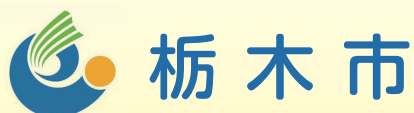


第2次 栃木市消費生活基本計画

2018年度(平成30年度)～2022年度
概要版



2018年(平成30年)3月



1. 計画策定の背景と趣旨

規制緩和の拡大や経済のグローバル化、インターネットをはじめとした高度情報通信社会が進み、消費者を取り巻く環境が急速に変化している中で、事業者と消費者の情報量、交渉力には大きな格差があり、消費者がトラブルや被害を受けるケースも後を絶ちません。

一方、消費者の価値観も変化し、物質的な豊かさから心の豊かさを求める傾向がみられるようになり、安全・安心に対する意識も高まっています。最近では「エシカル消費^{※1}」と呼ばれる、人や社会環境に配慮する倫理的な消費行動も注目されるようになってきました。

このような社会の変化や法改正などを反映し、消費者としての市民の自立を支援し、誰もが安全・安心で、より豊かな消費生活を営める環境の整備が必要で、消費者自身が公正で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^{※2}」の実現を目指し、「第2次栃木市消費生活基本計画」を策定します。

※1 「エシカル消費」とは、環境や社会に配慮した製品やサービスを選んで消費することを指す。国の消費者基本計画では、「地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動」と記述している。

※2 「消費者市民社会」とは、消費者一人ひとりが、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会情勢や地球環境にまで思いをはせて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会。

2. 計画の位置づけ

「第2次栃木市消費生活基本計画」は、栃木市消費生活条例第8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づけます。また、市の最上位計画である「栃木市総合計画」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。

3. 計画の期間

「第2次栃木市消費生活基本計画」の期間は、栃木市総合計画の後期基本計画期間（2018年度（平成30年度）～2022年度）に合わせ、2018年度（平成30年度）から2022年度までの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。

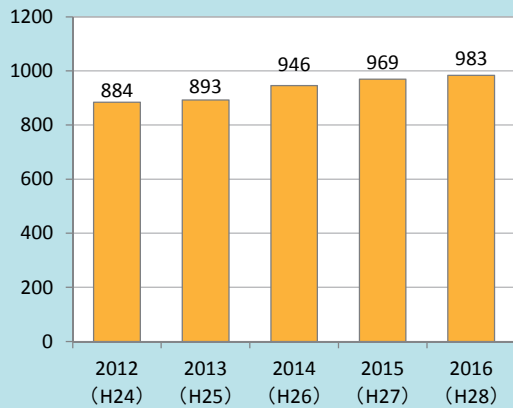


4. 栃木市の消費生活の現状

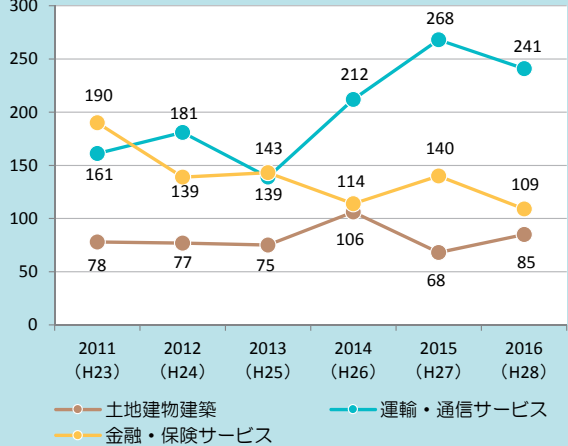
● 栃木市消費生活センターにおける相談状況

- ☞ 栃木市消費生活センターへの相談件数は、この5年間、毎年増加しています。
- ☞ 商品・サービス別苦情相談では、運輸・通信サービス（主にインターネットトラブルに関する相談等）がここ数年1位となっています

(件) ●過去5年間の消費相談件数



(件) ●商品・サービス別苦情相談件数の推移 (上位3項目)



