
大分市消費生活推進プラン

2025(令和7)年度～2029(令和11)年度

大 分 市

目 次

＜第 1 章＞ 大分市消費生活推進プランの策定にあたって	1
1 推進プラン策定の趣旨	1
2 推進プランの位置づけ	1
3 推進プランの計画期間	2
4 S D G s (持続可能な開発目標)の推進と消費者政策	2
＜第 2 章＞消費者を取り巻く現状と課題	3
1 社会情勢の変化	3
2 現状と主な課題	4
(1) 安全・安心な消費生活の現状と課題	4
(2) 消費生活のデジタル化とグローバル化の現状と課題	4
(3) 地域の現状と課題	5
(4) 高齢者の現状と課題	5
(5) 若年者の現状と課題	5
＜第 3 章＞施策の展開と具体的施策	7
1 推進プランの体系図	7
2 施策の方向	8
基本方針 1：消費者教育・啓発の推進	8
施策 1：消費者教育の充実	8
施策 2：消費生活の適切な情報提供	10
施策 3：消費者団体との協力	10
施策 4：消費者ニーズの的確な把握	11
施策 5：相談・苦情処理業務の充実	11
基本方針 2：適正な事業活動の促進	12
施策 6：消費者の商品選択の機会の確保	13
施策 7：事業者の適正な事業活動の促進	13
基本方針 3：消費者団体活動の促進	14
施策 8：消費者団体の支援	14
＜第 4 章＞消費者施策の推進体制	15

<第1章> 大分市消費生活推進プランの策定にあたって

1 推進プラン策定の趣旨

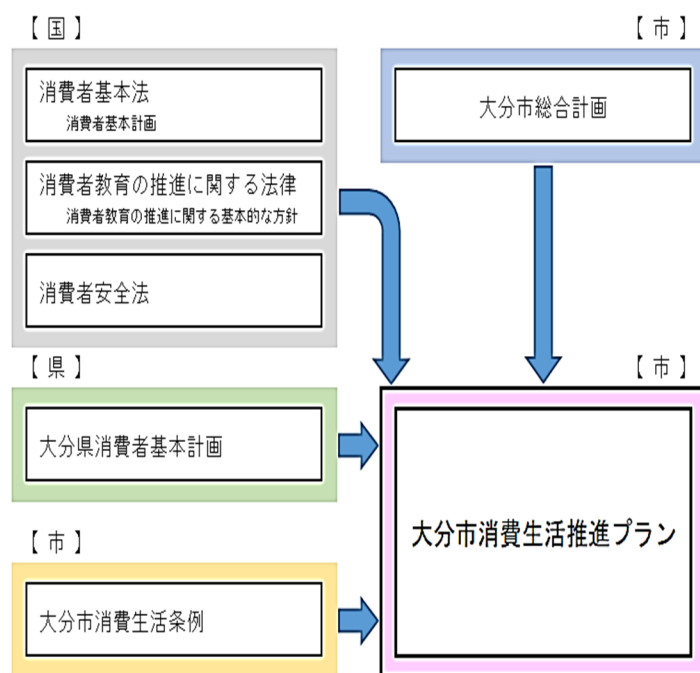
本市では、市民、行政、地域、事業者、学校等の各主体と連携し、消費者施策が目指す方向及び今後推進すべき取組を体系的に整理するため、2007（平成19）年度に大分市消費生活個別推進プランを策定しており、これまで必要な内容を見直し、改正を行いながら、2011（平成23）年度からは名称を大分市消費生活推進プラン（以下「推進プラン」という。）に変更し、市民の消費生活の安定及び向上を図るための消費者施策を進めてきました。

昨今、高齢化やデジタル化の進展等により、私たち消費者を取り巻く社会情勢が大きく変化する中、消費者トラブルも多様化・深刻化しており、あらゆる世代の誰もが消費者トラブルに巻き込まれる恐れがあります。

