

# 水戸市消費者教育推進計画(第2次)

水 戸 市



## はじめに

本市では、2014（平成 26）年に、消費者の権利の尊重と、消費者市民社会の実現に向けた自立の支援を位置付けた「水戸市消費生活条例」を制定いたしました。2015（平成 27）年には、「健全で豊かな消費生活都市宣言」を行うとともに、市民の消費生活の安定と向上を目指した「水戸市消費者教育推進計画(第 1 次)」を策定し、市民・事業者・行政が一体的となって、消費者教育に関する施策を総合的に推進してきました。



近年、高度情報通信ネットワーク社会やグローバル化の急速な進展、ライフスタイルの多様化等により、消費者を取り巻く環境は大きく変化しており、消費者教育を一層推進し、被害の防止を図るとともに、持続可能な社会の形成に参画できる消費者を育成することが求められています。

こうした状況を踏まえ、2019（令和元）年度までを計画期間としていた第 1 次計画に続き、2020（令和 2）年から 4 か年度を計画期間とする「水戸市消費者教育推進計画（第 2 次）」を策定いたしました。

新たな計画では、多様化する未来を見据えた消費者教育の推進、特に、ICT を活用したサービス等に対する啓発や SDGs に関連する取組の促進などにより、持続可能な社会の形成に参画できる自立した消費者の育成を図りながら、消費者市民社会の実現を目指すこととしております。

事業の推進に当たっては、市が必要な施策を講じることにとどまらず、水戸市消費生活センター、学校教育機関、消費者団体、警察等が相互に連携、協力しながら各種取組を推進してまいります。

最後に、本計画の策定に当たり、慎重な御審議を賜りました水戸市消費生活審議会の委員の皆様をはじめ、貴重な御意見をいただいた市民の皆様に心からお礼を申し上げますとともに、今後の消費者市民社会の実現に、引き続き御理解、御協力を賜りますようお願い申し上げます。

令和 2 年 5 月

水戸市長 **高橋 靖**



# 目 次

## 第1章 計画策定の基本的事項

|           |   |
|-----------|---|
| 1 計画策定の趣旨 | 1 |
| 2 計画の位置付け | 2 |
| 3 計画の範囲   | 2 |
| 4 計画期間    | 3 |

## 第2章 消費者を取巻く現状と課題

|                  |    |
|------------------|----|
| 1 学校・家庭における消費者教育 | 4  |
| 2 日常生活における消費者問題  | 8  |
| 3 消費生活と社会の関わり    | 17 |

## 第3章 計画の基本的な考え方

|         |    |
|---------|----|
| 1 目指す姿  | 18 |
| 2 基本方針  | 19 |
| 3 施策の体系 | 20 |

## 第4章 施策の展開

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 1 ライフステージに応じた教育環境の充実による消費者の自立支援 | 21 |
| 2 消費者教育を推進する担い手の育成と連携の強化        | 28 |
| 3 消費者教育に関する教材の提供及び情報発信等の充実      | 31 |

## 第5章 推進体制と進行管理

|                     |    |
|---------------------|----|
| 1 推進体制              | 35 |
| 2 他の消費生活に関連する教育との連携 | 36 |
| 3 進行管理              | 36 |



# 第1章 計画策定の基本的事項

## 1 計画策定の趣旨

近年、高度情報通信ネットワーク社会やグローバル化が急速に進展していることに加え、ライフスタイルの多様化等により、消費者を取り巻く環境は大きく変化しています。

この変化に伴い、安全・安心な消費生活を送るためには、自ら消費者被害の回避や対処ができる自立した消費者となる必要があります。また、消費者は、消費行動が社会に及ぼす影響を自覚しながら、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画することも求められています。

こうした中、国においては、2012（平成 24）年に消費者教育の推進による国民の消費生活の安定及び向上を目的に「消費者教育の推進に関する法律」を制定し、翌年には、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を示すなど、社会情勢の変化や新たな課題等に適切な対応をしていくために、様々な政策を推進しているところです。また、国連で採択された SDGs（持続可能な開発目標）（※1）の達成に貢献するための施策について、消費生活の観点からも取組が進められているところです。

