
大分市消費生活推進プラン

(素案)

大分市市民活動・消費生活センター

(ライフパル)

令和2年度～令和6年度

目 次 Contents

I. はじめに	1
II. 推進プラン策定の趣旨	2
III. 推進プランの位置づけ	2
IV. 推進プランの体系図	4
V. 3つの目標		
目標1 消費者教育・啓発の推進	5
目標2 適正な事業活動の確保	5
目標3 消費者団体活動の促進	6
VI. 8つの推進プラン		
プラン1：消費者教育の充実	7
プラン2：消費生活の適切な情報提供	11
プラン3：消費者団体との協力	12
プラン4：消費者ニーズの的確な把握	12
プラン5：相談・苦情処理業務の充実	13
プラン6：消費者の商品選択の機会の確保	14
プラン7：事業者の適正な事業活動の促進	15
プラン8：消費者団体の支援	15
VII. 推進体制	16
VIII. 参考資料 関係法令	17

I. はじめに

近年、少子・高齢化や人口減少、情報通信技術の高度化、消費生活におけるグローバル化の進展などにより、私たち消費者を取り巻く環境は、大きく変化しています。

また、最近ではインターネット販売による新しい取引や、国が進めるキャッシュレス化に向けたクレジットカードや電子マネー決済の進展などにより、消費者は利便性が向上する一方で、これまでになかった消費者トラブル事案が多発しています。

このように、子どもから高齢者まであらゆる世代が、消費者トラブルに巻き込まれる恐れがある中で、消費者は、金融教育などによる金融リテラシーの醸成をはじめ、環境や食の安心・安全など、幅広い分野で正しい知識と的確な判断力を身に付けることがこれまで以上に必要となっています。

また、2022年4月には民法における成年年齢が引き下げられ、新成人に関する契約トラブル等が増加することが懸念されていることから、今後ますます若年層に対する消費者教育が重要となります。

さらに、日常生活においては、利便性の向上が追及され、大量生産、大量消費、大量廃棄が行われ、産業活動だけではなく、消費者一人ひとりの消費行動が、地球温暖化などにも大きな影響を与えています。

このような環境の下、消費者は、自らの行動が社会に与える影響を自覚し、環境に配慮した商品の選択やエネルギーの節約など、省資源・省エネルギーなど環境のことを考えた行動、さらには、人や社会、地域を思いやりながら持続可能な消費を実践することによって、消費者市民社会の構築を目指して行かなければいけません。

一方、事業者については、消費者の安全及び消費者との公正な取引を確保するため、不適正な取引行為による消費者被害を防ぐための取組や、表示・計量等の適正化に努めるなど、事業者の適正な事業活動の確保を図っていかねばなりません。

今後とも、市民一人ひとりが健全な消費生活を送ることができる地域社会の実現が求められています。

Ⅱ. 推進プラン策定の趣旨

国においては、平成16年6月に公布された「消費者基本法」（以下「基本法」という。）により、安全の確保、必要な情報の提供、教育の機会の確保、被害の救済などが位置づけられ、消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援を消費者政策の基本とすることが規定されました。その基本法に基づき「消費者基本計画」（以下「基本計画」という。）を定め、毎年、基本計画の施策の実施状況を確認の上、消費者安全確保のために国を挙げて消費者政策に取り組むこととしました。

また、平成24年12月に「消費者教育の推進に関する法律」（以下「消費者教育推進法」という。）を施行し、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と、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進めていくこととしました。

平成25年6月には「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以下「基本方針」という。）を閣議決定しました。基本方針では、誰もが、どこに住んでいても、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を提供することを目指しています。そのため、幅広い担い手を支援・育成し、担い手間の連携や情報共有を進めることによって効果的に消費者教育を推進していくこととしています。

さらに、平成28年4月には「消費者安全法」（以下「安全法」という。）の改正を行い、地方消費者行政の充実強化に向けた法制度の基盤整備を行うなど、消費者が安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に向けた取組を行っています。

大分県においても、消費者教育推進法の趣旨を踏まえ、平成28年3月に「第3次大分県消費者基本計画」が策定され、市町村をはじめとする各関係機関と連携し、暮らし全般にわたる消費者施策の推進を図り、安全・安心で消費者が主役となる豊かな社会の実現に向けた施策を進めています。

本市においては、消費生活の安定及び向上を図ることを目的とした「大分市消費生活条例（平成18年条例第5号 以下「条例」という。）」及びこれから本市が目指すまちづくりを実現するための「大分市総合計画 おおいた創造ビジョン2024」に基づき、健全な消費生活の実現を目指して様々な施策に取り組むこととします。

Ⅲ. 推進プランの位置づけ

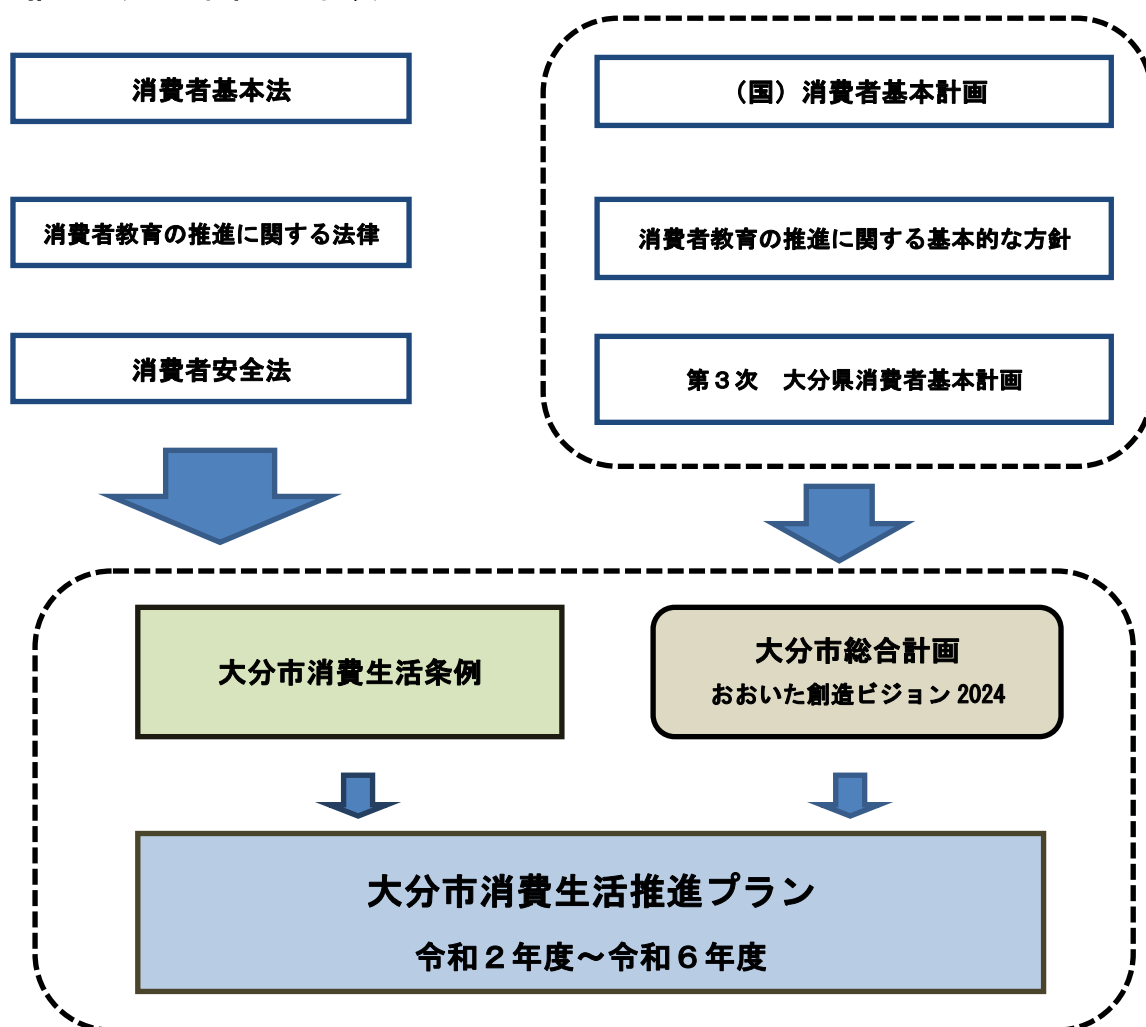
「条例」では、消費者の利益の擁護及び増進に関し、市及び事業者の果たすべき責務並びに消費者の役割を明らかにするとともに、市が実施する施策について必要な事項を定めることにより、市民の消費生活の安定及び向上を図ることが目的とされています。