このような中、現行の推進プラン（2020（令和2）年度～2024（令和6）年度）が目標年度を迎えることから、近年の社会情勢やこれまでの進捗状況などを踏まえ必要な見直しを行い、市民が正しい知識に基づいた消費行動をとり、健全な消費生活を送ることができる地域社会の実現を目指し、推進プランを策定するものです。

2 推進プランの位置づけ

推進プランは、大分市消費生活条例の目的である「市民の消費生活の安定及び向上」と大分市総合計画（以下「総合計画」という。）の基本計画における目指す姿である「市民が正しい知識に基づいた消費行動をとり、健全な消費生活を送ることができる地域社会が実現している。」を具体的に行うため、国の「消費者基本法」、「消費者教育の推進に関する法律」、「消費者安全法」、県の「大分県消費者基本計画」等の内容を踏まえ、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ものです。



3 推進プランの計画期間

計画期間は、2025（令和7）年度から2029（令和11）年度までの5年間とします。ただし、今後の消費者を取り巻く社会情勢や国や県の動向に大きな変化が生じた場合は、必要に応じて見直しを行うこととします。

4 SDGs（持続可能な開発目標）の推進と消費者政策

SDGs（持続可能な開発目標）は、2015（平成27）年9月の国連サミットで採択された2030（令和12）年までの国際目標であり、17の目標が掲げられました。

このうち12番目の目標「つくる責任、つかう責任（持続可能な消費と生産）」では、事業者任せではなく、消費者自らが消費行動を工夫・見直し、社会や環境を変えていくという意識を持ち、日常の消費生活における持続可能な生産と消費への理解を深め、次の世代に託するために広がっていくよう努めることとしています。

本推進プランでは、これらを踏まえ、地産地消、食品ロス削減など環境を含む社会全体に配慮した思いやりのある消費行動いわゆるエシカル消費を推進することとしています。

17の持続可能な 開発目標

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



<消費者施策に関連するSDGsの目標>



<第2章> 消費者を取り巻く現状と課題

1 社会情勢の変化

高齢化やデジタル化の進展等により社会情勢が大きく変化する中、インターネットを利用したメディアの多様化や事業者による商品・サービスの広告や提供方法など、私たち消費者を取り巻く環境は急速に変化しています。

このような環境の変化により、消費者に多くの利益をもたらす一方で、得られる情報量や選択肢が多くなり、単独で情報を十分吟味し判断することが困難になっており、「消費者が有する脆弱性*」が顕在化しやすくなる可能性も指摘されています。

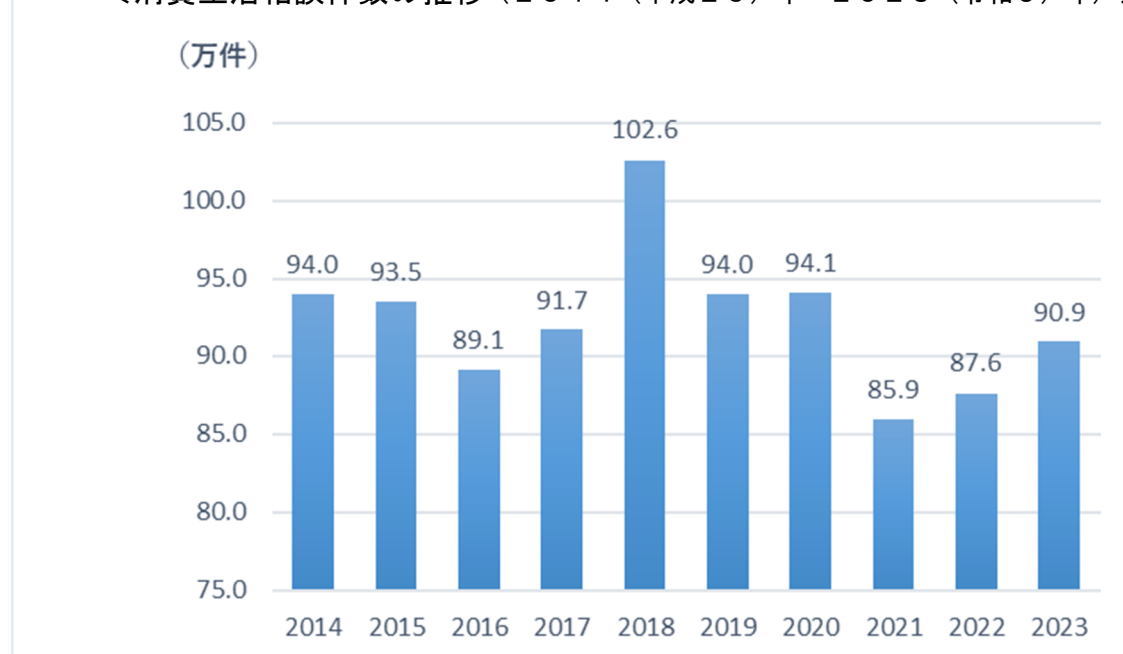
また、民法の改正により成年年齢が18歳に引き下げられたことにより、知識や経験の少ない若年者の消費者トラブルの増加も懸念されています。