本市においては、2014（平成 26）年に、「水戸市消費生活条例（以下「条例」という。）」を全国に先駆けて制定するとともに、2015（平成 27）年には、「健全で豊かな消費生活都市宣言」を行い、消費者市民社会（※2）の構築を目指しています。また、2015（平成 27）年度から5か年を計画期間とする「水戸市消費者教育推進計画（第1次）」を策定し、消費者教育に関する施策を総合的かつ計画的に進めているところです。

本計画は、これまでの取組に加え、消費者教育のさらなる推進により、消費者被害の防止とともに、ICT を活用したサービス等に対する啓発や SDGs に関連する取組の促進など、持続可能な社会の形成に参画できる消費者の育成を目指し、策定するものです。

### ※1 SDGs

2015（平成 27）年 9 月に国連の持続可能な開発サミットで採択された、経済・社会・環境をめぐる広範な課題について、全ての関係者の役割を重視し、「誰一人取り残さない」世界の実現を目指す 17 の国際目標

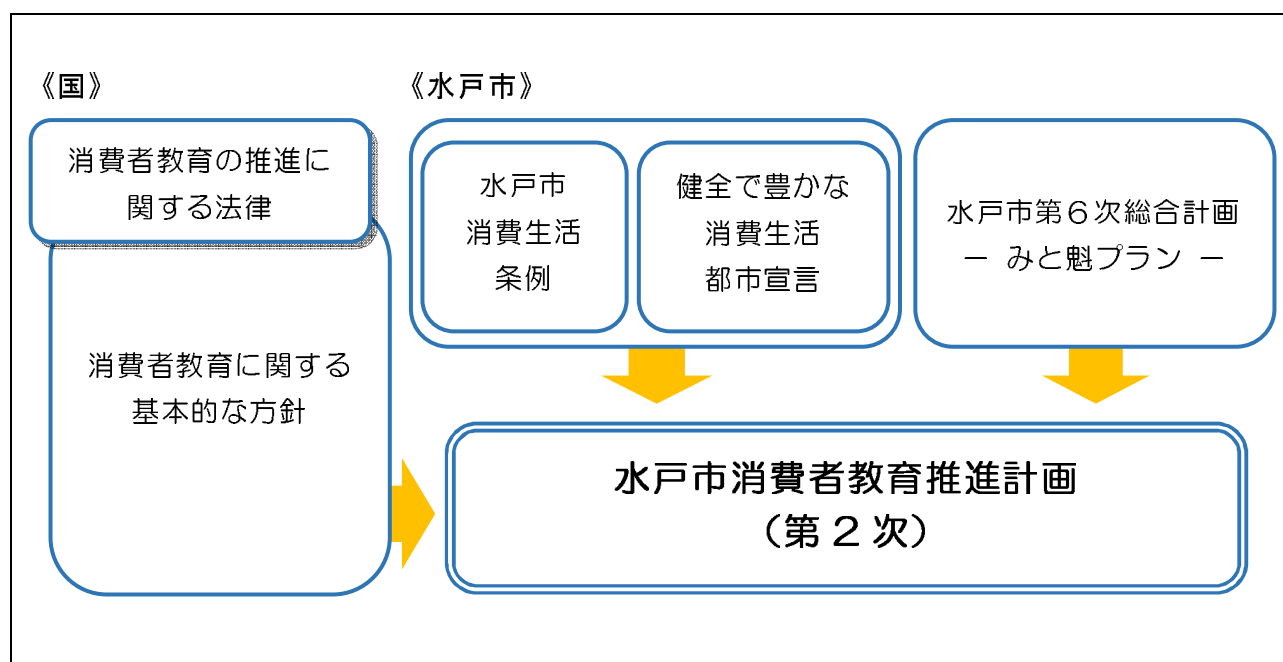
### ※2 消費者市民社会

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

## 2 計画の位置付け

---

消費者教育に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、条例第 19 条に規定する消費者教育の推進に関する計画として策定します。



【 図 1 計画の位置付け 】

## 3 計画の範囲

---

この計画は、消費者教育の推進に関する法律第2条第1項に定義された「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」を対象とします。

## 4 計画期間

---

計画の期間は、水戸市第6次総合計画－みと魁プラン－との整合を図り、2020（令和2）年度から2023（令和5）年度までの4か年とします。ただし、国の動向や社会経済情勢の変化等を踏まえて、必要がある場合には、見直しを行います。



