

# 第三次下野市消費生活基本計画

【令和3年度～令和7年度】

【案】

令和2年12月

下 野 市

# 目 次

<b>第1章 計画の基本的な考え方</b> ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	<b>1</b>
第1節 計画策定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	1
第2節 計画の位置づけ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	2
第3節 計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	2
第4節 持続可能な開発目標（SDGs）との関連・・・・・・・・	3
<b>第2章 計画策定の背景</b> ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	<b>4</b>
第1節 消費者を取り巻く環境の変化・・・・・・・・	4
(1) 民法改正による成年年齢引下げ・・・・・・・・	4
(2) 高齢化の進行・・・・・・・・	4
(3) キャッシュレス化の進展・・・・・・・・	4
(4) グローバル化の進展・・・・・・・・	5
(5) 自然災害の激甚化、多発化、新型コロナウイルス感染症の拡大	5
第2節 国・県の動向・・・・・・・・	6
(1) 国の動き・・・・・・・・	6
(2) 栃木県の動き・・・・・・・・	7
第3節 下野市消費生活センターにおける相談状況	8
(1) 相談件数の推移・・・・・・・・	8
(2) 商品・サービス別相談件数の推移	10
(3) 年代別相談の特徴・・・・・・・・	12
第4節 下野市の取組・・・・・・・・	12
<b>第3章 計画の方向性</b> ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	<b>13</b>
第1節 基本目標・・・・・・・・	13
第2節 基本方針・・・・・・・・	14
第3節 施策体系・・・・・・・・	15
<b>第4章 施策の展開</b> ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	<b>16</b>
基本方針1 消費者の自立支援	16
(1) 消費者教育の推進・・・・・・・・	16
(2) 消費者団体等との連携の推進	18
基本方針2 消費生活の安全・安心の確保	19
(1) 身近な生活環境の安全・安心の確保	19
(2) 環境保全の推進・・・・・・・・	22
基本方針3 消費者被害の未然防止及び救済	23
(1) 消費者被害の未然防止の推進	23
(2) 消費者被害救済体制の強化	24
(3) 高齢者等への消費生活に関する支援の強化	26
★重点的に取り組む施策	28
<b>第5章 計画の推進</b> ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	<b>29</b>
第1節 計画の推進体制	29
(1) 計画の推進に当たって	29
(2) 多様な主体との連携・協働	29
第2節 計画の進行管理と評価	30
(1) 計画の進行管理	30
(2) 目標値の設定	30

# 第1章 計画の基本的な考え方

## 第1節 計画策定の趣旨

消費者を取り巻く環境は、少子高齢化の進行、高度情報化の進展と同時に、グローバル化・ボーダレス化が進み、消費生活と経済社会との関わりが多様化・複雑化するのに伴い、消費者被害も多様化・複雑化が進んでいます。こうした中、民法改正により令和4（2022）年4月から成年年齢が18歳に引き下げられることとなっており、若年者の消費者被害の拡大が懸念されます。

また、地球温暖化のような環境問題や経済社会の生み出すさまざまな問題は、産業活動のみならず、消費行動によるところも大きいとの認識が広がっており、持続可能な消費活動の実践は、平成27（2015）年9月に国連サミットで採択された「持続可能な開発目標（SDGs）」の重要な構成要素となっています。

本市では、消費者をめぐる社会の変化、新たな課題や消費者庁から公表された「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会報告書」等に基づいて、さまざまな主体との連携により「消費者が安全・安心に暮らせる社会」と、「消費者市民社会<sup>※1</sup>」の実現を目指し、「第三次下野市消費生活基本計画」（以下「計画」という。）を策定し、消費生活に関する施策を総合的に推進していきます。

---

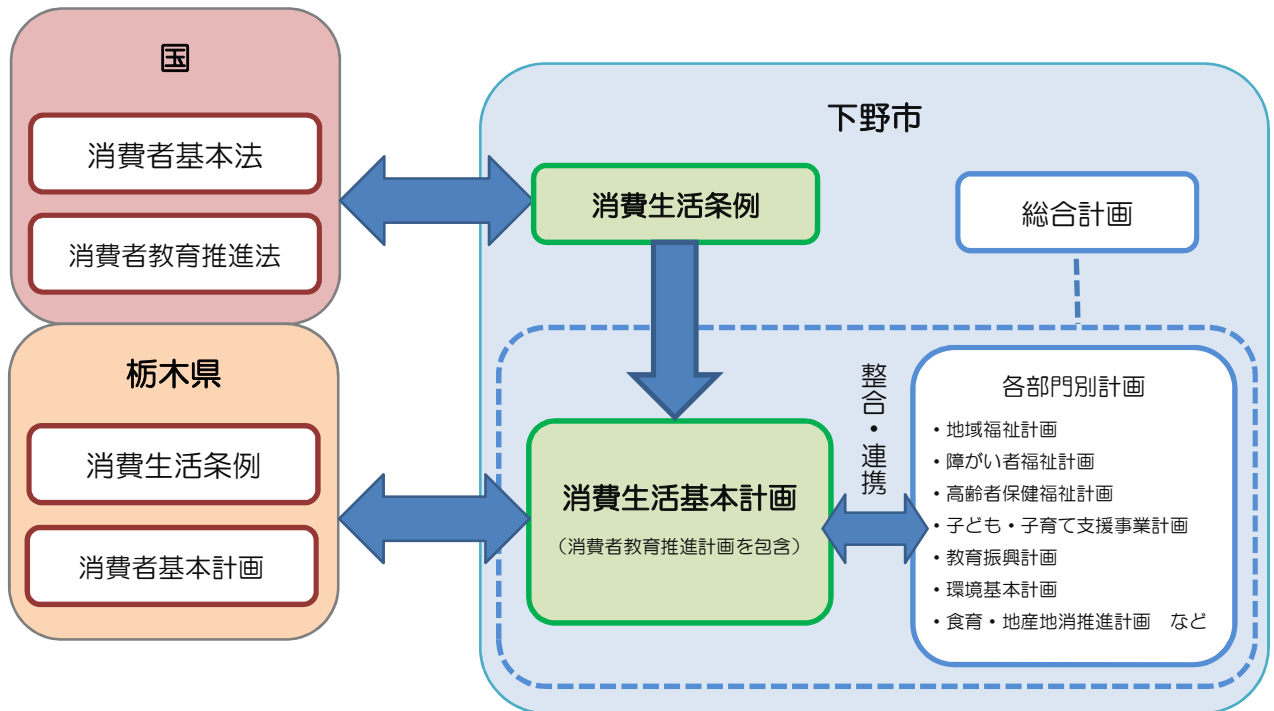
※1 消費者市民社会・・・自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、社会経済情勢や地球環境のことを考え、心豊かに暮らすことができるよう、消費者一人ひとりが持続可能な社会形成に積極的に関与する社会のこと。

## 第2節 計画の位置づけ

本計画は、下野市消費生活条例（案）第11条に基づく計画です。

また、消費生活に関連する施策を一体的及び総合的に推進するため、市の行政運営の柱である「第二次下野市総合計画」の部門別計画（「消費者行政の推進」）として位置づけ、消費者の保護と自立の支援に向けた具体的な取組を明らかにするものです。

さらに、「消費者基本法<sup>※2</sup>」第9条に規定する「消費者基本計画<sup>※3</sup>」との整合を図るとともに、「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）<sup>※4</sup>」（以下「推進法」という。）第10条に規定する「市町村消費者教育推進計画」を包含しています。



## 第3節 計画の期間

本計画は、「第二次下野市総合計画」に基づく部門別計画であるため、総合計画の後期基本計画の期間に合わせ、令和3（2021）年度から令和7（2025）年度までの5年間を計画期間と定めます。

なお、社会情勢の変化に応じ、適宜、計画の見直しを行います。

※2 消費者基本法…「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」を基本理念として、国、地方公共団体及び事業者の責務を明らかにし、消費者施策の基本となる事項を定め、消費生活の安定と向上を確保することを目的とした法律

※3 消費者基本計画…消費者基本法第9条の規定に基づき、国が消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項について定めた基本的な計画

※4 消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）…消費者の自立を支援する消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、消費生活の安定及び向上を目的とした法律

## 第4節 持続可能な開発目標（SDGs）との関連

持続可能な開発目標（SDGs）は、平成27（2015）年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された平成28（2016）年から令和12（2030）年までの国際目標です。持続可能で多様性と包摂性のある社会を実現するための17のゴールから構成され、地球上の誰一人として取り残さない（leave no one behind）ことを誓っています。