一方で、消費者からの従業員等への不当な要求やひどい暴言などの著しい迷惑行為、いわゆるカスタマーハラスメントが問題となっています。

昨今、消費者トラブルの多様化・複雑化が進み、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、一定程度のデジタル技術を使いこなすための知識や能力（デジタルリテラシー）や経済的に自立し、より良い生活を送るために必要なお金に関する知識や判断力（金融リテラシー）の習得、食の安全・安心など、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。

*消費者が有する脆弱性：人は常に合理的な判断ができるとは限らず、様々な要因の影響を受ける。

<消費生活相談件数の推移（2014（平成26）年～2023（令和5）年）>



（出典 令和6年版消費者白書）

2 現状と主な課題

（１）安全・安心な消費生活の現状と課題

商品の購入やサービスの利用方法の変化など生活様式全般にわたり、消費者行動は大きく変化しており、それに伴い消費者トラブルの内容も変容しています。消費者が食品表示や製品表示、サービスなどを正しく理解できるよう、今後も安全・安心な消費生活の確保に向けた取組を推進していく必要があります。

また、2030（令和12）年を目標年次としたSDGsの浸透に伴い、地産地消を含むエシカル消費や食品ロス削減など、環境のことを考えた行動の重要性が一層高まっており、これまで以上に責任ある持続可能な消費行動の実践について、普及・啓発していく必要があります。

（２）消費生活のデジタル化とグローバル化の現状と課題

デジタル化の急速な進展は、消費者が様々な情報を手軽に入手することを可能にするのみならず、時間や場所が制約されないインターネット取引の普及や決済サービスの多様化等により、消費者の利便性や生活の質の向上に大きく寄与しています。反面、情報量の膨大さ、製品・サービスや取引・決済手段の選択肢が過多等により、取引環境が多様化・複雑化し、消費者が年齢や経済状況等に関わりなく、消費者トラブルに遭う可能性が高くなることが懸念されています。

昨今、販売サイトなどで、初回は低価格で購入ができて、定期購入が条件となっている通信販売やSNSをきっかけとして、著名人とつながりがあるなどと勧誘される金融商品・サービスなど、巧妙化した手口により消費者トラブルが多発し、その相談内容も多様化・複雑化しています。このため、私たち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、消費者トラブルに遭わないための正しい知識や的確な判断力を身に付けることが必要となっています。

また、グローバル化や国際化の進展に伴い、消費者がインターネットを通じて気軽に海外事業者と取引できるようになった反面、こうした国境を越えた取引（越境取引）に関連する消費者トラブルが増加し、さらに多様化・複雑化しています。このような越境取引に関する消費者トラブルについて、適切な対応を図るためには、国民生活センター越境消費者センター（CCJ）*との連携を強化する必要があります。