## 第2章 消費者を取巻く現状と課題

### 1 学校・家庭における消費者教育

子ども達が社会の中で消費者の一人として自立していくためには、どのように社会・世界と関わっているかを考えるとともに、学んだことを自らの問題として捉え、行動していくことが重要です。

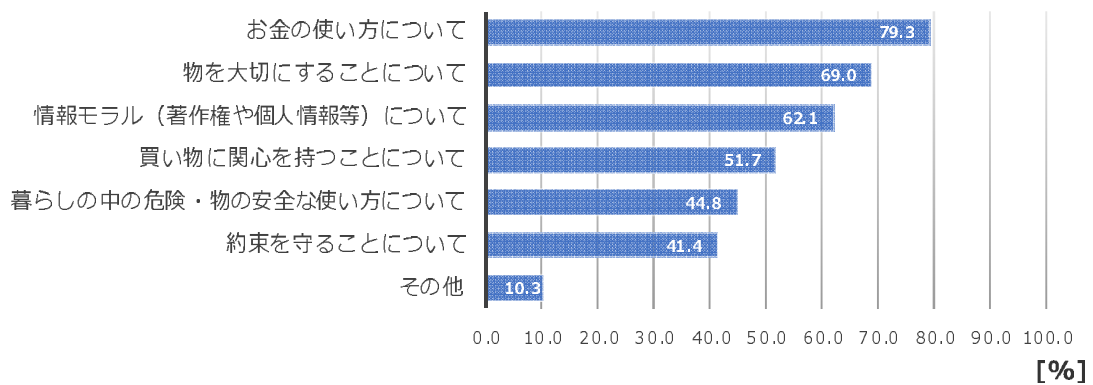
学校教育においては、子ども達が未来社会を切り拓くための資質・能力を一層確実に育成するという基本的な考え方のもと、「主体的・対話的で深い学び」の視点に立った取組が行われる中、消費者教育に関しても関連する各教科（社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科等）において、内容の更なる充実が図られているところです。

本市が市内の各小・中・高等学校に行ったアンケート結果によると、各学校では、学習指導要領に基づき、社会科、家庭科等の教科を中心に児童生徒の発達段階を踏まえた消費者教育に関する内容が指導されています（図 2、図 3、図 4）。

その中で、お金のお大切さや契約のルール等については、高い割合で教育が行われていますが、今後さらに普及が見込まれている電子マネーや電子決済については、高い割合とは言えず、時代の変化を踏まえた消費者教育の実施が必要です。

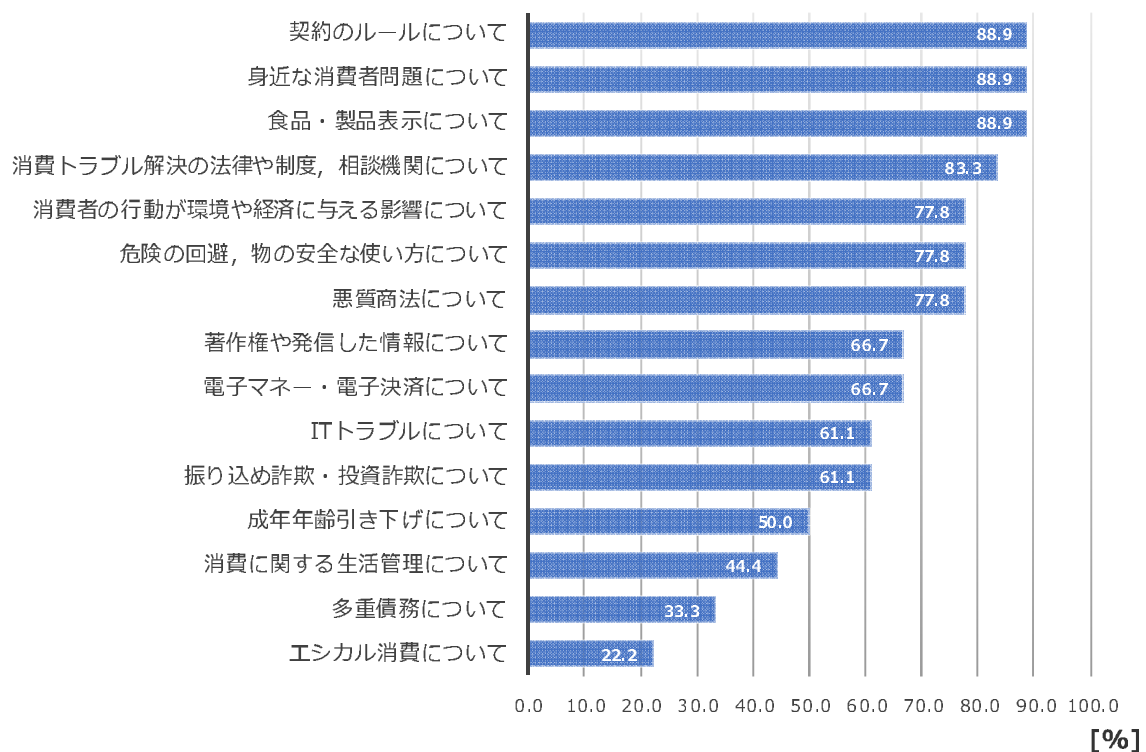
そのためには、教職員が必要な知識を深めるための研修を充実させるとともに、社会の変化に合わせた教材や消費者被害に関する情報を教職員へ提供するほか、学校現場において確実に授業等の時間を確保し、消費者教育を推進させることが必要です（表 1）。

