

第2次 小山市消費生活基本計画

令和3年度～令和7年度

概要版

令和3年3月
小山市



1. 計画策定の背景・目的

我が国では、高齢化のさらなる進行や、令和4（2022）年4月からの民法上の成年年齢引下げに伴い、被害に遭いやすい消費者が増加していくと見込まれます。また、社会において近年一層進展しているデジタル化やグローバル化に伴い、消費生活のあり方も大きく変化しており、これまでとは異なる消費者トラブルも発生しています。さらに、度重なる自然災害や、国内外で広がりを見せる新型コロナウイルス感染症のような感染症の拡大時など、緊急時には、契約時の焦りや不確かな情報等により、一時的に消費者のぜい弱性が増加するおそれがあります。一方、消費者の役割として、不利益を被らないようにするだけでなく、自身の消費行動が周囲や環境、経済や社会全体に与える影響を考慮することが求められています。

第2次小山市消費生活基本計画（以下、「本計画」という。）は、上記のような背景を踏まえ、第1次計画（以下、「前回計画」という。）の次期計画として、社会情勢の変化に対応させることで、市民の消費者としての権利の尊重と自立の支援を通し、市民が安全で安心できる消費生活を確保できるよう施策を推進するために策定するものです。

2. 計画の位置付けと期間

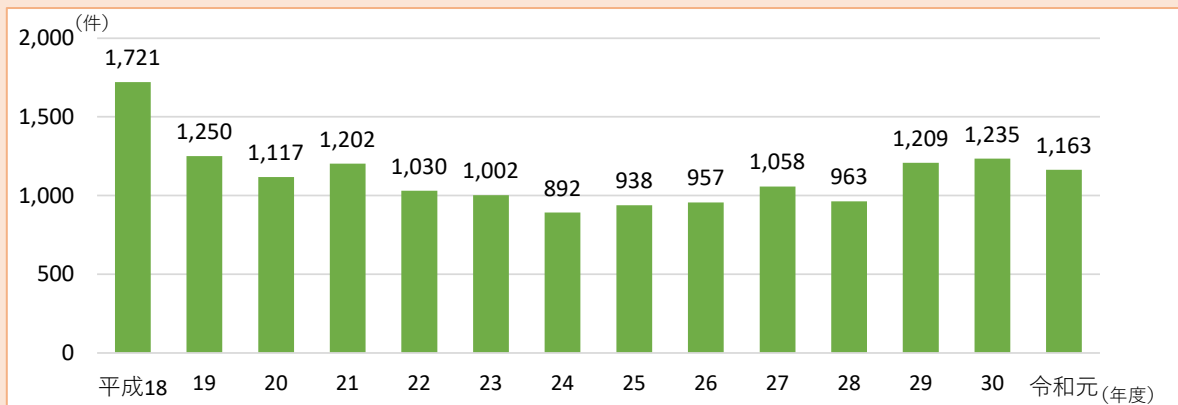
本計画は、小山市消費生活条例第10条に基づき、消費者施策に関する基本的な計画として位置付けます。また、市の最上位計画である「小山市総合計画」の推進分野別計画の性格を有するとともに、市が策定した他の個別計画等との連携を図るものです。

計画の期間は、小山市総合計画の基本計画期間と同じく、令和3（2021）～令和7（2025）年度の5年間です。なお、今後の社会情勢の変化に応じ、適宜、計画の見直しを行います。

3. 小山市の消費者を取り巻く環境

（1）消費生活相談件数の推移

小山市消費生活センターへの消費生活相談（苦情・問合せ）件数は、1,721件だった平成18（2006）年度以降は減少し、平成24（2012）年度には1,000件を割って892件となりましたが、その後徐々に増加しており、平成29（2017）年度以降は1,200件前後で推移している状況です。

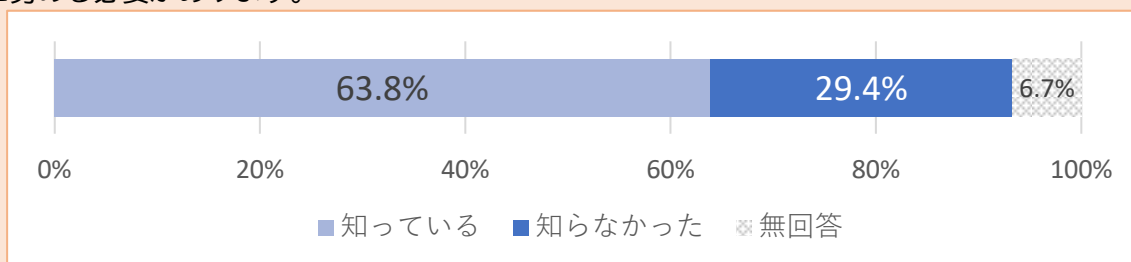


(2) 市民への調査の結果から見える現状

本計画の策定にあたり、令和元（2019）年8月～9月に、市民2,000人に対して消費生活実態調査を実施しました（有効回答608件）。以下、その結果の概要を抜粋して示します。