さらに、外国人からの相談に対応できるよう体制整備を進める必要もあり、様々な状況に応じた取組が求められています。

*国民生活センター越境消費者センター（CCJ）：2015（平成27）年から海外事業者との取引トラブルにあった消費者のための解決支援を行っている。

(3) 地域の現状と課題

地域での住民同士のつながりが薄れていく中、ひとり暮らしの高齢者だけでなく若年者にも社会的孤立が広がっています。このような、地域での住民同士のつながりの希薄化や社会的孤立により、消費者トラブルについて誰にも相談できず、消費者トラブルに巻き込まれていることにさえ気づいていない場合もあります。

最近の多様化、巧妙化した手口による消費者トラブルへの対応は、個人での対応が困難であることから、地域における消費者トラブルへの危機意識の醸成や消費者力向上の教育機会の確保などに取り組む必要があります。

(4) 高齢者の現状と課題

急速に高齢化が進む中、高齢者世帯を点検と称して訪問し、不安をあおりながら高額な工事等を迫る「点検商法」や不用品の買い取りの訪問で、貴金属などを強引に買い取られる「押し買い」などによる消費者トラブルは後を絶たず、その手口は多様化、巧妙化しています。

2014（平成26）年6月の消費者安全法の改正により、高齢、障がい、認知症等により判断力が不十分となった人の消費者トラブルを防ぐため、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。

本市では、2022（令和4）年10月に大分市成年後見制度利用促進地域連携ネットワーク協議会に「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）」の機能を追加しており、今後も高齢者と接する機会が多いケアマネジャーや地域包括支援センターなどと情報共有・連携することで、高齢者等の消費者トラブル未然防止に努める必要があります。

(5) 若年者の現状と課題

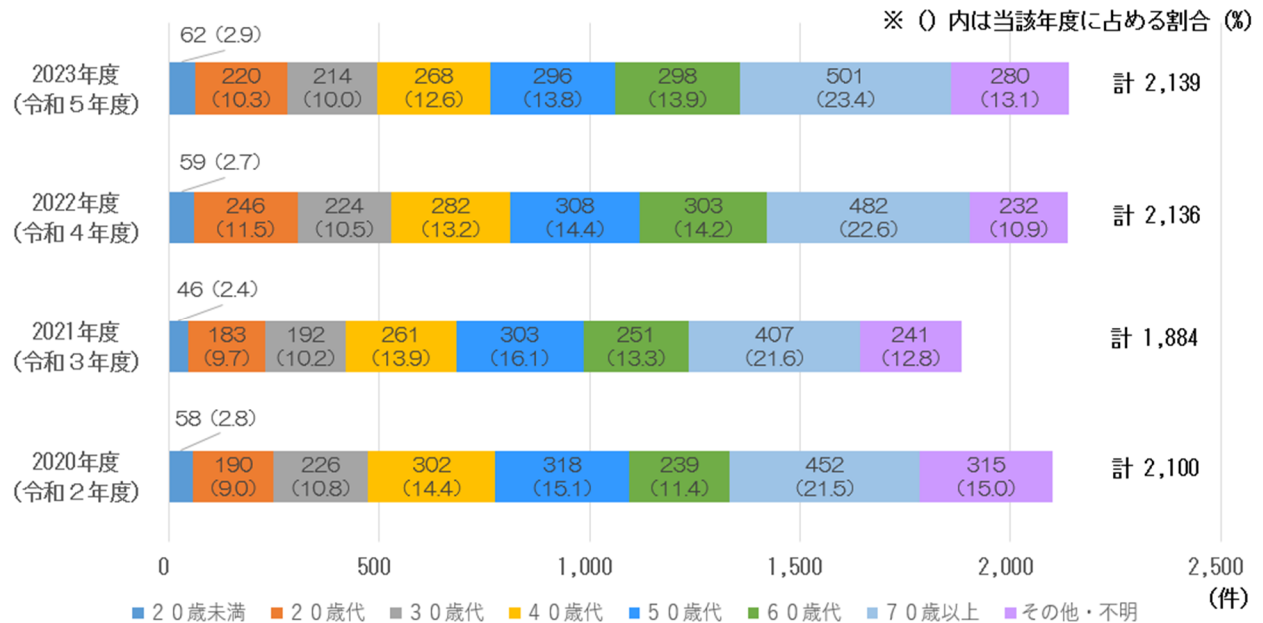
若年者は、知識や経験不足、経済的な余裕のなさ、コミュニケーションに対する苦手意識などにより、消費者トラブルに巻き込まれるケースは少なくありません。