さらに、消費者教育においては、暮らしの基本となる家庭での教育も重要です。本市が市内の学校等に行ったアンケートでは、家庭と連携している学校の割合が低い結果となっていることから、保護者に対する積極的な情報発信に努めるなど、学校と家庭の連携を強化することが重要です（表 1、表 2）。



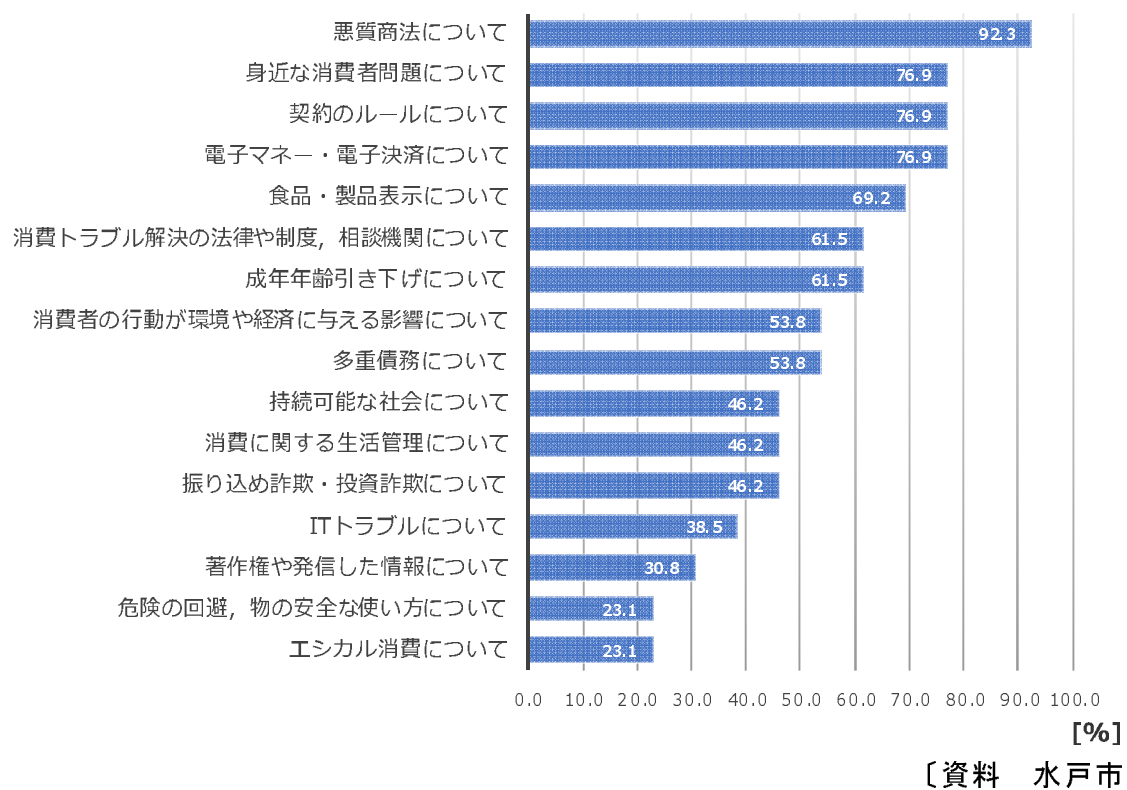
〔資料 水戸市〕

【 図 2 市内小学校において行っている消費者教育の内容と割合 】



〔資料 水戸市〕

【 図 3 市内中学校において行っている消費者教育の内容と割合 】



【 図 4 市内高等学校において行っている消費者教育の内容と割合 】

【 表 1 消費者教育実施における課題 】

| 課題の内容                   | [%]  |      |      |      |
|-------------------------|------|------|------|------|
|                         | 幼稚園  | 小学校  | 中学校  | 高等学校 |
| 消費者教育に関する全ての教育をする時間がない  | 38.1 | 51.7 | 66.7 | 69.2 |
| 家庭教育との連携が不十分である         | 28.6 | 20.7 | 44.4 | 23.1 |
| 消費者教育, 消費者被害などに関する情報がない | 23.8 | 24.1 | 11.1 | 7.7  |
| 社会の変化に合わせた教材を準備できない     | 19.0 | 55.2 | 38.9 | 30.8 |
| 誰に指導をお願いしていいかわからない      | 28.6 | 34.5 | 5.6  | 7.7  |
| 教員の研修の機会がない             | 19.0 | 41.4 | 22.2 | 15.4 |
| その他                     | 14.3 | 0.0  | 16.7 | 0.0  |

【資料 水戸市】

【 表 2 保護者に対する消費者教育の情報発信 】

[%]

|        | 幼稚園  | 小学校  | 中学校  | 高等学校 | 計    |
|--------|------|------|------|------|------|
| 行っている  | 28.6 | 24.1 | 11.1 | 0.0  | 18.5 |