また、消費生活推進プランの上位計画である「大分市総合計画 おおいた創造ビジョン2024」では、めざすまちの姿（都市像）に「笑顔が輝き 夢と魅力あふれる 未来創造都市」を掲げ、その実現のための施策の方向性を定めています。

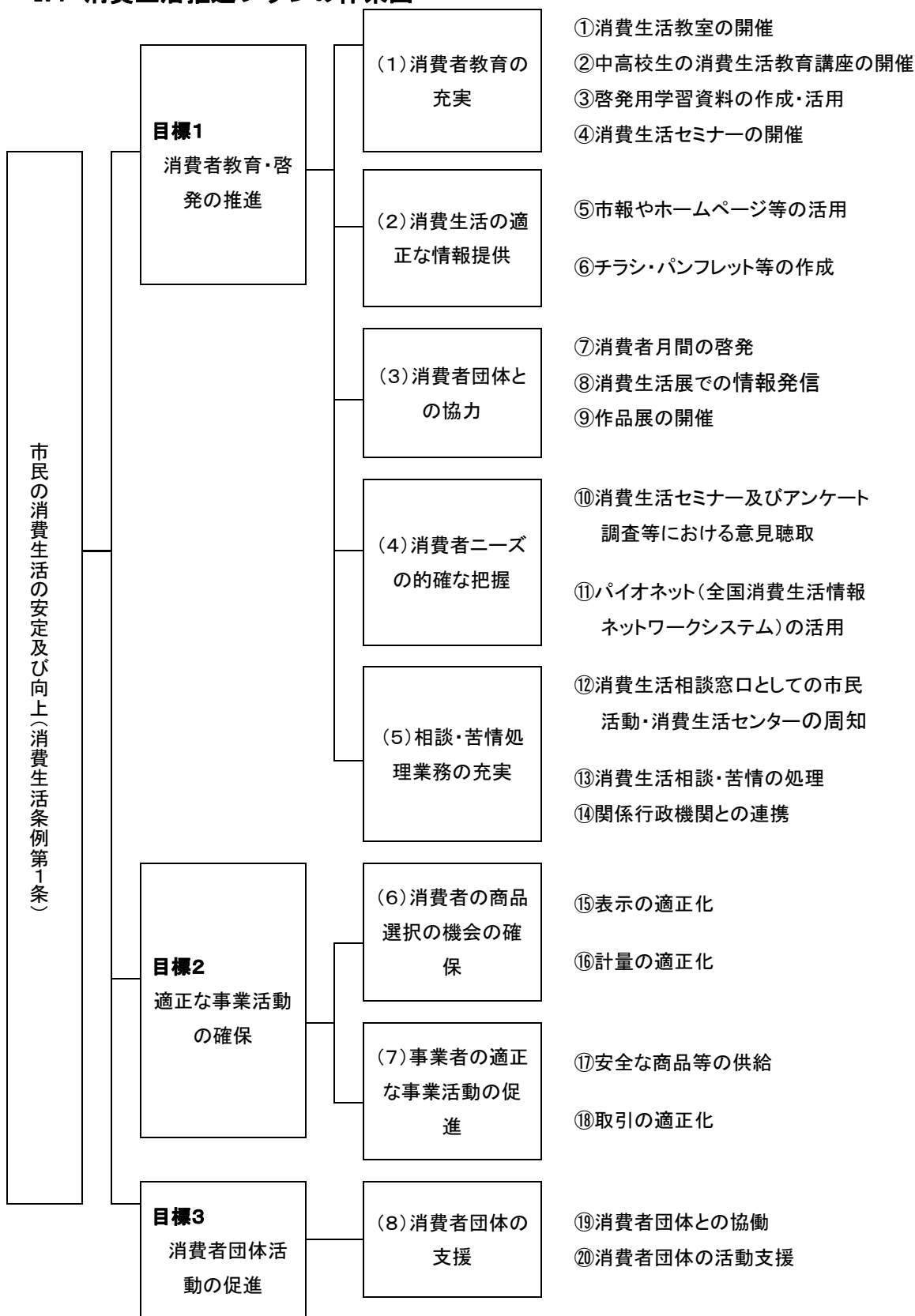
これからも消費生活推進プランに基づき、消費生活の安定と向上を図るため、消費者の権利の尊重と自立支援を基本に、消費者行政の最新の動向や消費者を取り巻く社会情勢の変化に伴う新たな課題に対応し、「消費者教育・啓発の推進」、「適正な事業活動の確保」、「消費者団体活動の促進」に努めるとともに、自らの消費行動を通して社会に参画する「消費者市民社会」を視野に入れて、健全な消費生活の実現に向け、取り組むべき課題や施策の方向性を明らかにし、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため「大分市消費生活推進プラン」を策定するものです。

計画期間については、これまでの「大分市消費生活推進プラン」を見直し、改訂版として令和2年度から令和6年度までの5年間とします。

<推進プランの位置づけ図表>



IV. 消費生活推進プランの体系図



V. 3つの目標

この推進プランでは、「大分市消費生活条例」及び総合計画の基本方針に基づく目標の「市民の消費生活の安定及び向上」を目指して、3つの取組の方向性を設定し、それぞれの具体的施策を行います。

「消費者教育・啓発の推進」、「適正な事業活動の確保」、「消費者団体活動の促進」に取り組み、市民一人ひとりが安心して、安全に暮らせるように努めます。

目標 1 消費者教育・啓発の推進

私たち消費者を取り巻く環境は、近年の情報通信技術の目覚ましい発展・普及により、利便性が向上する一方で、これまでなかった消費者トラブルが多発するなど、消費生活相談の内容も複雑化、多様化しています。