若年者の消費相談では、サイト利用料やゲームなどのインターネットに関する相談や脱毛エステなどの美容に関する相談の割合が高くなっています。

消費者ホットライン*188（いやや）や市民活動・消費生活センター（ライフパル）へ相談することが、消費者トラブルの解消につながる第一歩となることから、SNSや啓発イベント、消費生活教室等、様々な機会を通じて相談窓口の認知度を高め、若年者の消費者トラブルの被害防止策を積極的かつ効果的に行う必要があります。

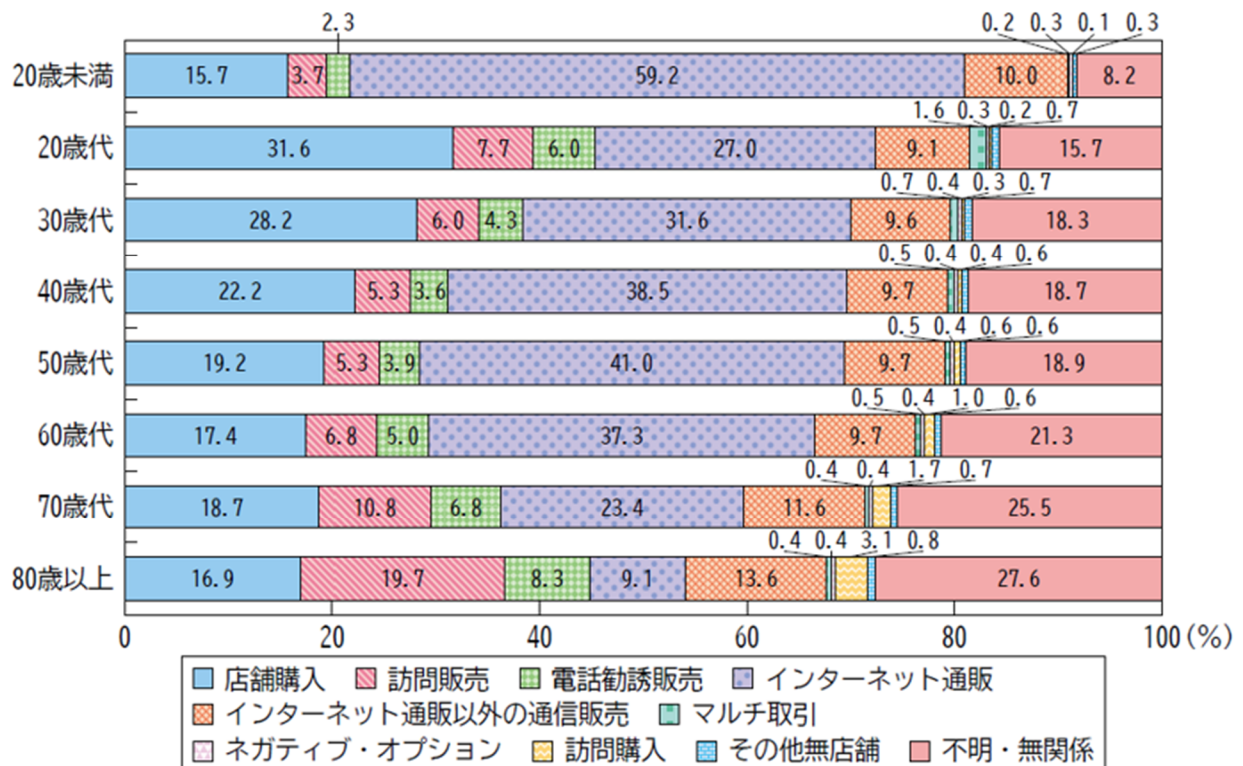
*消費者ホットライン：局番なしの188へ電話するとお住まいの消費生活センターに繋がります。