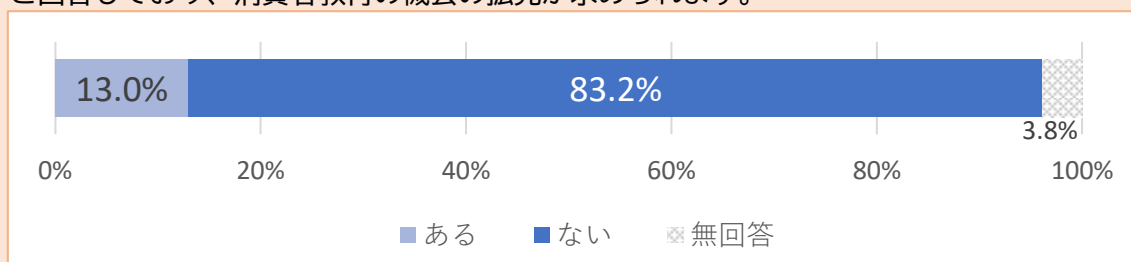
● 小山市消費生活センターの認知度

小山市消費生活センターについて、「知っている」との回答は6割台にとどまっており、今後も周知に努める必要があります。



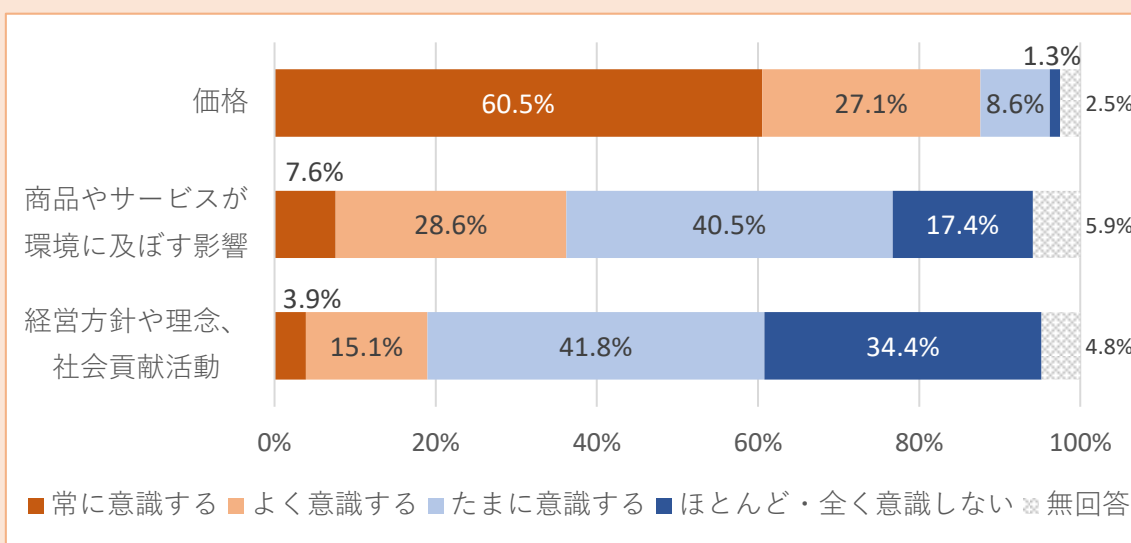
● 消費者教育を受けた経験の有無

消費者教育を受けた経験があるかについては、全体で「ある」が13.0%と少なく、8割以上が「ない」と回答しており、消費者教育の機会の拡充が求められます。



● 商品やサービスを選ぶときに意識していること

商品やサービスを選ぶときに何をどの程度意識するかについて、「常に意識する」との回答は「価格」で60.5%となっている一方、「商品やサービスが環境に及ぼす影響」、「経営方針や理念、社会貢献活動」については低く、啓発活動等が引き続き重要と考えられます。