| 行っていない | 66.7 | 75.9 | 83.3 | 92.3 | 77.8 |
| 未回答    | 4.7  | 0.0  | 5.6  | 7.7  | 3.7  |

〔資料 水戸市〕

※ 図 2～4，表 1～2 は，本市が 2019（令和元）年 7 月に市内の幼小中高等学校に行ったアンケート結果を集計して作成。

〔アンケートについて〕

- 実施期間 令和元年 7 月 8 日～7 月 31 日
- 対 象 市内の幼小中高等学校（国立，私立，特別支援学校含む），大学，消費者団体  
計 116〔園・校・団体〕  
（内訳）  
幼稚園〔26 園〕，小学校〔40 校〕，中学校〔24 校〕  
高等学校〔20 校〕，大学〔2 校〕，消費者団体〔4 団体〕
- 方 法 対象にアンケート用紙の郵送。  
対象において回答記入後，FAX により返送。
- 回 答 計 85〔園・校・団体〕  
（内訳）  
幼稚園〔21 園〕，小学校〔29 校〕，中学校〔18 校〕  
高等学校〔13 校〕，大学〔0 校〕，消費者団体〔4 団体〕
- 集 計 質問項目ごとに集計。  
質問項目の回答割合は，〔回答数／回答〔園・校・団体〕数〕として算出。

## 2 日常生活における消費者問題

### (1) 高度情報通信ネットワーク社会の進展

インターネットの発展・普及は、消費生活を大きく変化させています。令和元年版消費者白書によると、情報通信インフラの整備等により、インターネットが急速に普及し、その利用率は国民の8割を超えている状況です。また、スマートフォンやタブレット型端末の普及により、手軽にデジタル空間にアクセスできるようになり、インターネットを介して誰もがどこでも商取引できるようになっています。

このように消費者の利便性が向上する一方で、インターネットを介した個人情報漏洩や架空請求等の消費者被害は増加しています。

高齢者の相談内容のうち、インターネット関連の相談件数が上位を占めるほか、デジタルコンテンツや電子商取引に関する相談件数は依然として多い状態にあるため、デジタル分野に対する消費者教育が必要です（表3、図5、図6）。また、SNSに潜在するリスクについて、特別な警戒をしていない若者が一定数存在しています（図7、図8）。

今後、新技術による商品・サービスやビジネスモデルの登場、決済手段の多様化・高度化等により、新たな消費者問題が生じることも想定しながら、消費者教育を行っていく必要があります（図9）。