<年代別相談件数（2020（令和2）年度～2023（令和5）年度）>



（出典 大分市の消費者行政）

<消費生活相談の販売購入形態別割合（年齢層別・2023（令和5）年）>



*消費生活相談情報では、インターネットサイト利用料やインターネットゲーム等に関する相談も、「インターネット通販」に分類している。

（出典 令和6年版消費者白書）

<第3章> 施策の展開と具体的施策

1 推進プランの体系図

推進プランでは、大分市消費生活条例の目的である「市民の消費生活の安定及び向上」と大分市総合計画の基本計画における目指す姿である「市民が正しい知識に基づいた消費行動をとり、健全な消費生活を送ることができる地域社会が実現している。」から、基本目標と3つの基本方針、8つの施策を設定し、消費者施策に取り組みます。

基本目標

市民が正しい知識に基づいた消費行動をとり、
健全な消費生活を送ることができる地域社会の実現

<推進プランの体系図>

	基本方針	施 策	取 組
1	消費者教育・啓発の推進	(1) 消費者教育の充実	① 消費生活教室の開催
			② 小中高校生の消費生活教育講座の開催
			③ 啓発用学習資料の活用
			④ 消費生活セミナーの開催
		(2) 消費生活の適切な情報提供	⑤ ホームページやSNS等の活用
			⑥ チラシやポスター等による情報発信
		(3) 消費者団体との協力	⑦ 消費者月間の啓発
			⑧ 消費生活展での情報発信
			⑨ 各種作品展の開催
		(4) 消費者ニーズの的確な把握	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
			⑪ パイオネット（全国消費生活情報ネットワークシステム）の活用
		(5) 相談・苦情処理業務の充実	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
			⑬ 消費生活相談・苦情の処理
			⑭ 関係行政機関等との連携
2	適正な事業活動の促進	(6) 消費者の商品選択の機会の確保	⑮ 表示の適正化
			⑯ 計量の適正化
		(7) 事業者の適正な事業活動の促進	⑰ 安全な商品等の供給
			⑱ 取引の適正化
3	消費者団体活動の促進	(8) 消費者団体の支援	⑲ 消費者団体との協働
			⑳ 消費者団体の活動支援

2 施策の方向

基本方針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、近年のデジタル化の進展により、利便性が向上するなか、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、多様化しており、若年者から高齢者までの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。

一方で、消費者によるカスタマーハラスメントが問題になっていることから、消費者が正当な意見を伝えられるように、適切な方法を習得する必要があります。

消費者が健全な消費生活を営むために、消費者自らが学習し、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、市民活動・消費生活センター（ライフパル）の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。

また、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。

昨今、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、消費者教育・啓発をより推進するためには、各地域における様々な主体と連携・協働し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や実効性のある計画を推進することが必要です。

施策1 消費者教育の充実

若年者から高齢者まで、あらゆる世代から寄せられる消費生活相談は、デジタル化の進展により多様化・複雑化しています。一方で、消費者による適切な意見の伝え方についての教育・啓発が重要となっています。

また、民法の改正により成年年齢が20歳から18歳に引き下げられ、保護者の同意がなくても自分の意思で契約できることから、若年者に対する消費者教育が重要となっています。

消費者トラブルを避け、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。

今後とも、生涯を通じ、幼児期から高齢期までのライフステージに応じて、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。

取組 1 消費生活教室の開催

自治会や消費者グループ等の団体が、消費生活に関する学習会の開催を希望する場合、開催団体からの学習テーマに応じ、J-FLEC認定アドバイザー*、消費生活相談員など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。