本市も国際社会の一員であることから、目標達成に向けて積極的に取り組む必要があり、また、国の策定した「SDGs実施指針」においては、地方自治体の役割として、各種計画にSDGsの要素を最大限に反映させることを奨励しています。

これらのことから、第三次計画においては、SDGsの理念や、ゴール「12 つくる責任 つかう責任」を筆頭に、「4 質の高い教育をみんなに」、「11 住み続けられるまちづくりを」、「17 パートナリシップで目標を達成しよう」などを踏まえて策定しており、この計画を推進することで、持続可能な生産と消費の形態を確保し、誰もが安全・安心で豊かに暮らすことができる「誰一人取り残さない社会」の実現を目指します。

### SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



1	あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる。	10	各国内及び各国間の不平等を是正する。
2	飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する。	11	包摂的で安全かつ強靱（レジリエント）で持続可能な都市及び人間居住を実現する。
3	あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する。	12	持続可能な生産消費形態を確保する。
4	すべての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する。	13	気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる。
5	ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う。	14	持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する。
6	すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する。	15	陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する。
7	すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する。	16	持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する。
8	包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用（ディーセント・ワーク）を促進する。	17	持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する。
9	強靱（レジリエント）なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る。		

## 第2章 計画策定の背景

### 第1節 消費者を取り巻く環境の変化

#### (1) 民法改正による成年年齢引下げ

成年年齢を18歳に引き下げる改正民法が成立し、令和4(2022)年4月に施行されます。未成年者の場合、契約には親権者の同意が必要であり、親権者の同意を得ないで締結した契約は、未成年者取消権によって取り消すことができます。未成年者取消権は、未成年者の消費者被害を抑止する役割を果たしていると考えられますが、成年年齢が引き下げられることで、18~19歳は未成年者取消権の保護の対象から外れ、消費者被害の増加が懸念されることから、若年者に対する消費者教育を充実させる必要があります。

#### (2) 高齢化の進行

出生率の低下により少子化が進行し、全国的には平成20(2008)年をピークに人口が減少しています。一方、65歳以上の人口が4人に1人を超える超高齢社会を迎え、今後一層の高齢化の進行が見込まれています。高齢化が進む中、高齢者の一人暮らしや、高齢者のみの世帯が狙われる被害も多くなっています。高齢者本人に対する注意喚起と併せて、地域において高齢者を見守る体制の充実に取り組む必要があります。

#### (3) キャッシュレス化の進展

経済産業省では、「キャッシュレス・ビジョン<sup>※5</sup>」を策定し、電子マネー、デビットカード、モバイルウォレット及びクレジットカードなどによるキャッシュレス社会の実現のため、産官学が連携して取組を進めています。

令和元(2019)年10月には、消費税率引上げ後の消費喚起とキャッシュレス推進の観点から、キャッシュレス・ポイント還元事業(キャッシュレス・消費者還元事業)が実施されました。

キャッシュレス決済は、現金を持ち歩かずに買い物ができる手軽さから、今後、より身近な決済手段として普及することが予想されます。消費者は、決済の仕組みについて理解し、より慎重に支出を管理することが求められます。

---

※5 キャッシュレス・ビジョン…平成30(2018)年4月に経済産業省によって策定された、日本のキャッシュレス化の方向性や方策を取りまとめたもの。大阪・関西万博(2025年)に向けて、「支払い方改革宣言」として「未来投資戦略2017」で設定したキャッシュレス決済比率40%の目標を前倒しし、高いキャッシュレス決済比率の実現を宣言。将来的には、世界最高水準の80%を目指していくとしている。

#### (4) グローバル化の進展

社会経済がグローバル化し、様々な商品が事業者により輸入されて広く流通しており、高度情報化社会の進展と相まって、消費者が自らインターネット等を通じ、海外から商品を購入することも容易になっています。

また、在留外国人や訪日外国人も年々増加しており、平成 30（2018）年 12 月に「出入国管理及び難民認定法<sup>※6</sup>」が改正されたこと等から、今後も増加が見込まれます。

消費生活におけるグローバル化の進展に伴って、国境を越えた消費者トラブル及び外国人消費者への対応等が求められています。

#### (5) 自然災害の激甚化、多発化、新型コロナウイルス感染症の拡大

近年、各地で集中豪雨や台風等による甚大な被害が多発しています。自然災害発生後の生活基盤の再建時には、焦って契約してしまうなど、自主的かつ合理的な選択が困難となる恐れがあります。

さらに、新型コロナウイルス感染症は、令和元（2019）年 12 月に中国湖北省武漢市において確認されて以降、世界的に広がりました。このような感染症の拡大時においても、不確かな情報に惑わされたり、消費者の脆弱性につけ込む悪質商法<sup>※7</sup>等が発生する恐れがあります。

---

※6 出入国管理及び難民認定法…出入国管理及び難民認定法とは、日本に出入りする人全てが対象とし、出入国時の管理規制や、難民の認定手続きの整備が目的の法律。平成 30（2018）年 12 月の改正では、労働人材不足解消のため、外国人の新たな在留資格「特定技能」を創設

※7 悪質商法…一般消費者を対象に、組織的・反復的に行われる商取引で、その商法自体に違法又は不当な手段・方法が組み込まれたもの

## 第2節 国・県の動向

### (1) 国の動き

国においては、平成 20（2008）年に「消費者行政推進基本計画」を策定し、平成 21（2009）年 9 月には「消費者安全法<sup>※8</sup>」が施行されると同時に、消費者行政を一元的に所管する「消費者庁」が設立されました。

平成 24（2012）年 8 月には、被害の発生・拡大防止を図る消費者安全法の改正が行われ、さらに、不当な勧誘行為を規制する特定商取引法<sup>※9</sup>の改正、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、消費生活の安定及び向上を目的に推進法が制定され、消費者教育の基本理念や、「消費者教育」及び「消費者市民社会」が定義づけられるとともに、消費者教育推進における地方公共団体の責務等が示され、「消費者教育推進計画」の策定が努力義務として規定されました。

推進法には「消費者市民社会の形成」が基本理念として位置づけられ、消費者庁では、シンポジウム「エシカル・ラボ」の開催など、エシカル（倫理的）消費<sup>※10</sup>の普及・啓発に取り組んでいます。

平成 26（2014）年 6 月の消費者安全法の改正では、消費生活センター<sup>※11</sup>を設置する自治体における条例制定の義務化や、高齢者等の見守り活動を支援する制度などが盛り込まれ、平成 27（2015）年 3 月には、第 3 次となる「消費者基本計画」が策定されました。

平成 27（2015）年 7 月には地方公共団体が設置している、身近な消費生活相談窓口を案内する消費者ホットライン「188（いやや）」<sup>※12</sup>の運用が開始されました。

令和 4（2022）年 4 月から施行される民法の一部を改正する法律による成年年齢の引下げ（20 歳から 18 歳に引き下げられる）を見据え、学習指導要領が改訂され、令和 2（2020）年度以降、小中学校や高等学校等における消費者教育の内容が充実されるほか、若年者の自立支援に係る取組の推進など、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のための取組が実施されています。

---

※8 消費者安全法…都道府県及び市町村による消費生活センターの設置や、消費者事故等に関する情報の集約などについて定め、消費者の安全・安心で豊かな生活を守るための法律

※9 特定商取引法（特定商取引に関する法律）…訪問販売や通信販売など、消費者トラブルが生じやすい 7 つの販売類型を対象に、消費者が受ける損害の防止を図るとともに、商品等の流通及び役務の提供を適正かつ円滑にすることを目的とした法律

※10 エシカル（倫理的）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、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。SDGs の目標 12「つくる責任 つかう責任」に関連する取組

※11 消費生活センター…商品やサービスに関する苦情や事業者とのトラブルなど、消費生活に関する苦情や問合せを受け付け、一定の資格を持った消費生活相談員が公正な立場で助言やあっせんを行う地方公共団体の相談窓口