4. 計画の方向性

(1) 基本目標

小山市消費生活条例において、本市における消費者施策の推進の目的を「市民の消費生活の安定と向上」と定めており、本計画の基本目標もその目的に準ずるものとします。

基本目標

「市民の消費生活の安定と向上」

(2) 基本方針

消費者被害を未然に防止するためには、消費者が自らの利益の擁護と増進のために自主的に行動できる“自立した消費者”として、消費者を取り巻く社会環境の変化に対応できる力を身につけることが必要となります。

また、環境の変化から生じる様々な問題に直面する中で、消費者自らが必要な情報を得て合理的な選択をしていくためには、成長段階や生活形態に応じた適切な情報を生涯にわたって得られることが重要です。

そのため、各種施策を推進するにあたっては、国、県、消費生活センター、消費者団体、学校、事業者等が連携し、それぞれの役割の下に協働して、消費者教育の推進、情報の提供を行い、消費者被害の未然防止に努めていく必要があります。

これらを踏まえて、第2次小山市消費生活基本計画では、市民の消費者行政に対する期待に応え、基本目標である「市民の消費生活の安定と向上」を達成するため、基本方針を以下のとおり定めます。

● ● ● 基本方針 ● ● ●

- 1 消費者教育・啓発の強化
- 2 消費者被害の未然防止と救済体制の強化
- 3 消費者の安全確保の強化
- 4 消費者意見の反映と連携の強化
- 5 社会への影響に配慮した消費生活推進の強化

※本計画においては、消費者教育の重要性が一層高まっていること、また消費者被害の防止と救援の取組も一層の推進が必要であることから、基本方針1「消費者教育・啓発の強化」、基本方針2「消費者被害の未然防止と救済体制の強化」の2つを重点施策として設定します。

5. 施策の展開

基本方針 1 消費者教育・啓発の強化

消費者のライフステージに応じて、社会情勢の変化を踏まえた消費者問題に関する啓発や学習機会の提供に努めていくとともに、その強化を図ります。

●●● 1-1 消費者啓発の推進

施策 1-1-1	消費生活情報の充実	市民が消費生活を送る上での適切な判断・行動選択を支援するため、消費生活情報の提供や意識啓発に取り組みます。
-------------	-----------	---

●●● 1-2 消費者教育の推進

施策 1-2-1	学校における消費者教育の推進	消費生活上の適切な判断・行動選択ができる実践的能力を養うため、学校等との連携により児童生徒への消費者教育を推進します。
施策 1-2-2	地域における消費者教育の推進	地域の場での講座やイベントの実施を通して、市民に対して幅広く消費者教育の機会を提供します。
施策 1-2-3	ライフステージに応じた生涯にわたる学習機会の提供	高齢者や子育て中の保護者などに対して、ライフステージに応じた学習機会を提供し、生涯にわたる消費者教育を推進します。

基本方針 2 消費者被害の未然防止と救済体制の強化

情報提供の充実や、消費生活相談員の資質向上等の取組を進め、消費者被害の未然防止と救済体制の強化に努めていきます。

●●● 2-1 消費者被害の未然防止の推進

施策 2-1-1	消費者被害に関する情報提供の充実	消費者被害の未然防止を図るため、資料やパンフレットの配布等により、消費者被害に関する情報提供を実施していきます。
施策 2-1-2	消費生活相談等による消費者被害の未然防止	被害に遭いやすい消費者等に対し、相談体制等の支援制度の周知やその利用支援に努め、消費者被害の未然防止を図ります。
施策 2-1-3	悪質な事業者に対する取組	悪質な事業者に対する調査や指導等の取組を通して、消費者被害の未然防止の推進を図ります。
施策 2-1-4	個人情報保護施策の推進	消費者が情報発信を行う場面において個人情報保護を図れるよう、教育を通じた意識啓発等に取り組みます。

●●● 2-2 消費者被害救済体制の強化

施策 2-2-1	消費生活相談等による消費者被害救済	消費生活に関する相談体制の整備とともに、相談体制の周知や、相談員の資質向上を通して、消費者被害救済を推進します。
施策 2-2-2	高齢者・障がい者・若年者等への支援	被害に遭いやすい消費者等への支援を推進するため、相談体制の整備や、各機関が受けた相談内容の共有等を行います。
施策 2-2-3	関連機関との連携強化	消費者被害救済体制の強化に向けて、情報共有や相談対応等における関係機関との連携の強化を図ります。