※2014年度（平成26年度）栃木市・岩舟町合併

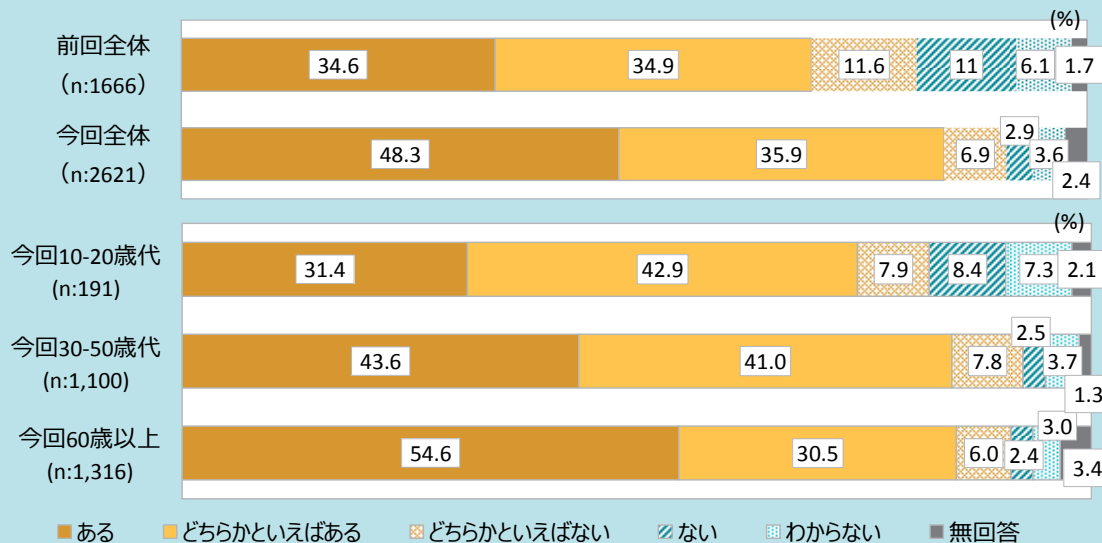
資料：栃木市消費生活センター

● 消費者問題への関心（市民意識調査より）

- ☞ 前回の調査（2012年（平成24年））よりも、消費者問題に関心が「ある」と回答した人は1割程度高くなっています。
- ☞ 消費者問題への関心が「ある」「どちらかといえばある」と回答した人は8割以上となっています。「ある」は年代が上がるほど高くなっています。



●消費者問題への関心



資料：2016年 アンケート調査

5. 栃木市の先進的な取組み

●学校等への出前講座

2014年度(平成26年度)から、消費生活センターの相談員が小学校、中学校、高等学校等を訪問し、出前講座を行っています。3年間で55回の講座を行い、延べ7,749人が受講しました。



出前講座のメニュー（受講対象者別）

①小学生 (5・6年生)	<ul style="list-style-type: none"> ・ゲーム、インターネットの基本的な利用方法と注意点 ・SNSの仕組みと注意点
②中学生・高校生 (主に中3・高1)	<ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォンの特徴とSNS等のトラブル事例 ・インターネット依存 ・インターネット犯罪の傾向と対策
③保護者・教員	<ul style="list-style-type: none"> ・ネット閲覧ができる範囲を年齢で制限する機能や、ゲームが利用できる年齢区分について ・ネットショッピングの利用方法とトラブル、SNSのトラブルと事例 ・ネット依存、ネット犯罪について

●ラジオ放送（コミュニティFM）を活用した情報発信

2016年度(平成28年度)から、FMくらら857の番組「とち介のHAPPY TOWN」に消費生活センター職員等が出演し、悪質商法等の情報提供や注意喚起等をはじめました。番組では、今、起きている悪質商法の内容や対処法等を具体的に説明しました。



栃木市マスコットキャラクター とち介

FMくらら857の番組
「とち介のHAPPY TOWN」
毎週月～金曜日 11:00～11:55
(2016年度は、番組へ4回出演)