※12 消費者ホットライン「188（いやや）」…地方公共団体が設置している身近な消費生活相談窓口につながる全国共通の電話番号。泣き寝入りは 188（いやや）



## (2) 栃木県の動き

栃木県においては、平成 21（2009）年 9 月施行の「消費者安全法」に基づく国の交付金を通じて、県内すべての市町に消費生活センターの設置を進めました。

平成 22（2010）年 4 月には、設置した栃木県消費生活センターを「センター・オブ・センターズ（地域における中核的相談機関）」と位置づけて機能の充実を図り、消費生活相談員の更なる資質向上に努めるとともに、消費者の身近な相談窓口である市町と連携した消費者行政を推進してきました。

また、悪質事業者への規制・指導の強化に向けて、「栃木県消費者条例」並びに「不適切な取引行為の指定に関する規則」を改訂し、平成 26（2014）年 4 月に施行されました。

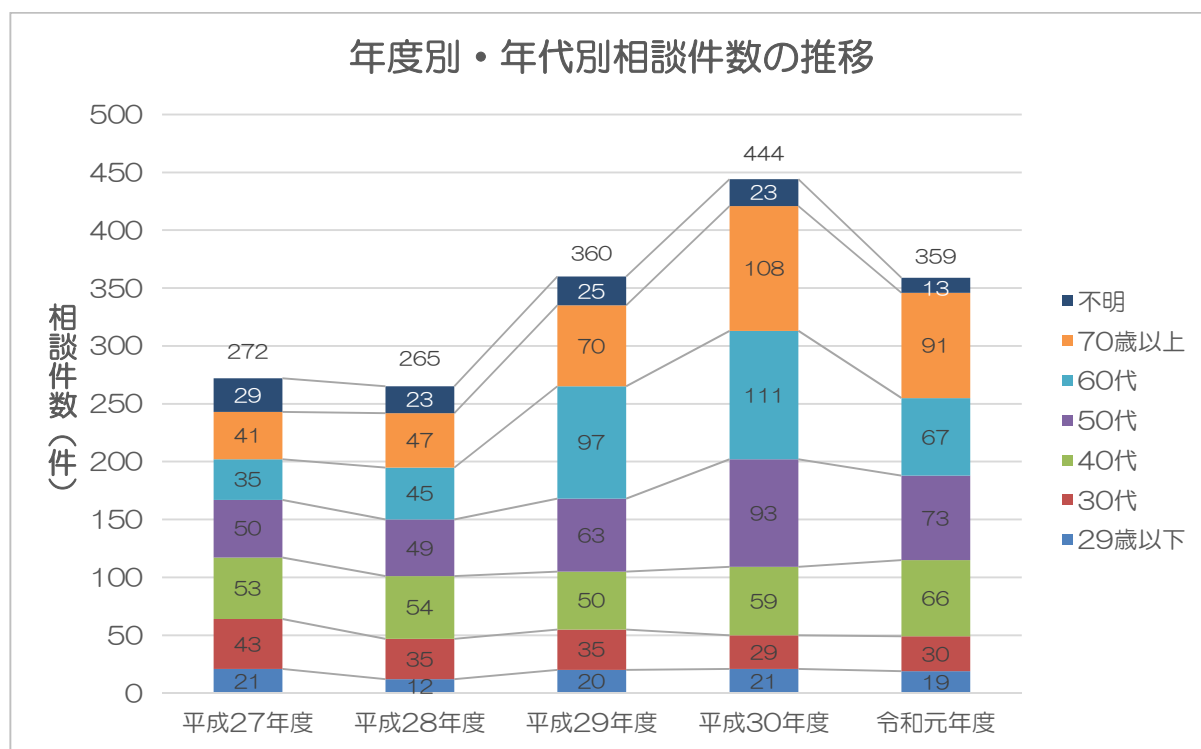
平成 28（2016）年 2 月には、消費者行政の一層の充実を目指し、「栃木県消費者基本計画」第 1 期計画が策定され、「消費生活相談体制の充実・強化」、「ライフステージに応じた消費者教育・啓発の推進」及び「消費生活における安全・安心の確保」を基本方針として、消費者施策を総合的かつ計画的に推進してきました。

## 第3節 下野市消費生活センターにおける相談状況

### (1) 相談件数の推移

下野市消費生活センターでは、一定の資格を有する消費生活相談員を配置し、電話や来訪による市民からの相談に対応しています。

下野市における消費生活相談の件数は、平成21年度以降は多少の増減はあるものの、280件前後で推移し、高止まりの状況にありました。しかしながら、平成29年度から30年度にかけて、主にはがき等による架空請求※13が多数発生したことにより、平成29年度は360件、平成30年度は444件と大幅に増加しました。はがき等による架空請求は全国的に発生しており、相談件数の増加も全国的な傾向となっています。令和元年度は多少減少に転じましたが、359件と依然として多数の相談が寄せられており、下野市内でも多額の被害が確認されています。

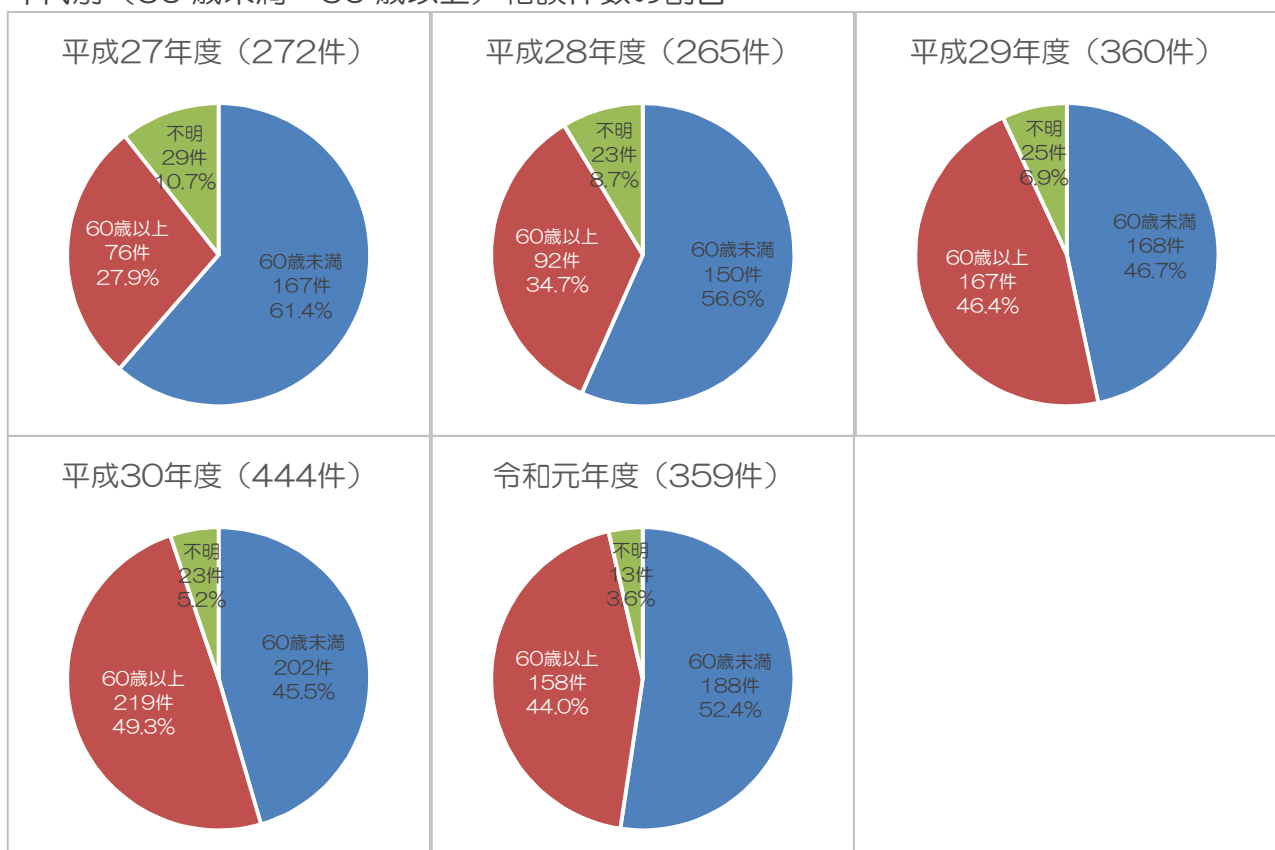


※13 架空請求…有料サイトの利用料、延滞料、訴訟関係費用などと、架空の事実を口実としてお金を請求する文書やメールを送り付け、お金を振り込ませたり、送付させるなどしてだまし取る詐欺