基本方針3 消費者の安全確保の強化

国や県、関連機関等と連携し、市民の関心に応じた情報提供や周知・啓発、事業所への指導などの多角的な取組を通し、消費者の安全確保の強化に努めます。

3-1 身近な生活環境の安全性の確保

施策 3-1-1	家庭用品の表示義務の徹底	日常的に使用する衣料品等の家庭用品について、品質等に関する適正な表示が徹底されているかの確認・指導などを通し、消費者の利益の保護や身近な生活環境の安全性の確保を図ります。
施策 3-1-2	食の安全性への配慮	「地産地消」の推進に向けた各種の取組等を通して、身近な食の安全性への配慮を推進します。
施策 3-1-3	住まいと居住環境の安全性の確保	住まいと居住環境の安全性の確保に向けた支援及び普及・啓発を行い、身近な生活環境の安全性の確保を図ります。
施策 3-1-4	商品・サービス（食・住まい以外）の安全性の確保	関係機関等との連携を通して、商品・サービスに関する危害情報や危険情報の収集・提供を行い、食・住まい以外の商品・サービスの安全性の確保に努めます。

3-2 事業活動の適正化

施策 3-2-1	消費者取引の適正化	消費者が事業者との間での不当な取引行為により不利益を被らないように、消費者取引の適正化に努めます。
施策 3-2-2	表示・計量等の適正化	消費者が的確に商品・サービスを選択・利用できるように、表示や広告、包装、計量の適正化を推進します。

基本方針4 消費者意見の反映と連携の強化

関連団体等と連携した上で、各種の場を活用した消費者意見の収集とその反映に努めます。

4-1 消費者意見の反映

施策 4-1-1	様々な機会を活用した消費者意見の収集	消費者教育の場などを活用し、消費者施策に反映させるための消費者意見の収集・把握に努めます。
施策 4-1-2	迅速かつ適切な消費者意見の反映	各種の機会を通じて収集・把握した消費者意見は、重要度や緊急度を考慮した上で、可能な限り迅速かつ適切に、施策内容に反映させるよう努めます。

4-2 関連団体との連携強化

施策 4-2-1	消費者団体等との連携強化	市内の消費者団体等との交流や、活動の共同実施を通し、情報共有を進め、連携強化を図ります。
施策 4-2-2	事業者団体等との連携強化	消費生活センターや警察等、関連する機関に対して、市民から提供された情報の迅速な提供など連携を強化します。



基本方針 5

社会への影響に配慮した消費生活推進の強化

消費生活と密接に関係する多様な社会問題に対する意識を高め、市、事業者、消費者等がそれぞれの役割のもと協働し、社会への影響に配慮した消費生活推進の強化に努めていきます。

●●● 5-1 環境に配慮した消費生活の推進

施策 5-1-1	環境問題に関する啓発 及び情報提供	各種のイベントや講座の実施などを通して、環境問題に関する市民の意識啓発及び情報提供等を行い、環境に配慮した消費生活を推進します。
-------------	----------------------	--