また、これまで実施した講座内容などを検証するとともに、デジタルリテラシーや金融リテラシー、エシカル消費などもテーマに加え、より生活に身近な講座となるよう取り組みます。開催にあたっては、支所や公民館、福祉や教育部門などの関連部署や大学などの高等教育機関などと連携するなか、受講者の増加を図り、講座の充実強化に努めます。

* J-FLEC 認定アドバイザー：特定の金融機関や金融商品に偏らない中立的な立場から、相談者や講義受講者に寄り添って、金融経済に関するアドバイスを提供する人材。アドバイスに有益な資格を保有し、一定の業務経験を兼ね備えた人を「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」に基づき、2024 年 4 月に設立された認可法人である J-FLEC（金融経済教育推進機構）が認定・公表している。

取組 2 小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。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あり、教育委員会等の関係機関と連携するなかで、小中高校生及び教員を対象にした消費生活教育講座を開催し、広く消費者教育が浸透するよう取り組みます。

取組 3 啓発用学習資料の活用

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に、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、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。

取組 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。

施策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の情報収集・発信は、消費者トラブルの未然・拡大防止を図るため重要であり、消費者が必要とする情報の収集や効果的な情報発信に取り組む必要があります。

取組5 ホームページやSNS等の活用

消費生活に必要な情報については、やさしい日本語で表記するなど、ホームページやSNS等を活用して、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、迅速かつ的確な情報提供を行います。

取組6 チラシやポスター等による情報発信

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、啓発用のチラシやポスター等により注意喚起を行います。

また、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様々な機会を利用して、広く市民に配布します。

施策3 消費者団体との協力

消費者団体は、消費生活に関する学習会やアンケート調査活動、行政に対する提言など、地域に根ざした自主的な活動を行っています。地産地消、食品ロス削減などのエシカル消費をはじめ、消費生活に関する情報や資料の提供を行うとともに、活動や交流の場を提供するなど、消費者団体と協力して啓発活動等に取り組みます。

取組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。

取組8 消費生活展での情報発信

消費者に安全・安心な消費生活を送るための知識を身につけることを目的に開催する「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、毎年開催しています。今後も、幅広い年齢層の市民に向け効果的な情報発信に努めます。

取組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みながら取り組めるよう、各種教室や作品展などを開催します。

施策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。健全な消費生活を送るうえでの必要な情報を把握し、広く消費者に情報発信を行うなど、消費者にとって役立つ取組を行う必要があります。

取組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が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。

取組１１ パイオネット*（全国消費生活情報ネットワークシステム）の活用

市民活動・消費生活センター（ライフパル）では、全国の消費者センターで受けた苦情や問い合わせ等の相談内容が早く検索できるパイオネットを利用しています。

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

*パイオネット（P I O－N E T）：独立行政法人国民生活センターや消費生活相談窓口をオンラインネットワークで結んだ「全国消費生活情報ネットワークシステム」

施策５ 相談・苦情処理業務の充実

市民活動・消費生活センター（ライフパル）では、消費生活相談員が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・中立な立場での対応に努めています。

また、研修による消費生活相談員のスキルアップや関係機関との連携も図りながら、複雑化、悪質化する消費者トラブルに対応しています。

取組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

消費者トラブルの未然防止・救済につなげていくため、相談窓口となる市民活動・消費生活センター（ライフパル）の周知を消費生活教室等や市報やホームページ、庁内関係部局との連携などにより、積極的に行います。

また、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ことができる消費者ホットライン１８８（いやや）の周知に努めます。

取組 1 3 消費生活相談・苦情の処理

若年者や高齢者、障がい者、外国人など、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、消費生活相談員の聞き取りやあっせんなどの業務における問題解決力向上を図るために、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の活用を図ります。