この5年間の相談件数を年代別にみると、消費活動が活発な30代から50代にかけては、相談全体に占める割合が平成27年度と28年度は50%台でしたが、平成29年度以降は40%台に減少しています。

一方、60代以上の年代では、平成27年度の27.9%から平成28年度は34.7%へと増加し、平成29年度以降は40%台へ増加し推移しています。

年代別（60歳未満・60歳以上）相談件数の割合



不当請求<sup>※14</sup>及び架空請求に関する相談件数の相談全体に占める割合は平成28年度までは10%台で推移していましたが、主にはがき等による架空請求の相談などから平成29年度から30年度にかけて急増しました。

不当請求・架空請求に関する相談件数の推移 (件数)

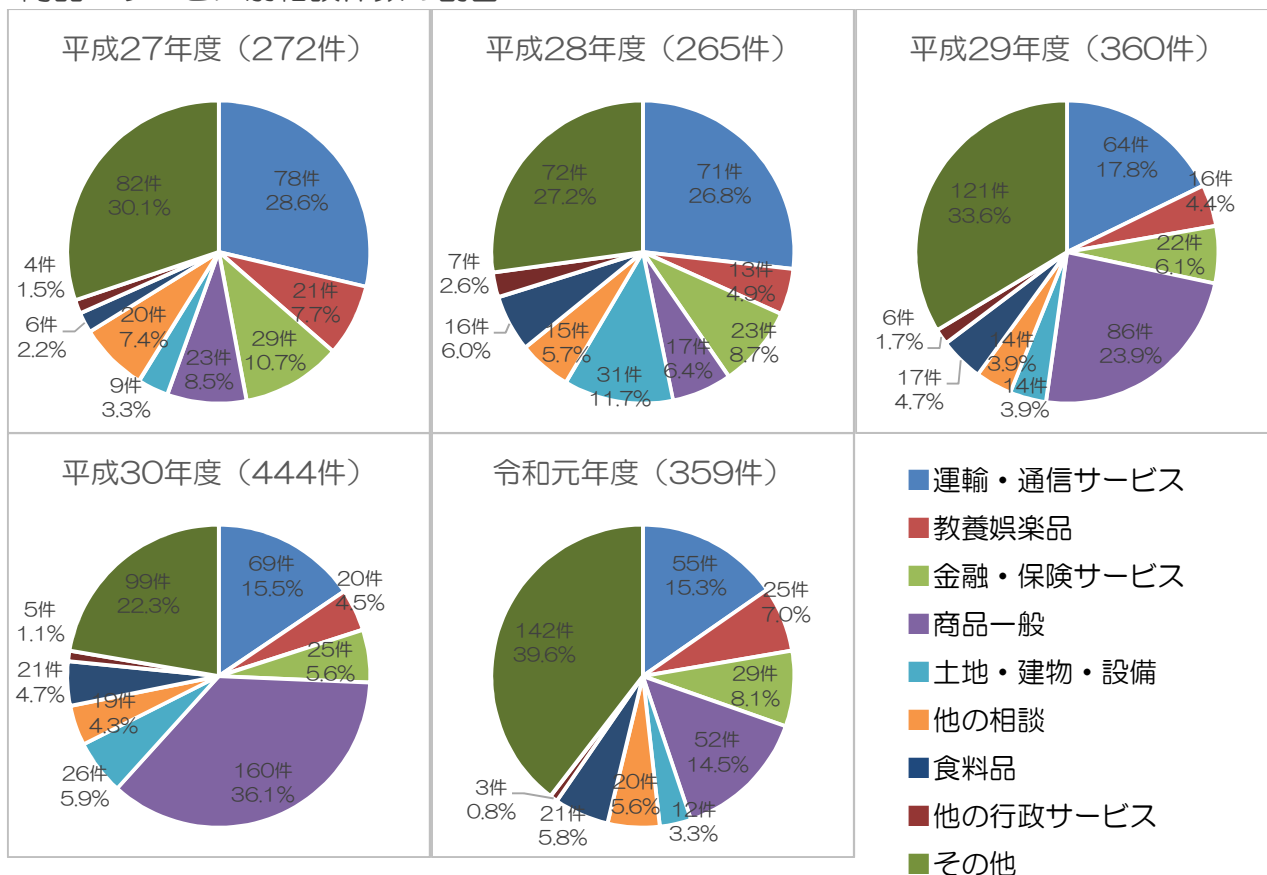
	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
総件数	272	265	360	444	359
(うち) 不当請求・架空請求	52	42	91	161	42
	19.1%	15.8%	25.3%	36.3%	11.7%

※14 不当請求…商品やサービスの利用料金の請求などで、「無料」と謳ったサービスに対して利用料金を請求されたり、契約時に合意した金額とは異なる法外な料金を請求されたりする詐欺

## (2) 商品・サービス別相談件数の推移

相談内容については、第一次計画の開始期間である平成24年度以降、情報化社会の進展を反映し、インターネットを介した情報サービス等に関するトラブルや電子メールによる架空請求といった運輸・通信サービスが最も多い相談内容となっていました。平成29年度と30年度は、はがき等による架空請求に関する相談の急増に伴い、商品一般が最も多い相談内容となりました。

商品・サービス別相談件数の割合



商品・サービス別相談件数（上位5位まで）

	平成27年度 (総件数272)	平成28年度 (総件数265)	平成29年度 (総件数360)	平成30年度 (総件数444)	令和元年度 (総件数359)
1	運輸・通信サービス 78	運輸・通信サービス 71	商品一般 86	商品一般 160	運輸・通信サービス 55
2	金融・保険サービス 29	土地・建物・設備 31	運輸・通信サービス 64	運輸・通信サービス 69	商品一般 52
3	商品一般 23	金融・保険サービス 23	金融・保険サービス 22	土地・建物・設備 26	金融・保険サービス 29
4	教養娯楽品 21	商品一般 17	他の役務 19	金融・保険サービス 25	保健・福祉サービス 27
5	他の相談 20	食料品、他の役務 16	食料品 17	食料品、他の役務 21	教養娯楽品 25

※独立行政法人国民生活センターの分類による

令和元年度 年代別、商品・サービス別相談件数（上位5位まで）

	29歳以下 (総件数19)	30代 (総件数30)	40代 (総件数66)	50代 (総件数73)	60代 (総件数67)	70歳以上 (総件数91)
1	被服品 他の役務 3	食料品 5	商品一般 7	商品一般 13	運輸・通信サービス 19	商品一般 22
2	車両・乗り物 運輸・通信サービス 保健・福祉サービス 2	運輸・通信サービス 4	役務一般 金融・保険サービス 運輸・通信サービス 6	金融・保険サービス 10	商品一般 8	運輸・通信サービス 14
3	商品一般 教養娯楽品 土地・建物・設備 レンタル・リース 役務一般 金融・保険サービス 内職・副業・ねずみ 講	被服品 教養娯楽品 レンタル・リース 保健・福祉サービス 3	被服品 5	運輸・通信サービス 9	食料品 工事・建築・加工 5	教養娯楽品 9
4	金融・保険サービス 内職・副業・ねずみ 講	教養・娯楽サービス 内職・副業・ねずみ 講 2	食料品 教養娯楽品 保健・福祉サービス 4	保健・福祉サービス 他の相談 6	保健・福祉サービス 他の役務 他の相談 4	金融・保険サービス 他の相談 8
5	1	土地・建物・設備 工事・建築・加工 金融・保険サービス 他の役務、住居品 1	住居品、保健衛生品 土地・建物・設備 教育サービス 教養・娯楽サービス 3	被服品 5	教養娯楽品 3	保健・福祉サービス 7