特に、スマートフォンの普及により若者がインターネット関連のトラブルに巻き込まれるなど、未成年者から中高齢者まで、あらゆる世代の誰もが消費者トラブルに巻き込まれる可能性が高まっています。

また、高齢になるほど訪問販売や電話勧誘等によるトラブルが増加しており、健全な消費生活を営むために、消費者自らも学習し、トラブルを未然に防止する適切な判断力・交渉力・知識を養うとともに、相談窓口の周知や相談体制の充実、消費者教育の確立と消費生活に関する適正な情報提供が求められています。

さらに、消費者団体との協力、アンケート調査などにより消費生活に必要な情報の把握に取り組むことも重要です。

こうしたことから、消費者に対する教育・啓発については一層重要性を増しており、今後、消費者教育・啓発をより推進するためには、地域が一体となった消費者教育の推進を促すとともに、市民に分かりやすく説明すること、実効性のある計画を推進することが必要であります。

目標 2 適正な事業活動の確保

消費者基本法においては、消費者の利益を保護・増進するための行政的施策を規定するとともに、事業者に対しては、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、消費者の信頼を確保するよう努めなければならないとされています。

消費者は、商品を購入し利用する時、商品の品質・量目・取扱方法などの情報が適切に表示されていれば、消費者は自分の目的に合った商品を正しく選択することができます。一方、消費者はその表示に嘘や偽りがあると、自主的で合理的な選択ができなくなってしまいます。

近年、高齢者や社会経験の少ない若者を狙った悪質商法が、次々に新しい手口で現れ、悪質化、巧妙化が進んでいる状況にあり、深刻な消費者トラブルが数多く発生しており、大分市市民活動・消費生活センターにも多くの相談が寄せられています。

こうしたことから、不適正な取引行為による消費者被害を防ぐためには、事業者による法令を遵守した事業活動の確保と消費者支援に向けた様々な取組や、意識啓発等を行う必要があります。

また、条例に基づき事業者は消費者の権利を尊重した事業活動を求め、必要な場合は、あっせんなどを通じて注意喚起を行います。

さらに、消費者からの苦情等に基づく指導や事業者団体との意見交換会のほか、事業者が事業説明や苦情の確認等のため訪問してきた際には、法令遵守をはじめ、消費者に対する適切な情報提供や苦情相談窓口の設置等に取り組むよう指導・要請を行います。

目標 3 消費者団体活動の促進

消費者団体の多くが人材・財政面において厳しい状況に置かれているものと思われ、特に団体の構成員については、中心メンバーの高齢化・固定化を回避し、団体の継続的な発展を進めるためにも計画的なリーダー育成が必要です。

地域に根ざした消費生活に関わる自主的な活動を行っている消費者団体が、自らの活動を振り返り、機能強化と組織強化に向けた取組を実施することが期待されています。

現在の活動は、研修会や機関誌の発行、市民を対象としたアンケート調査活動をはじめ地域住民への啓発、行政に対する提言等、消費者の自立を支援するうえで大切な役割を担っており、本市消費者行政にとっても重要であります。

改めて消費者団体の役割を確認するとともに、社会情勢の変化に対応できる賢い消費者の育成事業を支援し、その活動の促進を図ります。



8つの推進プラン・・・

VI. 8つの推進プラン

3つの目標、「消費者教育・啓発の推進」、「適正な事業活動の確保」、「消費者団体活動の促進」を設定し、具体的施策として、次の8つの推進プランに取り組めます。

目標1 消費者教育・啓発の推進

- 推進プラン1 消費者教育の充実
- 推進プラン2 消費生活の適切な情報提供
- 推進プラン3 消費者団体との協力
- 推進プラン4 消費者ニーズの的確な把握
- 推進プラン5 相談・苦情処理業務の充実

目標2 適正な事業活動の確保

- 推進プラン6 消費者の商品選択の機会の確保
- 推進プラン7 事業者の適正な事業活動の促進

目標3 消費者団体活動の促進

- 推進プラン8 消費者団体の支援

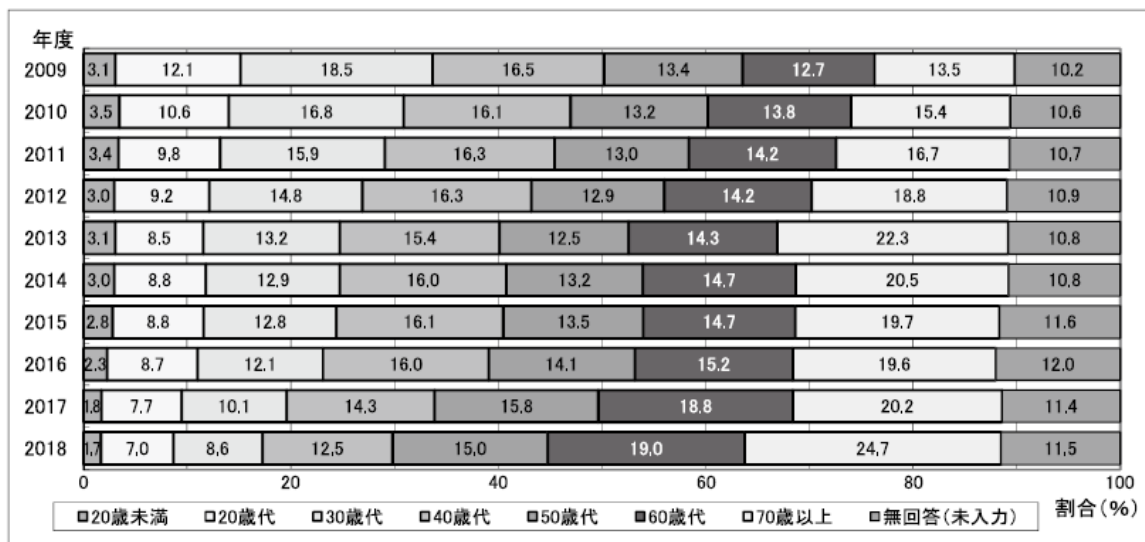
目標1 消費者教育・啓発の推進

- 推進プラン1 消費者教育の充実

独立行政法人国民生活センターの「消費生活年報2019」によりますと、全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談は、60歳代以上の高齢

者を当事者とするものが、全体の4割強を占め、小学生・中学生・高校生を含む20歳未満の相談は、インターネットを利用したオンラインゲームやアダルト情報サイト、その他デジタルコンテンツに関する相談件数が多くなっています。

年度別にみた契約当事者年代別割合



(注) 割合は各年度の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(出典) 独立行政法人 国民生活センター「消費生活年報 2019」