気をつけて！悪質商法！悪質商法には、こんな手口があります。

催眠(SF)商法

「日用品を無料で配る」などと人を集め、会場に「買わないと損」という一種の催眠状態を作り出し、高額な商品売りつける。

点検商法

点検に来たと言って訪問し、「シロアリがいる」「床下の湿気がすごい」などと、事実と異なることを言って、不安をあおり、高額な契約をさせる。

マルチ商法 (連鎖販売取引)

商品やサービス等を販売する会員を勧誘すれば儲かると勧誘し、会員になる人に商品代金や登録料等の負担をさせるが、話と異なり、勧誘され会員になった人は儲からず、借金と在庫を抱えることになる。

6. 計画の方向性

●基本目標

栃木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」と定めていることから、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」

●基本方針

本計画では、第1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、栃木市消費生活条例第3条に規定する8つの消費者の権利を基本としながら、国の消費者基本計画を踏まえ基本方針を次のとおり定めます。

基本方針

1

安全で安心な消費生活の確保

身近な生活環境や食品、サービス等の安全性の確保をするとともに、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が図られるよう、事業活動の適正化を促します。また、消費生活に関する環境や社会的問題への配慮にも取り組みます。



市の花 アジサイ

基本方針

2

消費者市民社会実現のための消費者教育の推進

消費者が自ら考え、主体的に行動できる「自立した消費者」そして「消費者市民社会」の実現に向け、消費者教育及びその啓発を強化・推進します。また、常に消費者や消費者団体等と協力・連携し、消費者意見の適切な反映に努めます。



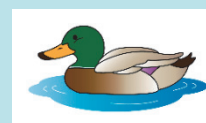
市の木 トチノキ

基本方針

3

消費者被害の未然防止と救済

気軽に相談できる相談体制の周知・充実を図り、被害の未然防止及び適切かつ迅速な救済体制の整備を図ります。また、国、県、その他関係機関と連携を図り悪質な事業者への対応についても取り組みます



市の鳥 カモ

基本方針1 安全で安心な消費生活の確保

1. 身近な生活環境の安全性の確保

「衣食住」をはじめ、消費者が安心して商品やサービス等の選択が行えるよう、身近な生活環境の安全性の確保に向け、社会情勢の変化に対応し、情報提供や制度の普及・啓発など、関係機関と連携した取り組みを進めます。

施策の内容

- 1 食品の安全性の確保
- 2 住まいの安全性の確保
- 3 商品・サービス（食品・住まいを除く）の安全性の確保

2. 事業活動の適正化

消費者が安全に安心して、自ら合理的な選択が行えるよう、事業者に対する指導等に努めるとともに、身近な商品・サービス等の表示や計量の適正化を推進します。

施策の内容

- 1 消費者取引の適正化
- 2 表示・計量等の適正化

3. 公正で持続可能な消費環境の形成促進

消費者、事業者や市等がそれぞれの役割のもと協働し、社会的課題に対応した公正で持続可能な消費ができる環境の形成を促進します。

施策の内容

- 1 社会問題や環境問題に対応した公正で持続可能な消費の促進

基本方針2 消費者市民社会実現のための消費者教育の推進

1. 消費者啓発の推進（重点施策）

消費生活に関するさまざまな情報について、広報紙やホームページなどの各種媒体や啓発機会を活用し、迅速かつ適切な情報提供を推進します。

施策の内容

- 1 情報提供の推進

2. 消費者教育の推進（重点施策）

子どもから高齢者まで、生涯にわたって消費生活に関する学習や教育の機会・場が確保できるよう、関係機関と連携した消費者教育を推進します。

施策の内容

- 1 学校等における消費者教育の推進
- 2 地域社会における消費者教育の推進
- 3 生涯を通じた学習機会の場の提供
- 4 多様な主体との連携

3. 消費者意見の反映と関連団体との連携強化

消費生活に関する市民のニーズを把握し、消費者施策への適切な反映に努めるとともに、関連団体との連携を強化し、消費者団体の育成や「自立した消費者」になるための育成・支援を図ります。