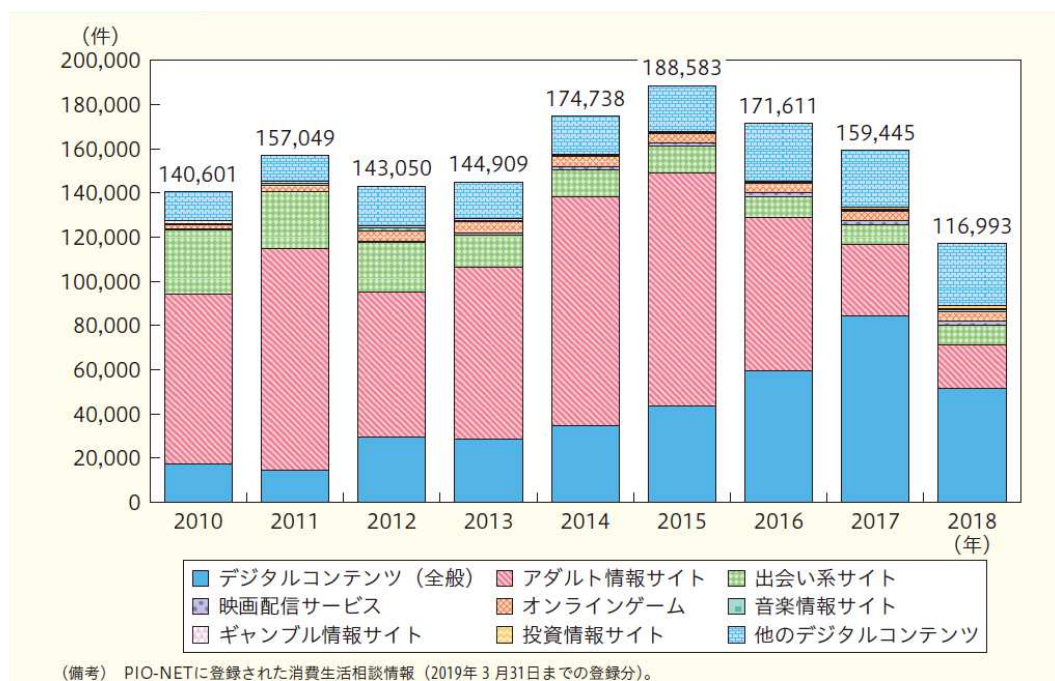
【表3 高齢者の商品・サービス別上位相談件数】

|    | 2014年         | 件数     | 2016年         | 件数     | 2018年         | 件数      |
|----|---------------|--------|---------------|--------|---------------|---------|
| 1  | 商品一般          | 22,758 | 商品一般          | 15,444 | 商品一般          | 128,067 |
| 2  | アダルト情報サイト     | 12,156 | デジタルコンテンツ(全般) | 14,951 | デジタルコンテンツ(全般) | 15,341  |
| 3  | ファンド型投資商品     | 10,017 | アダルト情報サイト     | 11,662 | 光ファイバー        | 9,667   |
| 4  | フリーローン・サラ金    | 6,210  | 光ファイバー        | 9,158  | 他のデジタルコンテンツ   | 6,783   |
| 5  | デジタルコンテンツ(全般) | 6,203  | 他のデジタルコンテンツ   | 6,214  | ファンド型投資商品     | 6,194   |
| 6  | 新聞            | 6,005  | 新聞            | 5,500  | 修理サービス        | 5,651   |
| 7  | 光ファイバー        | 5,601  | フリーローン・サラ金    | 5,037  | フリーローン・サラ金    | 5,353   |
| 8  | 相談その他(全般)     | 5,189  | 修理サービス        | 4,970  | 新聞            | 5,236   |
| 9  | 役務その他サービス     | 5,081  | 他の健康食品        | 4,766  | 他の健康食品        | 5,202   |
| 10 | 修理サービス        | 4,367  | 相談その他(全般)     | 4,648  | 携帯電話サービス      | 4,763   |