2018年度の契約当事者年代別・性別にみた上位商品・役務等別相談件数

全体			20歳未満			女性		
順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数	順位	商品・役務等	件数
1	オンラインゲーム	2,211	1	オンラインゲーム	1,909	1	健康食品	1,188
2	デジタルコンテンツその他	1,963	2	アダルト情報サイト	1,081	2	デジタルコンテンツその他	965
3	アダルト情報サイト	1,633	3	デジタルコンテンツその他	965	3	化粧品	595
4	健康食品	1,368	4	化粧品	487	4	アダルト情報サイト	523
5	化粧品	1,087	5	商品一般	345	5	商品一般	368
6	商品一般	732	6	靴・運動靴	256	6	オンラインゲーム	252
7	紳士・婦人洋服	457	7	放送サービス	238	7	紳士・婦人洋服	232
8	出会い系サイト	391	8	出会い系サイト	226	8	コンサート	230
9	放送サービス	382	9	紳士・婦人洋服	222	9	エステティックサービス	192
10	靴・運動靴	344	10	移動通信サービス	183	10	出会い系サイト	165
11	移動通信サービス	315	11	健康食品	171	11	賃貸アパート・マンション	161
12	賃貸アパート・マンション	295	12	賃貸アパート・マンション	127	12	放送サービス	138
13	コンサート	284	13	四輪自動車	122	13	移動通信サービス	125
14	エステティックサービス	199	14	インターネット接続回線	105	14	靴・運動靴	87
15	相談その他	174	15	自動二輪車	96	15	相談その他	79
16	インターネット接続回線	167	16	相談その他	88	16	医療サービス	68
17	四輪自動車	149	17	電子ゲーム・ソフト	87	17	インターネット接続回線	60
18	他の役務サービス	135	18	携帯電話	85	18	内職・副業その他	54
19	学習塾・予備校	129	19	他の役務サービス	80	19	他の役務サービス	53
20	自動車運転教習所	123	20	自動車運転教習所	77	20	かばん	52

(出典) 独立行政法人 国民生活センター「消費生活年報 2019」

また、民法の改正により2022年4月には成年年齢が20歳から18歳に引き下げられ、親の同意がなくても自分の意思で契約できるようになることから、今後ますます若年層に対する消費者教育が重要となります。

しっかりとした生活基盤をもって生活していくためには、お金を上手に管理したり、注意深く使ったりすることが重要であり、そのためには、お金について十分な知識をもち、お金との付き合い方について適切に判断する力が必要です。

実態のない投資話を持ち掛ける悪質商法や投資詐欺の被害が後を絶ちませんが、そうしたトラブルを避け、確かな生活を実現できるよう、金融や経済に関する知識や判断力いわゆる金融リテラシーを育む「金融経済教育」が求められています。

さらに、持続可能な開発目標（SDGs）* のゴール12「持続可能な生産・消費」の一つとして掲げられている「エシカル消費」への関心も高まっています。

エシカル消費については、間口が広く、「エシカル」という大きな傘の下に「フェアトレード」をはじめ、「オーガニック」や「地産地消」、「障がい者の支援につながる商品」、「寄付付き商品」、「リサイクル・アップサイクル」など幅広い消費の形があります。

これからは幼児期から高齢期までの生涯を通じて、それぞれがライフステージに応じて、また地域・学校・家庭など様々な場で消費生活に関する知識を身につけ、主体的に行動できるようにするための消費者教育の一層の充実を図ることが重要です。

* SDGsは、2015年9月の国連において、気候変動、自然災害、生物多様性、紛争、格差の是正などの国内外の課題の解決に向けて掲げられた国際目標（17の目標と169のターゲット）です。2030年までの目標達成に向けて、世界の全ての国・地域の政府だけでなく、地方自治体や民間企業等もその達成に向けて取り組むこととされています。

① 消費生活教室の開催

自治会や地域ふれあいサロン、消費者グループ等の団体が、消費生活に関する学習会を希望する場合、開催団体からの学習テーマに応じ、大分県金融広報委員会アドバイザー・消費生活相談員等の専門知識を有する講師を無料で派遣し、市民への啓発を行います。

高齢者向け悪質商法に対する講座やこれからの生活設計など、これまで実施した講座内容等を検証し、生活に身近なテーマの講座開催に努めるとともに、支所、公民館及び福祉や教育部門などの関連部署と連携するなか、受講者の増加を図り、講座内容の充実強化に努めます。

《消費生活教室の開催数》

実績	平成29年度	平成30年度	令和元年度
開催回数	97回	77回	97回
受講者数	2,446人	2,289人	2,363人

※令和元年度は、2月末現在

目標値（令和6年度）	開催回数	100回
------------	------	------

②中・高校生の消費生活教育講座の開催

社会経験が少なく消費生活に関する知識が不足している若い世代は、これまで以上に悪質商法等のターゲットになることが懸念されます。

特に、行動範囲が広がり自らサービスや物を選択・購入する機会が増える中学生・高校生にとっては、できるだけ早い時期に正しい消費行動に対する知識と判断力を習得させることが必要不可欠です。教育委員会等の関係機関と連携する中で、県の実施状況に応じて、中・高校生の消費生活教育講座の開催に取り組めます。

なお、学校における消費者教育の直接の担い手である教員を対象に研修も実施し、広く消費者教育が浸透するよう取り組めます。

《中・高校生の消費生活教育講座の開催目標数》

実績	平成29年度	平成30年度	令和元年度
開催回数	4回	6回	7回
受講者数	376人	600人	1,045人

※令和元年度は、2月末現在

目標値（令和6年度）	開催回数	10回
------------	------	-----

③啓発用学習資料の作成・活用

啓発用学習資料を作成・活用するにあたり、幼児期から高齢期までの各段階において、消費者として主体的に判断し、責任をもって消費行動できる能力を育むことを目的として作成します。

内容については、幼児向けに、様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に興味を持ち、それを取り入れる時期であることから

「紙芝居」を、小学生、中学生向けには、身近に起こりうる消費者トラブル事例を分かりやすく掲載した啓発教材等を活用し、高校生向けには、国等が作成した消費者教育教材を利用するなどして、消費者として生活する世代ごとに分かりやすく説明して、それぞれのライフステージに合わせた啓発用学習資料の活用を図ります。

④消費生活セミナーの開催

消費生活の分野に関して、必要な基礎知識や最新の情報をテーマとした学習をする機会を提供することにより、市民の消費生活に対する認識を深めるとともに広く消費者の自立支援を推進することを目的として、消費生活セミナーを開催します。

《消費生活セミナーの開催目標数》

実績	平成29年度	平成30年度	令和元年度
開催回数	4回	6回	5回
受講者数	310人	354人	403人

※令和元年度は2月末現在

目標値（令和6年度）	開催回数	10回
------------	------	-----

【全体目標値】

消費生活教室、中・高校生消費生活教育講座、消費生活セミナー、その他消費生活に関する啓発講座等の受講者数4,000人を目指します。

＜令和6年度における消費者啓発講座の受講者目標数＞

	現状値（令和元年度）	目標値（令和6年度）
受講者数	3,811人	4,000人

※令和元年度は2月末現在

■ 推進プラン2 消費生活の適切な情報提供

悪質商法の手口やインターネットのトラブルなど消費者被害の未然・拡大防止を図るための情報収集・発信は重要な課題です。消費者が必要とする情報の収集や、情報が手元に届くような効果的な情報発信を実施する必要があります。