施策の内容

- 1 消費者意見の反映
- 2 関連団体との連携強化

基本方針3 消費者被害の未然防止と救済

1. 消費者被害の未然防止の推進（重点施策）

消費者問題等について迅速かつ適切な情報提供を図るとともに、消費生活センターの周知などにより適切な相談先の提供を行うことで、消費者被害の未然防止に努めます。

施策の内容

- 1 消費者被害に関する情報提供の強化
- 2 相談等による消費者被害の未然防止
- 3 高齢者・障がい者・若年層など多様な消費者への支援（重点施策）

2. 消費者被害救済体制の強化

消費生活における不安や不満、トラブル、消費者被害等に適切かつ迅速に対応できるよう、相談機能の向上や相談者の年代等の特徴に応じた支援を行います。また、関係機関との連携を強化します。

施策の内容

- 1 相談等による消費者被害救済
- 2 関係機関との連携強化

7. 重点施策

本計画では、特に以下に重点をおいて取り組みます。

基本方針	施策の柱	施策（重点施策）
2 消費者市民社会実現のための消費者教育の推進	1 消費者啓発の推進	1 情報提供の推進
	2 消費者教育の推進	1 学校等における消費者教育の推進 2 地域社会における消費者教育の推進 3 生涯を通じた学習機会の場の提供 4 多様な主体との連携
3 消費者被害の未然防止と救済	1 消費者被害の未然防止の推進	3 高齢者・障がい者・若年層など多様な消費者への支援

8. 重点施策のチャレンジ・プロジェクト

重点施策の中でも特に、「消費者啓発の推進」「消費者教育の推進」に関する施策は、消費者教育推進法が掲げる消費者市民社会の実現に向けて重要視されます。そこで、これらの施策を横断化・総合化する視点でチャレンジ・プロジェクトを推進します。

チャレンジ・プロジェクトテーマ

若年層を含む多様な年代の市民を巻き込んだエシカル消費の普及促進

消費者市民社会の実現に向けて重要な消費スタイルとなる、「エシカル消費」（※1：概要版1ページ参照）への理解と、実践の普及を図る中で行う講座やイベントを通して、新たな担い手の発掘・育成を目指します。

9. 計画がめざす目標値

「第2次栃木市消費生活基本計画」では、計画の実効性を高めるため、「市民意識調査」の結果をもとに、3つの基本方針を総合的に測る指標を以下のとおり設定し達成度を測ります。

指標	現状値	目標値
	2016年アンケート値	2022年度
①消費者問題への関心度	84.2%	90.0%
②商品の購入やサービスの利用に当たり、契約トラブルにあたり、商品・サービスに不満を感じた経験	31.7%	15.0%
③契約トラブルや商品・サービスへの不満、消費者被害にあたりし際の相談の有無	37.6%	70.0%
④クーリング・オフ制度の認知度	89.6%	95.0%
⑤消費生活センターの認知度	41.0%	70.0%
⑥消費者行政に対する満足度	22.2%	50.0%

10. 計画の推進

「第2次栃木市消費生活基本計画」の推進にあたっては、消費者行政に関わる庁内関係各課が連携し、施策の効果的な推進を図るとともに、国や県及び地域の関係機関とも密接な協力体制を構築し、取り組みを進めます。

また、毎年度、計画に関連する施策の進捗状況と達成度を「栃木市消費生活審議会」に報告し、同審議会からの意見を尊重することで、計画の検証・評価を行います。

困ったときは、お気軽にご相談ください！

栃木市消費生活センター

〒328-0016
栃木市入舟町15番5号
栃木市役所入舟庁舎1階
電話：0282-23-8899
開所時間：月曜日～金曜日
9:00～16:00

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。

いやや
188
泣き寝入り！

第2次栃木市消費生活基本計画 概要版

発行年月 2018（平成30年）3月 発行 栃木市
編集 栃木市 生活環境部 市民生活課 〒328-8686 栃木県栃木市万町9番25号
電話：0282-21-2121 FAX：0282-21-2678 URL：http://www.city.tochigi.lg.jp/

P1、2のイラストは、「消費者庁のイラスト集より」