※独立行政法人国民生活センターの分類による

商品別分類の内容の説明

商品等別分類	主な事例
商品一般	商品関連であることが明確であるが、以下の食料品から他の商品までのいずれであるかを特定できない、又は特定する必要のないもの
食料品	飲食に供される商品。
住居品	主として家事に使用するものと住宅内に置いて使用するもので、趣味、教養、娯楽等の目的より、生活必需品としての要素が強い商品。例えば、食器、冷暖房機器、家具等。
教養娯楽品	主として教養、事務又は娯楽・趣味の目的で使用される商品。例えば、パソコン、電話機、音響・映像製品、スポーツ用品等。
光熱水品	電気、ガス等のエネルギーを含む光熱品、及び水道水等の水。供給元から各戸の親メーターまでの設備・器具を含む。
被服品	衣類とその付属品等、身に着けて使用するもの、及びそれらを作るための生地、糸等の服飾材料。
保健衛生品	人の身体を清潔にし、美化し、又は健康を保ち、疾病を治療するために使用される商品。
車両・乗り物	人又は物を運搬するために屋外で使用するもの。原動機を搭載しているものだけでなく、自転車、ペビーカー等のように人力で移動させるものを含む。
土地・建物・設備	宅地等の土地、住宅等の建物、住宅材料及び建築時に設置するのが一般的である相当大掛かりな住宅設備。
他の商品	商品のうち、上記の食料品から土地・建物・設備の各項目に該当しないもの。
クリーニング	クリーニング業者に被服品、じゅうたん、カーテン等のクリーニングを依頼する場合。
レンタル・リース・賃借	商品を賃貸借する場合（不動産の場合は使用貸借も含む。）。
工事・建築・加工	不動産の請負工事、動産の加工請負。例えば、新築工事、増改築工事、リフォームサービス、仕立てサービス等。
修理・補修	品物を修理・補修してもらう場合（自分で行った修理等は含まない。）。
管理・保管	品物の管理、保管をしてもらう場合。
役務一般	役務関連であることが明確であるが、以下の金融・保険サービスから他の行政サービスのいずれの役務であるかを特定できない、又は特定する必要のないもの。
金融・保険サービス	生命保険・損害保険等の保険、貯蓄・証券・債券、金融派生商品及び融資・振込・送金等の金融サービス。
運輸・通信サービス	旅客・貨物運送サービス及び電話、放送、インターネット等の通信サービス。
教育サービス	学校教育、補習教育、及びそれらの関連活動。
教養・娯楽サービス	教養、趣味、娯楽の目的で受ける役務。例えば、旅行、宿泊サービス等。
保健・福祉サービス	保健・衛生を保つために受ける役務、身体を美化するために受ける役務、及び福祉サービス。
他の役務	サービス業のうち、上記の金融・保険サービスから保健・福祉サービスの各項目に該当しないもの。例えば、外食、冠婚葬祭等。
内職・副業・ねずみ講	営利を目的とする販売・契約行為のうち、上記の商品一般から他の役務のいずれにも該当せず、かつ消費者問題の範ちゅうにあると考えられるもの。
他の行政サービス	消費者問題に直接関係のない事案で、相手方が行政機関である場合。
他の相談	“売り手対買い手”という図式を持たないもの。例えば、家庭管理、相隣関係、慣習・しきたり、相続等。

### (3) 年代別相談の特徴

消費生活センター開設当初より、高齢者（60歳以上）から寄せられる相談件数は多く、相談全体に占める割合は概ね30%台で推移していましたが、平成29年度から40%台に上昇し推移しており、高齢者の消費者被害の状況はますます深刻化しています。

高齢化の進行に伴い、高齢者の消費者被害に関する相談は増加しています。高齢者は「お金」「健康」「孤独」の三つの大きな不安を持つといわれており、その不安に付け込む特殊詐欺<sup>※15</sup>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いわれており、点検商法<sup>※16</sup>やSF商法（催眠商法）<sup>※17</sup>、次々販売<sup>※18</sup>等の被害に遭いやすい傾向があります。さらに、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。

一方、29歳以下からの相談件数の割合は、4%台から5%台を推移しており、相談件数も20件程度にとどまっています。しかし、今後成年年齢の引下げにより、未成年者取消権の保護の対象外となる若者が増加することに伴い、貸付やクレジットカードの契約等に関するトラブルの相談が増加すると予想されます。

また、パソコンやスマートフォンなどの普及とともにSNSの利用が増え、便利さの反面、消費者被害に遭うきっかけにもなっています。

## 第4節 下野市の取組

市では、平成18（2006）年10月に消費生活相談窓口を設置し、多重債務者の救済を目的とした相談事業を開始しました。その後、平成20（2008）年4月、消費生活センターを開設し、消費生活相談業務を中心に、消費生活情報の収集・提供、消費者被害防止啓発、消費者教育の普及等を行い、消費者行政の推進に努めてきました。

また、平成24（2012）年4月からは、消費者の自立を目標に策定した「下野市消費生活基本計画」に基づき、具体的な消費者施策に取り組んでいます。

---

※15 特殊詐欺…面識のない不特定の者に対し、電話その他の通信手段を用いて、預貯金口座への振込みや直接受け渡しなどの方法により、現金などを騙し取る詐欺

※16 点検商法…布団のクリーニングや家屋の点検等を口実に家へ上がり込んだ後に、「ダニ（シロアリ）の被害がある」などと不安をあおって商品やサービスを契約させる商法

※17 SF商法（催眠商法）…閉め切った会場で日用品などを無料で配り、雰囲気盛り上げて興奮状態にし、最終的に高額な商品売りつける商法

※18 次々販売…言葉巧みに近づいて、必要のない商品やサービスを次々と販売して過剰な量の契約をさせる被害。複数の業者が次々と販売するケースもある。

# 第3章 計画の方向性

## 第1節 基本目標

健康かつ安全で文化的な生活は、市民が等しく求めるものであり、その基盤となる消費生活の安定と向上は欠かすことができません。消費者が安全に安心して生活できるよう、消費生活情報の収集と提供、関係団体等との連携による被害の未然防止と拡大防止、食品の安全性を確保するための監視指導、適正な商品表示・計量を推進するための調査指導、法令遵守の指導を行う等、「消費者が安全に安心して暮らせる社会」を目指します。

また、安全・安心な暮らしの実現のためには、消費者被害を防止するための法規制の整備・強化とともに、消費者が知識の修得により合理的な意思決定ができ、被害の回避や被害に遭った場合に適切に対応できる力を身に付けるなど、社会の一員として積極的に関与する「自立した消費者」の育成を目指す消費者教育が重要となっています。関係機関等と連携を図り、自らの消費生活に関する行動が環境や社会に与える影響を考慮し、持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」の形成を目指します。

「すべての消費者が安全・安心に暮らせる社会」及び「消費者市民社会」の実現

## 第2節 基本方針

下野市消費生活条例（案）第3条において、基本理念を以下のように定めています。  
（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、次に掲げる消費者の権利が尊重され、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。

- （1） 商品等によって、生命、身体及び財産に危害を受けない権利
- （2） 商品等について、適正な取引環境の下で消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利
- （3） 消費生活において必要な情報及び教育の機会が提供される権利
- （4） 消費者の意見が消費者施策に反映される権利
- （5） 商品等によって不当に受けた被害から適切かつ迅速に救済される権利

2 消費者施策の推進に当たっては、高度情報通信社会及び国際化の進展並びに環境の保全に配慮しなければならない。

本計画では、第二次計画から引き続き、国の消費者基本法が理念に掲げる「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」及び、下野市消費生活条例（案）第3条に規定する5つの消費者の権利を基本とします。

第三次計画では、基本目標の達成に向けて施策を推進していくための基本方針を「消費者の自立支援」、「消費生活の安全・安心の確保」、「消費者被害の未然防止及び救済」と決めました。



### 第3節 施策体系

基本方針	重点項目	推進施策
1. 消費者の自立支援	(1) 消費者教育の推進	ア 消費者教育の機会の充実 イ 消費生活に関する情報提供の推進
	(2) 消費者団体等との連携の推進	ア 消費者団体等との連携強化及び情報共有
2. 消費生活の安全・安心の確保	(1) 身近な生活環境の安全・安心の確保	ア 安全な商品等の確保 イ 住まいと居住環境の安全性の確保
	(2) 環境保全の推進	ア 環境に配慮した消費行動の推進 イ 地域資源の活用
3. 消費者被害の未然防止及び救済	(1) 消費者被害の未然防止の推進	ア 不適正な取引行為への対応 イ 消費者被害に関する情報提供等の強化
		ア 消費生活相談体制の充実 イ 関係機関との連携強化
	(3) 高齢者等への消費生活に関する支援の強化	ア 高齢者等への消費生活情報の提供 イ 高齢者等への見守りの強化