⑤市報やホームページ等の活用

消費生活に必要な情報については、市報や大分市市民活動・消費生活センターの専用ホームページを活用して、市民ニーズに沿った情報の提供に努めるとともに、消費者庁等関係機関の情報とリンクさせ、迅速かつ適切で的確な情報提供を行います。

⑥チラシやパンフレット等の作成

各種トラブル等の対応や、若者・高齢者など特定の世代を対象とした、啓発用のチラシやリーフレット、パンフレットを作成し、注意喚起を行います。

支所・公民館に掲示及び配置するとともに、消費生活教室や消費生活展などさまざまな機会を利用して、広く市民に配布します。

■ 推進プラン3 消費者団体との協力

長い歴史を持ち、毎年テーマを設け研究実績のある消費者団体と行政が連携、協力し消費者にとって有益な情報を提供し、消費者団体の活動を推進する必要があります。

⑦消費者月間の啓発

毎年5月の消費者月間に、大分市消費者団体連絡協議会や大分県消費生活・男女共同参画プラザ（アイネス）と協力し、消費生活に関する街頭啓発に取り組みます。

⑧消費生活展での情報発信

「みんなの消費生活展」は、消費者団体や関係機関と連携して、「おおいた食と暮らしの祭典」にあわせて開催しています。今後は、幅広い年齢層の市民の来場を促せる内容に見直し、効果的な啓発の場となるよう努めます。

⑨各種作品展の開催

消費者団体と協力して、消費者との交流や限りある資源の再利用などに楽しく触れていただくため、裂き織り教室や作品展等を開催します。

■ 推進プラン4 消費者ニーズの的確な把握

消費者ニーズの把握については、消費生活セミナー等の啓発講座や消費者団体の行うアンケート調査等で、具体的な要望や意見を聴取しています。安心して安定した消費生活を送るうえでの必要な情報を把握するとともに、消費者に役立つ取り組みを行う必要があります。

⑩消費生活セミナー及びアンケート調査等における意見聴取

各種消費生活啓発講座の参加者へのアンケートや消費者団体の実施するアンケート調査等で、消費生活に関する具体的な要望や意見を聴取します。

⑪P I O-N E T（全国消費生活情報ネットワークシステム）の活用

消費生活センターでは、P I O-N E T（パイオネット）により、全国で受けた苦情や問い合わせ等の相談内容がより早く検索できるようになりました。

パイオネットには、全国の消費生活センターに寄せられた相談が一元化されているため、相談者への助言や業者に対するあっせんなど、消費者被害の未然防止・拡大防止に活用します。

■ 推進プラン5 相談・苦情処理業務の充実

大分市市民活動・消費生活センターでは、商品やサービスなど消費生活全般に関する相談や苦情、問い合わせなど、消費者からの様々な相談等を消費生活相談員が受け付け、公正・中立な立場から処理に当たっています。

消費生活相談員は、消費者被害の未然防止や救済、消費生活の安定や向上を図るために、まず消費者の「声」をきめ細かく丁寧に聞き取り、寄せられた相談の解決を図るとともに、広域化、複雑化、悪質化する消費者トラブルに的確に対応していくため、消費者行政に関連する機関との連携や関係省庁関係団体等へ提言、要望を行っていく必要があります。

⑫消費生活相談窓口としての市民活動・消費生活センターの周知

消費者被害の未然防止・救済につなげていくために、消費生活教室などの講座開催時に、必ずセンターを周知するとともに、市報やホームページでの周知、支所・公民館や福祉事務所などの庁内他部署と連携し、多くの機会を捉えて積極的に周知を図ります。

また、消費生活のトラブルで消費生活相談窓口の電話番号が分からない場合は、身近な消費生活センターに電話をつなぐ、消費者ホットライン電話番号188（いやや）の周知・啓発に努めます。



消費者庁 消費者ホットライン188イメージキャラクター

「イヤヤン」

⑬消費生活相談・苦情の処理

若年層から高齢者まで幅広い消費者からの相談・苦情に適切かつ迅速に対応するため、消費生活相談員の更なる専門性・交渉力といった問題解決能力向上のために、国民生活センター等が実施する研修会への参加や、弁護士との事例研修会を活用するなど、関係機関と連携し、消費生活相談体制の充実を図ります。

⑭関係行政機関等との連携

情報の収集・提供や処理に関しては、国、県、法テラス、弁護士会、司法書士会等と連携を密にし、消費者問題への迅速かつ適切な対応に努めます。

また、平成26年6月の消費者安全法（平成21年法律第50号）の改正により、高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった者の消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行う「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）」を設置できることが規定されました。消費者庁では、人口5万人以上の全市町に本協議会を設置することを目標としていることから、本市といたしましても、設置に向けた検討を行います。

目標2 適正な事業活動の確保

■ 推進プラン6 消費者の商品選択の機会の確保

多種多様な商品やサービスが流通している中、商品の適正な表示や計量がなければ、消費者が適切な選択を行うことは困難なことから、商品の価格・量目の表示及び計量について適正化を図り、消費者の商品選択の機会の確保に取り組む必要があります。

⑮表示の適正化

大分県との連携により、消費者が商品の品質を正しく認識し、不適切な表示による損害を受けることがないよう事業者に対し、家庭用品品質表示法に基づく立入検査を行います。

⑯計量の適正化

計量法に基づき、商店・事業所などで「取引・証明」に使用するはかりや分銅おもりの精度を確認する定期検査を行うとともに、スーパーなどを対象に、消費者保護の観点から精肉、鮮魚、青果、総菜などの量目（内容量）が正しく計量されているか確認する商品量目立入検査を行います。

■ 推進プラン7 事業者の適正な事業活動の促進

悪質な事業者による不当な勧誘や販売方法による消費者被害を防止するために、関係法令等の周知徹底を図ります。また、食品や身近な生活用品の安全の確保に関しては、思わぬ事故につながる可能性もあることから、必要な調査・検査等を実施し、安全で安心な暮らしの確保に努める必要があります。

⑰安全な商品等の供給

大分県との連携により、製品事故の未然防止のため、販売事業者に対し消費生活用製品安全法に基づく立入検査や長期使用製品安全点検制度に伴う対象製品について立入検査を行います。

また、国民生活センター等が発表する商品やサービスに対する欠陥や危険性等の情報を迅速に提供するとともに、指導権限がある関係機関との連携を図ります。

⑱取引の適正化

事業者に対して消費者との適正な取引に関する指導・要請を行います。また、特に悪質と認められる事業者については、国や県等関係機関へ必要な措置を講ずるよう要請します。

目標3 消費者団体活動の促進

■ 推進プラン8 消費者団体の支援

消費者団体の活動は、研修会やアンケート調査活動等をはじめとした地域住民に対する啓発、行政に対する提言等、消費者の自立を支援するうえで大切な役割を担っており、市の消費者行政にとっても重要であります。このため、社会情勢の変化に対応できる賢い消費者の育成事業を支援し、その活動の促進を図る必要があります。