また、通訳や多言語ツールの活用などにより相談体制の充実にも努めます。

取組 1 4 関係行政機関等との連携

「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）」の機能を有する「大分市成年後見制度利用促進地域連携ネットワーク協議会」において、高齢者や障がい者等と接する機会が多いケアマネジャーや地域包括支援センターなどと情報共有・連携するなかで、相談体制の充実を図り、高齢者や障がい者の消費者トラブル未然防止に努めます。

今後も、国、県、法テラス、弁護士会、司法書士会など消費者行政に関連する機関との連携を強化などの関連機関とのネットワークを広げ、多様化・複雑化する消費者トラブルへの迅速かつ適切な対応に努めます。

基本方針 2 適正な事業活動の促進

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。

不適正な取引行為による消費者トラブルを防ぐためには、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。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も行います。

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。

施策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。

取組15 表示の適正化

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に、事業者に対し、家庭用品品質表示法の規定に基づき、立入検査を行います。

家庭用品品質表示法は、家庭用品の品質に関する表示の適正化を図り、消費者利益の保護を目的としており、この法律に基づき表示の有無、表示方法が適正か、などについて立入検査を行います。

取組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、スーパーマーケットなどを対象に、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。

施策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トラブルを防止するために、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。

取組17 安全な商品等の供給

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。

取組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、県などの関係機関へ必要な措置を講ずるよう要請します。

基本方針 3 消費者団体活動の促進

消費者団体は、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重要な役割を担っています。

近年、消費者団体の構成員の拡がりや活動の展開などが課題となっていますが、自らの活動を振り返り、機能や組織の強化などに向けた取組を実施することが期待されています。

今後も、社会情勢の変化に対応できる賢い消費者の育成に向けた取組を支援し、その活動の促進を図ります。

施策 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、社会情勢の変化に対応できる賢い消費者の育成に向けた取組を支援し、その活動の促進を図る必要があります。

取組 19 消費者団体との協働

「みんなの消費生活展」では、大分市消費者団体連絡協議会や関係団体と出展内容を協議するなど、消費者団体の啓発などの活動が広く市民に周知できるよう協働により開催します。

また、「行政・事業者との意見交換会」を開催し、行政と消費者、事業者で意見を交わすことでお互いへの理解が深まるよう取り組みます。

取組 20 消費者団体の活動支援

消費者団体の学習、情報交換や市民への啓発を行う場である「みんなの消費者大会」の開催などの支援を通じて、消費者団体の活動が広がり、展開できるよう取り組みます。

また、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、担い手の育成に努めます。

【指標と目標値（２０２９（令和１１）年度）】

指 標	現 状 値		目 標 値	
	（２０２３（令和５）年度）		（２０２９（令和１１）年度）	
消費生活教室・消費生活セミナー の開催回数及び受講者数 ＊消費生活教室：自治会等に講師を派遣 し開催する消費生活に関する学習会 ＊消費生活セミナー：ライフパルで開催 する消費生活に関する講習会	16回	296人	35回	600人
消費生活教育講座の開催回数及び受講 者数 ＊消費生活教育講座：小中高校生を対象 として開催する消費生活に関する講座	5校	808人	10校	1,400人

＜第４章＞ 消費者施策の推進体制

推進プラン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、国、県などの行政機関、消費者団体などの各種団体、関係部局と連携し消費者施策に取り組めます。

また、市民の消費生活の安定と向上を図るために設置された「大分市消費生活懇談会」*において、消費者施策の進捗や今後の取組などについて協議し、消費者施策を推進します。

*大分市消費生活懇談会：市民の消費生活の安定と向上を図るため設置されており、学識経験者、消費者代表、関係業界代表等を構成委員とし、毎年開催しています。

大分市消費生活推進プラン

令和7(2025)年3月

発 行 大分市 市民部 生活安全・男女共同参画課
市民活動・消費生活センター(ライフパル)
〒870-0021 大分市府内町3-7-39
TEL(097)573-3770 FAX(097)537-7271
E-mail : siminsyohi@city.oita.oita.jp