# 第4章 施策の展開

## 基本方針1 消費者の自立支援

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

### 【関連するSDGsの目標】



### (1) 消費者教育の推進

「自立した消費者」を育成するため、学齢期の児童生徒から高齢者まで、各年齢層に応じた学習の機会を提供します。

また、悪質商法等による消費者トラブルや消費者事故情報等、消費生活に関する様々な情報を提供します。

### ア 消費者教育の機会の充実

#### ○学校における消費者教育

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

また、令和4（2022）年4月に施行される成年年齢の引下げを見据えた若者への消費者教育を関係機関・団体と連携して進めます。

#### ○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。

## ○職場における消費者教育

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

	取組内容	担当課等
①	消費生活出前講座の実施	安全安心課 (消費生活センター) 生涯学習文化課
②	消費者啓発講演会の開催	安全安心課 (消費生活センター)
③	小・中学校での消費生活出前講座の実施	安全安心課 (消費生活センター)
④	小・中学校における情報教育の充実	学校教育課
⑤	小・中学校における各教科等での消費者教育の実施	学校教育課
⑥	地産地消及び食育の推進	農政課 学校教育課 健康増進課
⑦	高等学校における消費者教育の推進	県くらし安全安心課 県教育委員会

## イ 消費生活に関する情報提供の推進

### ○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。

また、教育委員会及び小・中学校と連携して、教職員やP T Aに向けた消費生活情報の提供に取り組みます。

### ○持続可能な社会形成に関する周知・啓発

SDGs（持続可能な開発目標）やエシカル（倫理的）消費など、持続可能な社会形成に向けた理念や必要性、具体的行動事例などについて、周知・啓発を行います。

	取組内容	担当課等
①	広報紙等による消費生活情報の提供	安全安心課 (消費生活センター)
②	消費生活に関するチラシやリーフレット等の作成・配付	安全安心課 (消費生活センター)
③	消費生活に関する教材等の提供による学習活動の支援	安全安心課 (消費生活センター)

④	消費者まつりでの消費生活知識の普及	安全安心課 (消費生活センター)
⑤	教職員、PTAへの消費生活情報の提供	学校教育課 安全安心課 (消費生活センター)

## (2) 消費者団体等との連携の推進

地域で活動する消費者団体等が行う自主的な学習活動に対し、講師の派遣や資料の提供等の支援をします。

また、消費者団体・関係機関・事業者との連携による啓発活動に取り組みます。

### ア 消費者団体等との連携強化及び情報共有

#### ○消費者団体との連携

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

これら消費者団体と連携し、各種啓発活動等の効果的な取組を進めます。

#### ○自主的な活動への支援

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

#### ○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、施策に消費者の意見を反映するよう取組を進めます。

	取組内容	担当課等
①	地域で活動する消費者団体等との連携による啓発活動の実施	安全安心課 (消費生活センター)
②	地域で活動する消費者団体等による自主的な学習活動の支援	安全安心課 (消費生活センター)

## 基本方針2 消費生活の安全・安心の確保

近年の規制緩和や高度情報化の進展、消費経済活動のグローバル化により、消費者の選択肢が広がり、消費生活が豊かになる一方、悪質リフォーム問題、製品事故の発生等複雑かつ多様な消費者問題が発生しています。

消費者の生命・身体に対する危害や財産に対する損害を及ぼすおそれがある商品やサービスによる消費者被害の防止、事業活動の適正化等を推進します。

### 【関連するSDGsの目標】



### (1) 身近な生活環境の安全・安心の確保

安全・安心で快適な生活が確保されることは、私たち消費者にとって必要不可欠であり重要なことです。生命、身体及び財産の安全・安心を確保するためには、安全な商品やサービスが事業者から供給されなければならず、そのための監視・指導が欠かせません。

また、消費者がより良い商品やサービスを適切に選択し購入できるよう、必要な知識の取得や情報の収集に関する支援も求められます。

#### ア 安全な商品等の確保

##### ○商品等の安全性の確保

商品やサービスなどに関し、消費者事故等に関する情報の収集や提供により安全・安心を確保し、危害等の防止を推進します。

また、消費生活用製品安全法<sup>※19</sup>に基づく立入検査等を行います。

##### ○食品等の安全性の確保

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

※19 消費生活用製品安全法…消費生活用製品による消費者の生命・身体に関する危害の発生防止を図るため、特定製品の製造・販売を規制するとともに、特定保守製品の適切な保守を促進し、併せて製品事故に関する情報の収集・提供等の制度を設けて消費者の利益を保護することを目的とした法律

## ○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<sup>※20</sup>、消費生活用製品安全法及び電気用品安全法<sup>※21</sup>に基づき立入検査等を行います。

## ○包装の適正化

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

## ○計量の適正化

取引や証明に使用される計量器の使用者は、計量法<sup>※22</sup>に基づき2年に1度の検査を受ける義務があります。内容量を表示して販売している商品は、店舗と品目を抽出し、表示された内容どおりであるか、量目検査を実施します。

また、消費者の計量意識の向上と、生産者・販売者の適正な計量の実施を確保するため、啓発活動等を行います。

## ○事業者等に対する消費生活に係る取組の周知

事業者及び事業者団体に対し、下野市消費生活条例（案）に定められた責務と役割の周知を図り、市民が安全で安心できる消費生活の確保に向けた措置を講じるよう求め、消費生活条例（案）に則した取組を促進します。

## ○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。

## ○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。

---

※20 家庭用品品質表示法…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、消費者の利益を保護することを目的とした法律

※21 電気用品安全法…電気用品の製造・販売等を規制して、電気用品の安全性の確保するもので、民間事業者の自主的な活動を促進することにより、電気用品による危険・障害の発生の防止を目的とした法律

※22 計量法…計量の基準を定め、適正な計量の実施を確保することで、製造品質の向上や適正取引の推進等を図り、これにより経済の発展と文化レベルの向上を目的とした法律

	取組内容	担当課等
①	家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法及び電気用品安全法に基づく販売事業者への立入検査の実施	安全安心課 商工観光課
②	消費生活に係る商品テストの相談案内	安全安心課 (消費生活センター)
③	消費者に対する食品表示制度の普及啓発	県くらし安全安心課 県生活衛生課 安全安心課
④	食品表示に関する監視指導の実施と関係機関との連携	県くらし安全安心課 県生活衛生課 (県南健康福祉センター)
⑤	事業者等に対する食品衛生監視指導の実施	県生活衛生課 (県南健康福祉センター)

## イ 住まいと居住環境の安全性の確保

### ○建築物の耐震化の促進

地震時における建築物の安全に対する意識の向上を図り、災害に強い安全なまちづくりを推進するため、耐震化に関する相談を実施し、補助制度等の情報提供を行うとともに、補助制度の運用や普及啓発活動を行います。

### ○ハザードマップによる情報提供の推進

土砂災害の恐れがある箇所や洪水による浸水想定区域、降雨による住宅浸水被害等の想定区域を記載したハザードマップについて、市ホームページ等を通じた情報提供を行い、避難場所や避難行動の周知を図ります。

	取組内容	担当課等
①	建築物耐震改修促進計画の推進	都市計画課
②	木造住宅の耐震対策の促進	都市計画課
③	建築物の地震に対する安全性の向上に関する知識の普及	都市計画課
④	ハザードマップによる情報提供の推進	安全安心課

## (2) 環境保全の推進

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

市民の高い環境意識の醸成と持続可能な低炭素社会の実現に向け、長期的な視点に立ち、「下野市環境基本計画」に基づき、地球環境の保全や環境負荷の低減などに向けた取組を進めます。

### ア 環境に配慮した消費行動の推進

#### ○環境に配慮した消費者の育成と事業活動の推進

消費生活を環境の視点から考えるため、様々な学習の機会を提供し、3R<sup>※23</sup>や、省エネ型の製品やサービス、ライフスタイル等地球温暖化対策に資する「賢い選択」(COOL CHOICE<sup>※24</sup>)を進めます。

#### ○食品ロス削減に係る普及啓発

本来食べられるにも関わらず廃棄される食品(食品ロス)の削減に向け、適正量の購入、食材の使い切りなど消費者に対する普及啓発を推進します。

	取組内容	担当課等
①	環境に配慮した消費行動のための知識の普及	環境課
②	ごみ減量・リサイクルの推進	環境課

### イ 地域資源の活用

#### ○地産地消等による循環型地域社会づくり

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

	取組内容	担当課等
①	地産地消及び食育の推進 【再掲：1. -(1)-ア消費者教育の機会の充実】	農政課 学校教育課 健康増進課

※23 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。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

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



## 基本方針3 消費者被害の未然防止及び救済

消費者を取り巻く社会情勢の変化による商品やサービス、取引形態等の多様化・複雑化に伴い、消費者と事業者の間は情報量や交渉力の格差が存在しており、消費者トラブルの内容も多様化・複雑化しています。

