯広市消費生活審議会** ・第４期消費生活基本計画（骨子）について ・第４期消費生活基本計画策定スケジュールについて **帯広市議会経済文教委員会** ・第４期帯広市消費生活基本計画（骨子）について
10 月	**帯広市消費生活行政推進庁内連絡会議** ・第４期帯広市消費生活基本計画（原案）について **令和６年度第２回消費生活審議会** ・第４期帯広市消費生活基本計画（原案）について
11 月	**帯広市議会経済文教委員会** ・第４期帯広市消費生活基本計画（原案）について
11～12 月	**パブリックコメントの実施**
2025（令和７）年 １月	**帯広市消費生活行政推進庁内連絡会議** ・第４期帯広市消費生活基本計画（原案）に対するパブリックコメントの結果及び計画（案）について **令和６年度第３回消費生活審議会** ・第４期帯広市消費生活基本計画（原案）に対するパブリックコメントの結果及び（案）について
２月	**帯広市議会経済文教委員会** ・第４期帯広市消費生活基本計画（原案）に対するパブリックコメントの結果と計画（案）について

３　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たときは、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たときは、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たとき、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たときは、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たときは、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乗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が有効に行われたにもかかわらず、当該申込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ならない。

(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たときは、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たときは、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いる事業者があると認めたときは、その事業者に対し、当該違反していると認め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たときは、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たときは、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たときは、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関係のある場所に立ち入らせ、商品、サービス等に係る物件、これらに関係する資料その他

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たときは、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たときは、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ったとき、その他市長が資金を返還させることが適当でないと認めたときは、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教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たときは、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４期帯広市消費生活基本計画

令和7年3月
帯広市経済部商業労働室商業労働課
〒080－8670
帯広市西5条南7丁目1番地
TEL　0155－65－4132　／　0155－65－4168