⑲消費者団体との協働

「健やかでいきいきと暮らせる あたたかさあふれる まちづくり」の視点から、消費者団体の自主性を尊重しつつ、市民のための消費者施策としての協働事業を推進します。裂き織りなど各種教室を開催するとともに、毎年実施している「みんなの消費生活展」におけるこれまでの出展内容を検討し、消費者の皆さんがより一層楽しみながら、また、地元商店街等の関係団体と連携し、効果的な内容で実施できるよう市と消費者団体連絡協議会と協働して行います。

⑳消費者団体の活動支援

消費者団体の活動を促進するため、また多様化する消費者問題に対処するために、情報交換や啓発しあう場としての「みんなの消費者大会」の開催等を積極的に支援します。

また、リーダー育成にあたっては、団体運営や活動に関わるスキルアップに向けた支援を行い、中心的な担い手の育成に努めます。

Ⅶ. 推進体制

計画の推進にあたっては、市民活動・消費生活センター（ライフパル）が中心となり、庁内関係部局とも連携する中で、進行管理に取り組みます。

また、国、県などの行政機関や各種団体とも幅広く連携するとともに、毎年度「大分市消費生活懇談会」を開催し、進捗状況や今後の取組方針等について、検討・協議いただきながら実施してまいります。

Ⅷ. 参考資料

消費者基本法（昭和四十三年五月三十日法律第七十八号）

最終改正：平成二四年八月二二日法律第六〇号

第一章 総則（第一条—第十条の二）

第二章 基本的施策（第十一条—第二十三条）

第三章 行政機関等（第二十四条—第二十六条）

第四章 消費者政策会議等（第二十七条—第二十九条）

第一章 総則

（目的）

第一条 この法律は、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かんがみ、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、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる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総合的な施策の推進を図り、もって国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。

（基本理念）

第二条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国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、消費者の安全が確保され、商品及び役務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、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であること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。

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 消費者政策の推進は、高度情報通信社会の進展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 消費者政策の推進は、消費生活における国際化の進展にかんがみ、国際的な連携を確保しつつ行われなければならない。

5 消費者政策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

（国の責務）

第三条 国は、経済社会の発展に即応して、前条の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にのっとり、消費者政策を推進する責務を有する。

（地方公共団体の責務）

第四条 地方公共団体は、第二条の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にのっとり、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状況に応じた消費者政策を推進する責務を有する。

(事業者の責務等)

第五条 事業者は、第二条の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にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- 一 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。
- 二 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。
- 三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- 四 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。
- 五 国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。

2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務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。

第六条 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。

第七条 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、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

第八条 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。

(消費者基本計画)

第九条 政府は、消費者政策の計画的な推進を図るため、消費者政策の推進に関する基本的な計画(以下「消費者基本計画」という。)を定めなければならない。

2 消費者基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

- 一 長期的に講ずべき消費者政策の大綱
- 二 前号に掲げるもののほか、消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項
- 3 内閣総理大臣は、消費者基本計画の案につき閣議の決定を求めなければならない。
- 4 内閣総理大臣は、前項の規定による閣議の決定があつたときは、遅滞なく、消費者基本計画を公表しなければならない。
- 5 前二項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

(法制上の措置等)

第十条 国は、この法律の目的を達成するため、必要な関係法令の制定又は改正を行なわなければならない。

2 政府は、この法律の目的を達成するため、必要な財政上の措置を講じなければならない。

(年次報告)

第十条の二 政府は、毎年、国会に、政府が講じた消費者政策の実施の状況に関する報告書を提出しなければならない。

第二章 基本的施策

(安全の確保)

第十一条 国は、国民の消費生活における安全を確保するため、商品及び役務についての必要な基準の整備及び確保、安全を害するおそれがある商品の事業者による回収の促進、安全を害するおそれがある商品及び役務に関する情報の収集及び提供等必要な施策を講ずるものとする。

(消費者契約の適正化等)

第十二条 国は、消費者と事業者との間の適正な取引を確保するため、消費者との間の契約の締結に際しての事業者による情報提供及び勧誘の適正化、公正な契約条項の確保等必要な施策を講ずるものとする。

(計量の適正化)

第十三条 国は、消費者が事業者との間の取引に際し計量につき不利益をこうむることがないようにするため、商品及び役務について適正な計量の実施の確保を図るために必要な施策を講ずるものとする。

(規格の適正化)

第十四条 国は、商品の品質の改善及び国民の消費生活の合理化に寄与するため、商品及び役務について、適正な規格を整備し、その普及を図る等必要な施策を講ずるものとする。

2 前項の規定による規格の整備は、技術の進歩、消費生活の向上等に応じて行なうものとする。

(広告その他の表示の適正化等)

第十五条 国は、消費者が商品の購入若しくは使用又は役務の利用に際しその選択等を誤ることがないようにするため、商品及び役務について、品質等に関する広告その他の表示に関する制度を整備し、虚偽又は誇大な広告その他の表示を規制する等必要な施策を講ずるものとする。

(公正自由な競争の促進等)

第十六条 国は、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の拡大を図るため、公正かつ自由な競争を促進するために必要な施策を講ずるものとする。

2 国は、国民の消費生活において重要度の高い商品及び役務の価格等であつてその形成につき決定、認可その他の国の措置が必要とされるものについては、これらの措置を講ずるに当たり、消費者に与える影響を十分に考慮するよう努めるものとする。

(啓発活動及び教育の推進)

第十七条 国は、消費者の自立を支援するため、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かんがみ、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ずるものとする。

2 地方公共団体は、前項の国の施策に準じて、当該地域の社会的、経済的状况に応じた

施策を講ずるよう努めなければならない。

(意見の反映及び透明性の確保)

第十八条 国は、適正な消費者政策の推進に資するため、消費生活に関する消費者等の意見を施策に反映し、当該施策の策定の過程の透明性を確保するための制度を整備する等必要な施策を講ずるものとする。

(苦情処理及び紛争解決の促進)

第十九条 地方公共団体は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、苦情の処理のあつせん等に努めなければならない。この場合において、都道府県は、市町村（特別区を含む。）との連携を図りつつ、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とする苦情の処理のあつせん等を行うものとするとともに、多様な苦情に柔軟かつ弾力的に対応するよう努めなければならない。

2 国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、人材の確保及び資質の向上その他の必要な施策（都道府県にあつては、前項に規定するものを除く。）を講ずるよう努めなければならない。

3 国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた紛争が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に解決されるようにするために必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(高度情報通信社会の進展への的確な対応)

第二十条 国は、消費者の年齢その他の特性に配慮しつつ、消費者と事業者との間の適正な取引の確保、消費者に対する啓発活動及び教育の推進、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たって高度情報通信社会の進展に的確に対応するために必要な施策を講ずるものとする。

(国際的な連携の確保)

第二十一条 国は、消費生活における国際化の進展に的確に対応するため、国民の消費生活における安全及び消費者と事業者との間の適正な取引の確保、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たって国際的な連携を確保する等必要な施策を講ずるものとする。

(環境の保全への配慮)

第二十二条 国は、商品又は役務の品質等に関する広告その他の表示の適正化等、消費者に対する啓発活動及び教育の推進等に当たって環境の保全に配慮するために必要な施策を講ずるものとする。