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

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

### 【関連するSDGsの目標】



### (1) 消費者被害の未然防止の推進

消費生活相談の内容は、年々、多様化・複雑化し、商品の品質・機能に関するものから、取引形態に関するものへと変化してきています。不適正な取引行為による消費者被害を未然に防ぐために、国や栃木県、関係機関との連携を強化していきます。

また、消費者被害や製品事故等を未然に防止するためには、消費者に対して、被害や事故等に関する情報を提供することが有効です。若年層や高齢者、障がいのある方など、消費者の特性に応じたわかりやすい内容と適切な方法による情報提供に取り組みます。

### ア 不適正な取引行為への対応

#### ○多様な主体による情報の共有

悪質商法による消費者被害の未然防止策として、不適正な取引行為を行う事業者に対する指導等を強化するために、国や栃木県と連携し、事業者や被害内容についての情報の共有を図ります。

#### ○特殊詐欺被害の未然防止の推進

特殊詐欺被害の未然防止や拡大・再発防止のため、警察や事業所・消費者団体などと連携を図り、啓発の充実・強化を図ります。

また、詐欺電話を防止する特殊詐欺撃退機器の購入費助成<sup>※25</sup>を行います。

※25 特殊詐欺撃退機器の購入費助成・・・特殊詐欺対策電話機等を購入した 65 歳以上の世帯を対象に購入費の4分の3以内（上限額 10,000 円）を補助

## ○多様な主体との連携の推進

悪質な勧誘や誇大広告などの法令違反が疑われる場合には、栃木県、栃木県警察、栃木県弁護士会、栃木県司法書士会等と連携し、被害の連鎖を止めるよう努めます。

	取組内容	担当課等
①	事業者に対する指導、勧告及び事業者名等の公表	県くらし安全安心課
②	不適正な取引行為について事業者への周知徹底	県くらし安全安心課
③	特殊詐欺撃退機器の購入費助成	安全安心課

## イ 消費者被害に関する情報提供等の強化

### ○消費者被害に関する情報の発信

消費者被害の拡大を防止するため、ホームページ、メール配信等を活用し、商品・サービスの契約等に関する被害情報や、製品事故等に関する情報を、広く消費者に発信します。

### ○消費者被害に関する情報提供と広報周知

若年者や高齢者、障がいのある方に対しては、消費者それぞれの特性に応じた方法により情報を提供する必要があるため、地域で活動する団体への消費生活出前講座や福祉関係者等への情報提供などを行います。

このほか、消費生活センターを中心に、消費者団体や関係機関、事業者との連携による啓発活動を行うなど、広報周知に努めます。

	取組内容	担当課等
①	ホームページ、メール配信等による消費者被害情報発信の充実	総合政策課 安全安心課 (消費生活センター)
②	消費生活出前講座の実施 【再掲：1. -(1)-ア消費者教育の機会の充実】	安全安心課 (消費生活センター) 生涯学習文化課
③	福祉関係者等への消費者被害情報の提供	社会福祉課 安全安心課 (消費生活センター)
④	地域で活動する消費者団体等との連携による啓発活動の実施 【再掲：1. -(2)-ア 消費者団体等との連携強化及び情報共有】	安全安心課 (消費生活センター)

## (2) 消費者被害救済体制の強化

多様化・複雑化かつ高度化する消費者被害やトラブルの救済に向け、適切かつ迅速に対応するために、消費生活相談体制の強化、充実を図ります。

また、「被害に遭ってしまったが身近に相談できる人がいない」「トラブルの対処法に

ついて、どこに相談したらよいかわからない」という理由により被害が潜在化してしまうことがないよう、消費生活における苦情や消費者被害・トラブルについての相談窓口である、消費生活センターの広報周知に努めます。

さらに、栃木県をはじめとする関係機関と協力して、消費者被害救済体制をより一層強化していきます。

## ア 消費生活相談体制の充実

### ○消費生活相談の実施

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

### ○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。

### ○専門的知識を有する者等による相談の実施

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

	取組内容	担当課等
①	消費生活相談員の助言・あっせん等による消費者トラブルの解決	安全安心課 (消費生活センター)
②	消費生活相談員の研修参加支援による相談力向上の促進	安全安心課 (消費生活センター)
③	消費生活相談窓口の周知、利用の促進	安全安心課 (消費生活センター)
④	一般相談・総合相談・児童母子相談の実施	社会福祉協議会
⑤	弁護士による無料法律相談の実施	社会福祉協議会 (社会福祉課)
⑥	司法書士による無料法律相談の実施	栃木県司法書士会
⑦	多重債務者相談の強化	県くらし安全安心課 (県消費生活センター) 安全安心課 (消費生活センター)
⑧	土曜日における消費生活電話相談の実施	県くらし安全安心課 (県消費生活センター)

## イ 関係機関との連携強化

### ○関係機関、団体等との連携の強化

被害拡大が想定される場合には、速やかに関係機関、団体等と連携し、対処法を検討します。消費者被害の拡大を防止するため、ホームページ、メール配信等を活用し、商品・サービスの契約等に関する被害情報や、製品事故等に関する情報を、広く消費者に発信します。

### ○関係機関、団体等との情報の共有等

消費生活センターで受けた相談や国・県等からの情報を速やかに収集し、関係機関、団体等と情報を共有しながら、消費者被害の拡大防止に努めます。

	取組内容	担当課等
①	関係機関、団体等との連携強化と情報の共有	安全安心課 (消費生活センター)

## (3) 高齢者等への消費生活に関する支援の強化

急速に高齢化が進む中で、高齢者等を狙った悪質な訪問販売や詐欺的な投資勧誘、架空請求などによる消費者被害が増加し、被害者数・被害額とも深刻な状況となっています。特に、高齢者のみの世帯やひとり暮らしの高齢者等がターゲットになりやすく、日頃から消費者被害に遭わないよう注意を喚起し、未然防止に取り組む必要があります。

また、高齢者をはじめ、認知症や心身の障がいによって理解力・判断力が低下している方の中には、自分が被害に遭っているということ自体に気付かないという方も見られます。このため、消費者被害を早期に発見し速やかに対応するために、家族はもちろん、福祉関係者や自治会の方々など、地域が一体となって見守りと救済支援に取り組むことが重要です。

## ア 高齢者等への消費生活情報の提供

### ○高齢者等の消費者被害の防止

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

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

### ○高齢者等に配慮した情報提供

高齢者や障がい者でも支障なく消費生活に関する情報を入手することができるよう、アクセシビリティに配慮したホームページの作成や、団体等と連携しながら声の広報などを通し、情報のバリアフリー化を推進します。

	取組内容	担当課等
①	福祉関係機関、団体等との連携による高齢者・障がいのある方への消費生活情報の提供	安全安心課 (消費生活センター)
②	高齢者ふれあいサロン事業等での消費生活情報提供の推進	高齢福祉課 社会福祉協議会 安全安心課 (消費生活センター)

## イ 高齢者等への見守りの強化

### ○高齢者等への見守り体制の充実

高齢者等が消費者被害やトラブルに遭わないよう、また、被害に遭った場合は早期に対応できるよう、福祉関係者や自治会等地域住民、高齢者見守り賛同事業者等から構成される「高齢者見守りネットワーク<sup>※26</sup>」との連携を密にし、地域が一体となった見守り活動を強化していきます。

### ○成年後見制度の利用支援の推進

成年後見制度<sup>※27</sup>の利用により、判断能力が十分ではない高齢者や障がい者等の消費者被害の未然防止及び救済を図るとともに、制度利用を促進するための取組を実施します。

	取組内容	担当課等
①	地域包括支援センター <sup>※28</sup> 、障がい児者相談支援センター等との連携による相談対応の推進	高齢福祉課 社会福祉課 安全安心課 (消費生活センター)
②	高齢者見守りネットワークとの連携による消費者被害に対する見守り体制の充実	高齢福祉課 安全安心課 (消費生活センター)

※26 高齢者見守りネットワーク…地域社会の中で様々な活動をしている個人や団体・事業者が連携し、さりげない見守り・声かけをすることにより、高齢者の方々の見守り活動を行うネットワークのこと