●●● 5-2 社会への多様な影響に配慮した消費生活の推進

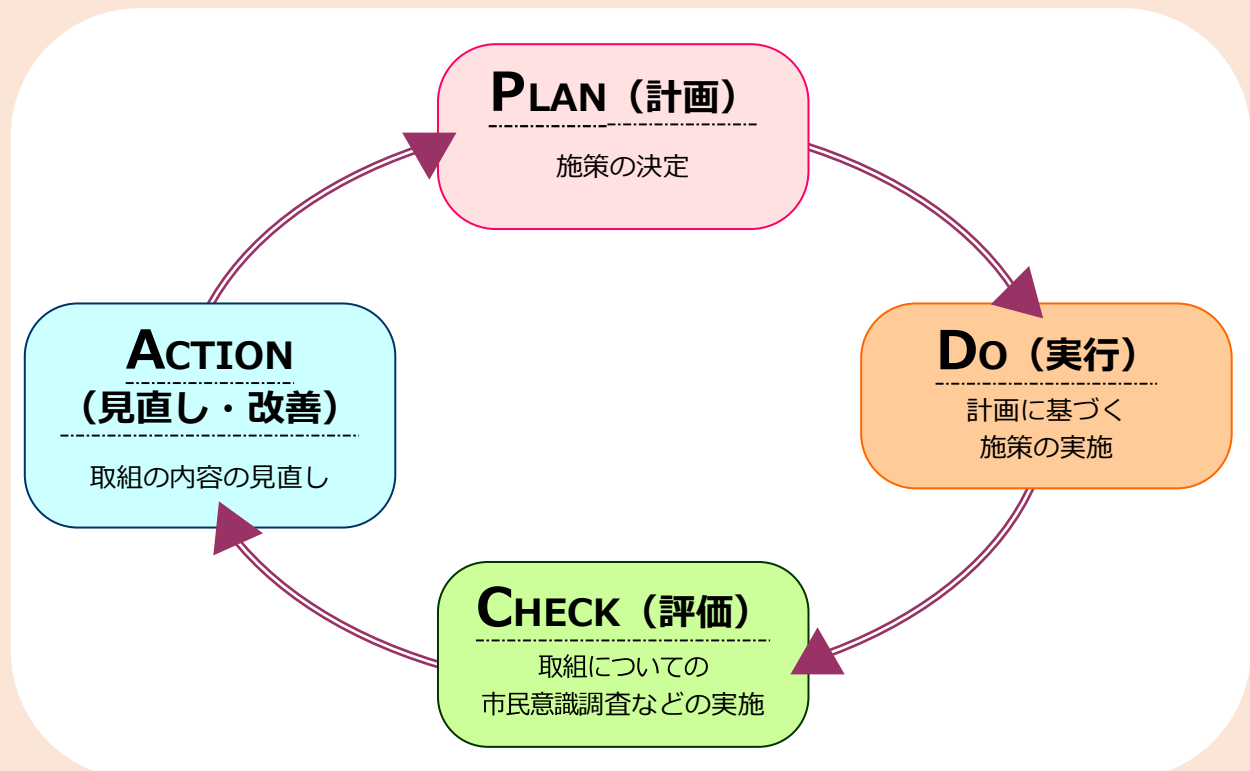
施策 5-2-1	消費行動を通じた社会への 影響に対する理解の促進	消費行動が社会に与える影響等について理解を促進することで、そうした影響に配慮した消費生活の推進を図ります。
-------------	-----------------------------	---

6. 計画の検証・評価

本計画を適切かつ着実に推進していくため、施策の取組について、各年度で検証・評価を行い、さらなる推進に反映させ、PDCA サイクルを回していくことが重要となります（下図参照）。

そのため、毎年度、本計画に関連する施策について、小山市消費生活審議会に報告するとともに、同審議会からの意見を尊重し、施策の見直しに活用します。

また、市民意識調査などで、施策の取組状況の検証・評価を行い、計画全体の着実な推進を図ります。



7. 成果指標

指標の考え方	現状値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
消費者教育（消費者として正しい知識や判断力を身につけるための啓発）を受けたことが「ある」と回答した人の割合	13.0%	20.0%
消費者問題（悪質商法、製品事故、食品などの偽装表示）への関心について「ある」と回答した人の割合	72.9%	80.0%
消費生活センターがどんな仕事をするとところかを「知っている」と回答した人の割合	19.3%	40.0%
『消費者ホットライン 188 番』について「知っている」と回答した人の割合	23.5%	30.0%
クーリング・オフ制度について「内容を知っている」と回答した人の割合	47.5%	70.0%
商品やサービスを選ぶときに、商品やサービスが環境に及ぼす影響を「常に意識する」「よく意識する」と回答した人の割合	36.2%	45.0%
消費者行政に対して「満足している」「どちらかといえば満足」と回答した人の割合	19.8%	30.0%

小山市消費生活センターにご相談下さい。

消費生活相談	商品やサービスなど消費生活全般に関する苦情や問い合わせ、クーリング・オフのやり方などに関する相談を、専門の相談員が受けています。
消費生活出前講座	公民館活動、各種団体活動、サークル活動のとき、消費生活の勉強をしてみませんか。要望があれば相談員が出向き、お話をさせていただきます。
情報提供	消費生活に関する情報の提供をいたします。暮らしに役立つ情報やパンフレットをご用意していますので、お気軽に消費生活センターをお訪ねください。

お問合せ

〒323-0827 栃木県小山市神鳥谷 931 番地 3 (2 階)

電話：0285-22-3711

相談受付時間：9 時～15 時（休所日：水曜・土曜・日曜・祝日・年末年始）

■消費者ホットライン（全国統一番号）

困ったときは一人で悩まずに、
「消費者ホットライン」188にご相談ください。

地方公共団体が設置している身近な消費生活センターや
消費生活相談窓口をご案内します。



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

第2次小山市 消費生活基本計画

発行 | 小山市

編集 | 小山市市民生活部市民生活安心課

〒323-8686 栃木県小山市中央町 1 丁目 1 番 1 号

電話 0285-22-9282

URL <https://www.city.oyama.tochigi.jp>

発行年月 | 令和3年3月