(試験、検査等の施設の整備等)

第二十三条 国は、消費者政策の実効を確保するため、商品の試験、検査等を行う施設を整備し、役務についての調査研究等を行うとともに、必要に応じて試験、検査、調査研究等の結果を公表する等必要な施策を講ずるものとする。

第三章 行政機関等

(行政組織の整備及び行政運営の改善)

第二十四条 国及び地方公共団体は、消費者政策の推進につき、総合的見地に立つた行政組織の整備及び行政運営の改善に努めなければならない。

(国民生活センターの役割)

第二十五条 独立行政法人国民生活センターは、国及び地方公共団体の関係機関、消費者団体等と連携し、国民の消費生活に関する情報の収集及び提供、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあっせん及び当該苦情に係る相談、事業者と消費者との間に生じた紛争の合意による解決、消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等及び役務についての調査研究等、消費者に対する啓発及び教育等における中核的な機関として積極的な役割を果たすものとする。

(消費者団体の自主的な活動の促進)

第二十六条 国は、国民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

第四章 消費者政策会議等

(消費者政策会議)

第二十七条 内閣府に、消費者政策会議（以下「会議」という。）を置く。

2 会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

一 消費者基本計画の案を作成すること。

二 前号に掲げるもののほか、消費者政策の推進に関する基本的事項の企画に関して審議するとともに、消費者政策の実施を推進し、並びにその実施の状況を検証し、評価し、及び監視すること。

3 会議は、次に掲げる場合には、消費者委員会の意見を聴かなければならない。

一 消費者基本計画の案を作成しようとするとき。

二 前項第二号の検証、評価及び監視について、それらの結果の取りまとめを行おうとするとき。

第二十八条 会議は、会長及び委員をもつて組織する。

2 会長は、内閣総理大臣をもつて充てる。

3 委員は、次に掲げる者をもつて充てる。

一 内閣府設置法（平成十一年法律第八十九号）第十一条の二の規定により置かれた特命担当大臣

二 内閣官房長官、関係行政機関の長及び内閣府設置法第九条第一項に規定する特命担当大臣（前号の特命担当大臣を除く。）のうちから、内閣総理大臣が指定する者

4 会議に、幹事を置く。

5 幹事は、関係行政機関の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

6 幹事は、会議の所掌事務について、会長及び委員を助ける。

7 前各項に定めるもののほか、会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(消費者委員会)

第二十九条 消費者政策の推進に関する基本的事項の調査審議については、この法律によるほか、消費者庁及び消費者委員会設置法（平成二十一年法律第四十八号）第六条の定めるところにより、消費者委員会において行うものとする。

消費者教育の推進に関する法律（平成二十四年八月二十二日法律第六十一号）

改正 平成二六年六月一三日法律第七一号

第一章 総則（第一条—第八条）

第二章 基本方針等（第九条・第十条）

第三章 基本的施策（第十一条—第十八条）

第四章 消費者教育推進会議等（第十九条・第二十条）

附則

第一章 総則

（目的）

第一条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、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その自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

（定義）

第二条 この法律において「消費者教育」とは、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をいう。

2 この法律において「消費者市民社会」とは、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をいう。

（基本理念）

第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。

4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策（消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三

号において同じ。)との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。

5 消費者教育は、消費者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与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。

6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。

7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

(国の責務)

第四条 国は、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自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念（以下この章において「基本理念」という。）にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

(地方公共団体の責務)

第五条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター（消費者安全法（平成二十一年法律第五十号）第十条の二第一項第一号に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。）、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(平二六法七一・一部改正)

(消費者団体の努力)

第六条 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、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。

(事業者及び事業者団体の努力)

第七条 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、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。

(財政上の措置等)

第八条 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

第二章 基本方針等

(基本方針)

第九条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下この章及び第四章において「基本方針」という。）を定めなければならない。

2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

- 一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項
- 二 消費者教育の推進の内容に関する事項
- 三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項
- 四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

3 基本方針は、消費者基本法（昭和四十三年法律第七十八号）第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。

5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。

7 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。

8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

(都道府県消費者教育推進計画等)

第十条 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「都道府県消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

2 市町村は、基本方針（都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画）を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「市町村消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第二十条第一項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあっては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かななければならない。

4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。

5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策

の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。

6 第三項及び第四項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

第三章 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

第十一条 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校（学校教育法（昭和二十二年法律第二十六号）第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。）の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。

2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。

3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

(大学等における消費者教育の推進)

第十二条 国及び地方公共団体は、大学等（学校教育法第一条に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第十六条第二項において同じ。）において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

(地域における消費者教育の推進)

第十三条 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター（以下この章において「国民生活センター」という。）は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法（昭和二十三年法律第九十八号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和二十六年法律第四十五号）に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

(事業者及び事業者団体による消費者教育の支援)

第十四条 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるよう努めるものとする。

2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。

3 事業者は、その従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講

させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。

4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

(教材の充実等)

第十五条 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。

(人材の育成等)

第十六条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法に定める消費生活相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

(平二六法七一・一部改正)

(調査研究等)

第十七条 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

(情報の収集及び提供等)

第十八条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。

2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

第四章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

第十九条 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

一 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

二 基本方針に関し、第九条第五項(同条第八項において準用する場合を含む。)に規定する事項を処理すること。

3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係す

る独立行政法人（独立行政法人通則法（平成十一年法律第百三号）第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。）の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

4 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

（消費者教育推進地域協議会）

第二十条 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。

一 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

二 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。

3 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

附 則 抄

（施行期日）

1 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

（平成二四年政令第二九〇号で平成二四年一二月一三日から施行）

（検討）

2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

附 則 （平成二六年六月一三日法律第七一号） 抄

（施行期日）

第一条 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

一 略

二 第一条中不当景品類及び不当表示防止法第十条の改正規定及び同法本則に一条を加える改正規定、第二条の規定（次号に掲げる改正規定を除く。）並びに附則第三条及び第七条から第十一条までの規定 公布の日から起算して二年を超えない範囲内において政令で定める日

（平成二七年政令第三五八号で平成二八年四月一日から施行）

大分市消費生活条例

平成 18 年 3 月 28 日

条例第 5 号

改正 平成 28 年 3 月 25 日条例第 9 号

(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かんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、市及び事業者の果たすべき責務並びに消費者の果たすべき役割を明らかにするとともに、市が実施する施策について必要な事項を定めることにより、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) 消費者 事業者が供給する商品又は役務（以下「商品等」という。）を使用し、又は利用して生活する者をいう。
- (2) 事業者 消費生活の用に供する商品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。

(基本理念)

第 3 条 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。）の推進は、市、事業者及び消費者が、相互に連携しつつ、それぞれの責務と役割を果たし、次に掲げる消費者の権利を尊重するとともに、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) 消費生活において、消費者の安全が確保されること。
- (2) 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こと。
- (3) 消費生活における必要な情報が速やかに提供されること。
- (4) 消費生活に関する教育の機会が提供されること。
- (5) 消費者の意見が市の消費者施策に反映されること。
- (6) 消費生活において、消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されること。