※27 成年後見制度…認知症、知的障がい、精神障がいなどの理由により判断能力が十分でない方を保護し、支援する制度。家庭裁判所が選任した成年後見人は、不動産や預貯金などの財産の管理、介護サービスに関する契約の締結、遺産分割の協議などを行う。

※28 地域包括支援センター…高齢者が住み慣れた地域で自分らしく暮らし続けることができるよう、①総合相談支援②権利擁護③包括的・継続的ケアマネジメント支援④介護予防ケアマネジメントを担い、地域で高齢者を支える中核機関として各市町に設置されている。保健師、主任介護支援専門員及び社会福祉士等が配置され、お互いに連携をとりながら総合的な支援を行う。

# ★重点的に取り組む施策

次の2つの施策を重点的に取り組むべき施策として設定し、各種取組を推進します。

## 1. 高齢者・障がい者等の見守りの強化

今後一層の高齢化の進行が見込まれる中、消費者庁は「地方消費者行政強化作戦2020<sup>※29</sup>」において「高齢者等の消費者被害防止のための見守り活動の充実」を政策目標の1つに掲げています。

消費者被害に遭いやすい高齢者や障がい者等に対し、関係者・団体等による見守りがますます重要となり、特に、認知症の高齢者や障がい者等に関する相談は、本人以外から寄せられる場合が多いことから、見守り体制の一層の充実を図ります。

### 【取組例】

- 高齢者等の消費者被害に関する情報発信
- 福祉関係者や自治会等地域住民、高齢者見守りネットワーク等との連携により、見守りを必要とする高齢者等の消費者被害の早期発見と相談対応の実施
- 見守りに携わる関係者、関係機関等への積極的な情報提供による消費者被害の未然防止

## 2. 若年者の消費者教育の強化

インターネットの普及、キャッシュレス化の進展、グローバル化の進展等に伴い、消費行動の変化が著しくなっています。

また、令和4（2022）年4月から成年年齢が18歳に引き下げられます。

そのため、若いうちから、消費者の行動が社会に影響を及ぼすことを理解し、自主的かつ合理的な選択ができる自立した消費者を育成するため、学校等の関係機関との連携による若年者への消費者教育の強化を図ります。

### 【取組例】

- 若年者の消費者被害に関する情報発信
- 小・中学校、高等学校等における消費者教育の実施
- 学校等の関係機関との連携による若年者への消費者教育の充実

※29 地方消費者行政強化作戦2020…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消費者庁が令和2（2020）年4月に策定

# 第5章 計画の推進

## 第1節 計画の推進体制

### (1) 計画の推進に当たって

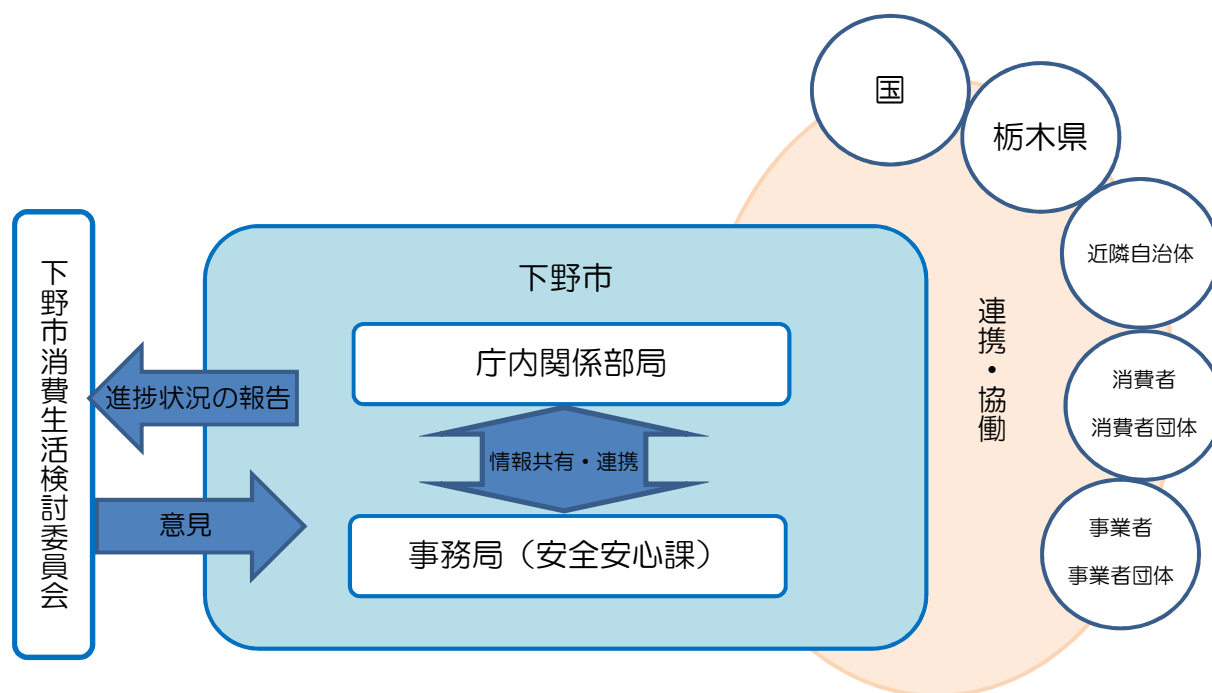
計画の推進に当たっては、下野市消費生活検討委員会を開催し、消費者、事業者及び学識経験者等の立場から、市の消費者施策に対して意見をいただくとともに、消費者行政に関わる庁内関係部局等が緊密に連携し、必要に応じて連絡会議を開催するなど情報の共有化を図り、総合的かつ効果的に個別の施策・事業を推進していきます。

### (2) 多様な主体との連携・協働

自治会や地域で活動する各種団体、福祉関係者等との連携を図りながら、地域における見守りを強化していきます。

また、各種事業の共催や協働による啓発活動など、消費者、消費者団体、事業者等と連携を図りながら、安全・安心な消費生活の実現に向けた取組を効果的に実践していきます。

さらに、消費者庁をはじめ、国、栃木県、栃木県警察、栃木県弁護士会、栃木県司法書士会、近隣自治体との緊密な連携のもと消費者行政を推進します。



## 第2節 計画の進行管理と評価

### (1) 計画の進行管理

日々変化する消費生活の課題に的確に対応していくため、計画の進行管理に当たっては、各施策の進捗状況の確認をもって管理することとし、毎年度、各施策の状況について庁内で評価・検証を行います。その結果については下野市消費生活検討委員会へ報告し、意見聴取するとともに、検証の結果、必要に応じて施策・事業の見直しを行います。

### (2) 目標値の設定

「すべての消費者が安全・安心に暮らせる社会」及び「消費者市民社会」の実現を目標に、上位計画である「第二次下野市総合計画後期基本計画」において次の目標値を設定しています。

#### 「第二次下野市総合計画後期基本計画」

目標3 豊かな自然と人に優しい環境が共生した安全・安心なまちづくり

基本施策 3-2 安全・安心な生活環境づくり

#### 【これまでの取組】

消費者行政については、消費者向けの商品やサービスも様々になり、生活はより豊かに、便利になっている反面、消費者問題は多様化してきており、消費生活相談内容の複雑化や件数の増加が続いています。

#### 【課題】

消費者行政については、犯罪が巧妙化しており、架空請求・悪質商法等の相談件数が近年急激に増加していることから、相談体制の強化、消費者被害防止への取組が課題となっています。

#### 【基本方針・指標】

消費者行政については、自立した消費者を育成するため、児童生徒から高齢者まで学習の機会を提供するほか、消費生活相談員の研修受講促進により、トラブル相談窓口となる消費生活センターの体制強化・充実を図ります。また、特殊詐欺撃退器の普及を促進し、被害防止を図ります。

指標	指標の説明	現状値 (R2)	目標値 (R7)
消費生活に伴う相談及び問い合わせ件数	相談及び問い合わせ件数	359 件 (R1)	385 件



【主な事業内容】

施策 3-2-3 消費者行政の推進

- 消費生活センター機能の充実
- 消費者団体等との連携
- 消費生活基本計画の推進

【市民満足度】

指 標	過去（H26）	現状値（R1）	目標値（R7）
消費者保護の取組	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆

【協働のまちづくりのための取組】

消費者団体や自治会長、民生委員や福祉関係者等との連携による消費者情報の発信など啓発を図り、消費者被害の未然防止及び早期発見に取り組みます。

■PDCAサイクルと評価・見直しの方法