(市の責務)

第 4 条 市は、前条に定める基本理念にのっとり、市民の消費生活の安定及び向上を図るため、経済社会の発展に即応して、消費者施策を推進するものとする。

(事業者の責務)

第 5 条 事業者は、その供給する商品等について、第 3 条に定める基本理念にかんがみ、次に掲げる事項を行う責務を有する。

- (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) 消費者との取引に際して、消費者の年齢、知識、経験、判断能力及び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、当該苦情を適切に処理すること。

(5) 市が実施する消費者施策に協力すること。

2 事業者は、その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。

(消費者の役割)

第6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。

(危害商品等の供給禁止)

第7条 事業者は、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「危害商品等」という。）を供給してはならない。

2 市長は、危害商品等についての情報を収集し、国、県その他関係機関及び関係事業者に対し、必要な措置を講ずるよう要請するものとする。

3 市長は、危害商品等に関し必要な情報を消費者に提供するものとする。

(表示の適正化)

第8条 事業者は、消費者が商品等の選択を誤ることのないようにするため、その商品等の供給単位、単位当たりの価格、量目、販売価格その他必要な事項を適正に表示するよう努めるものとする。

(規格の適正化)

第9条 事業者は、商品等の品質の改善及び消費生活の合理化に寄与するため、商品等について適正な規格を定めるよう努めるものとする。

(計量の適正化)

第10条 事業者は、商品等の供給に際し、消費者が不利益を被ることがないように、適正な計量をしなければならない。

(容器及び包装の適正化)

第11条 事業者は、その供給する商品について、消費者がその内容、量目等を誤認することがないようにするため、適正に容器を用い、及び包装を行うよう努めなければならない。

(広告の適正化)

第12条 事業者は、商品等の広告について、虚偽又は誇大な表現その他消費者が選択を誤るおそれのある表現を避け、消費者が商品等を適切に選択するために必要とする情報を明確かつ平易に提供するよう努めるものとする。

(不適正な取引行為の禁止)

第13条 事業者は、消費者との間で商品等の取引を行うに当たり、次に掲げる行為を行ってはならない。

(1) 消費者に対し、商品等の品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組み等に関する重要な情報であって、事業者が保有し、若しくは保有し得るものを提供せず、若しくは誤認を招くものを提供し、将来における不確実な事項について断定的な判断を提供し、又は販売の意図を隠して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

(2) 消費者の自発的な意思を待つことなく執ように説得し、電気通信手段を介して一方的に広告宣伝等を送信することにより消費者に迷惑を覚えさせ、消費者の取引に関す

る知識若しくは判断力の不足に乘じ、若しくは消費者を心理的に不安な状態に陥らせて契約の締結を勧誘し、又はこれらにより消費者の十分な意思の形成のないまま契約を締結させる行為

- (3) 取引における信義誠実の原則に反し、消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させる行為
- (4) 消費者又はその関係人を欺き、威迫し、困惑させる等不当な手段を用いて消費者又はその関係人に契約（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迫り、又は当該債務を履行させる行為
- (5) 契約若しくは法令の規定に基づく債務の完全な履行がない旨の消費者からの苦情に対し、適切な処理をせず、履行を不当に拒否し、若しくは履行をいたずらに遅延させ、又は継続的取引において、正当な理由なく取引条件を一方的に変更し、若しくは消費者への事前の通知をすることなく履行を中止する行為
- (6) 消費者の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の主張に際し、これらを妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し若しくは契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これらによって生じた債務の履行を不当に拒否し、若しくはいたずらに遅延させる行為
- (7) 商品等を供給する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う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（以下この号において「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、与信契約等の締結を勧誘し、若しくは与信契約等を締結させ、又は消費者に履行を拒む正当な根拠があるにもかかわらず、与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは債務を履行させる行為

（生活関連商品等の情報の収集等）

第14条 市長は、市民の日常生活と関連性の高い商品等のうち必要があると認めるものについて、価格の動向、需給の状況その他必要な情報を収集し、消費者にその情報を提供するものとする。

2 市長は、前項に規定する価格の動向、需給の状況等の情報収集について、事業者に必要な協力を求めることができる。

（啓発活動及び教育の推進）

第15条 市長は、消費者が自主性をもって健全な消費生活を営むことができるようにするため、商品等に関する知識の普及、情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するものとする。

2 市長は、消費者が消費生活を営む上で、必要な知識及び判断力を修得し、主体的に行動することができるようにするため、消費生活に関する教育用の資料の提供その他教育の機会が活用されるよう必要な措置を講ずるものとする。

（消費者の意見の反映）

第16条 市長は、市民の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。

（消費者団体の自主的な活動の促進）

第17条 市長は、市民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の自主性を尊重しつつ、その健全な活動を促進するために必要な施策を講ずるものとする。

(事業者による消費者苦情の処理等)

第18条 事業者は、消費者との間の取引に関して生じた苦情（以下「消費者苦情」という。）を適切かつ迅速に処理しなければならない。

2 事業者は、消費者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に努めなければならない。

(助言及びあっせん)

第19条 市長は、消費者苦情に関する相談その他消費生活上の相談を受けたときは、その解決のために必要な助言を行うものとする。

2 市長は、消費者苦情に関する相談を受けた場合であって、必要があると認めるときは、当該消費者苦情の解決のあっせんを行うものとする。

3 市長は、前項に規定するあっせんを行うために必要があると認めるときは、当該消費者苦情に係る消費者、事業者その他の関係人に対し、説明、報告又は資料の提出を求めることができる。

(消費生活センターの組織及び運営に関する事項等)

第20条 消費者安全法（平成21年法律第50号。以下「法」という。）第10条の2第1項の規定により条例で定める消費生活センター（市が設置する法第10条第2項の施設又は機関をいう。以下同じ。）の組織及び運営に関する事項等は、次条に定めるものとする。

(平28条例9・追加)

第21条 市長は、消費生活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するものとする。当該事項を変更したときも、同様とする。

(1) 消費生活センターの名称及び住所

(2) 消費生活センターにおいて法第8条第2項第1号及び第2号の事務を行う日及び時間

2 消費生活センターには、消費生活センターの事務を掌理する消費生活センターの長及び消費生活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。

3 消費生活センターには、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。

4 市長は、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ずるものとする。

5 市長は、消費生活センターにおいて、法第8条第2項各号に掲げる事務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。

6 市長は、法第8条第2項各号に掲げる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ずるものとする。

(平28条例9・追加)

(関係行政機関への要請等)

第 22 条 市長は、消費者施策の実施に当たり、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とする消費者苦情については、国、県その他関係行政機関に対し、適切な措置を講ずるよう要請し、又は協力を求めるものとする。

(平 28 条例 9・旧第 20 条繰下)

(委任)

第 23 条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が別に定める。

(平 28 条例 9・旧第 21 条繰下)

附 則

この条例は、平成 18 年 4 月 1 日から施行する。

附 則 (平成 28 年条例第 9 号)

この条例は、平成 28 年 4 月 1 日から施行する。