黄色 : インターネット関連
 紫色 : 投資勧誘トラブル
 緑色 : 借金に関するもの

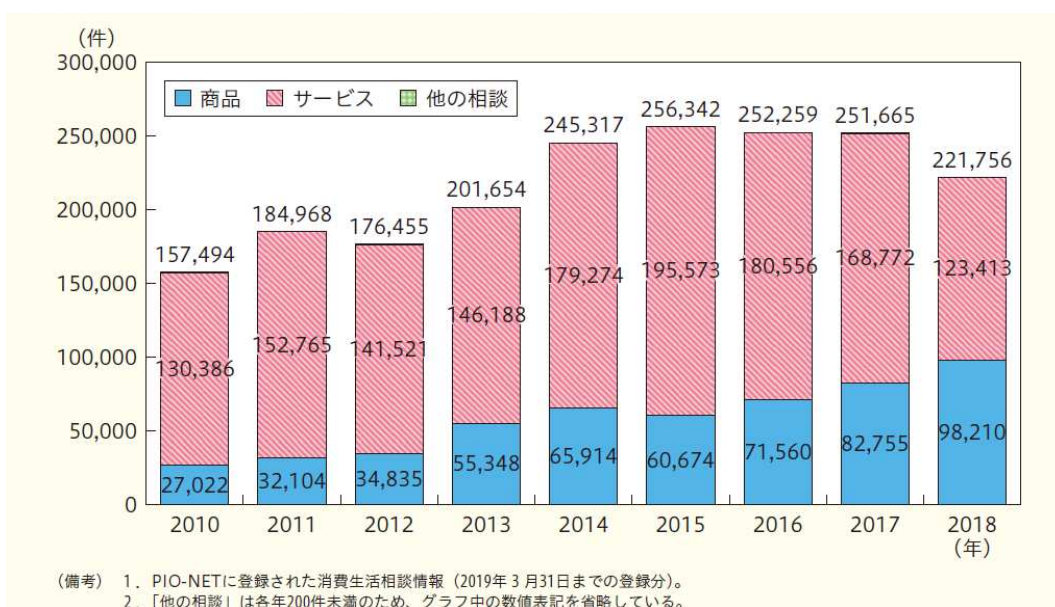
(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2019年3月31日までの登録分）。  
 2. 品目は商品キーワード（小分類）。  
 3. 契約当事者が65歳以上の相談。

〔資料 消費者庁「令和元年版消費者白書」〕



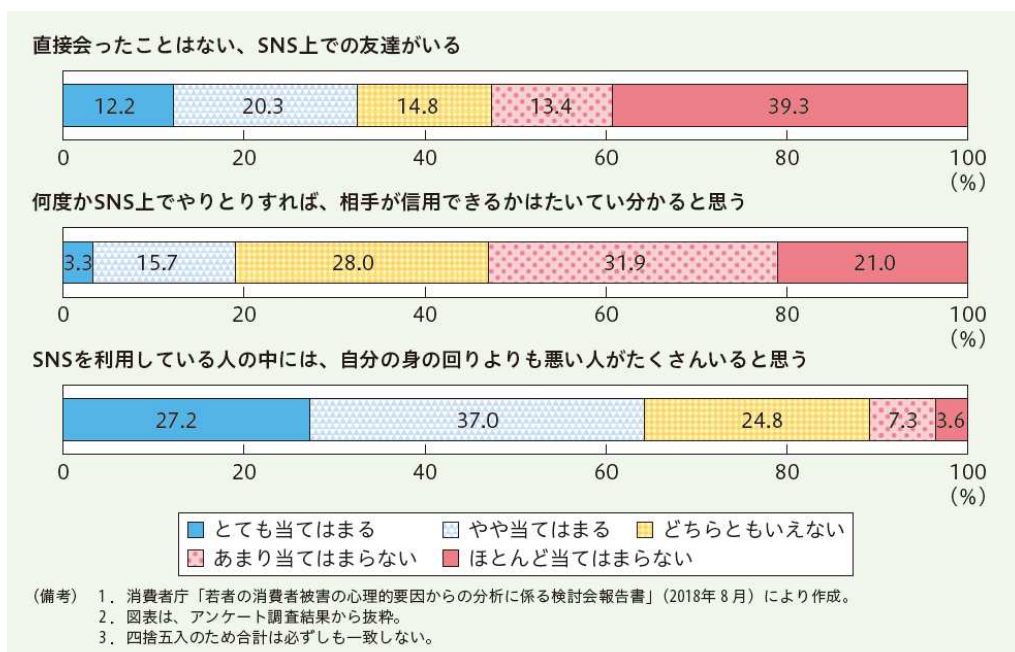
〔資料 消費者庁「令和元年版消費者白書」〕

【 図 5 デジタルコンテンツに関する消費生活相談件数 】



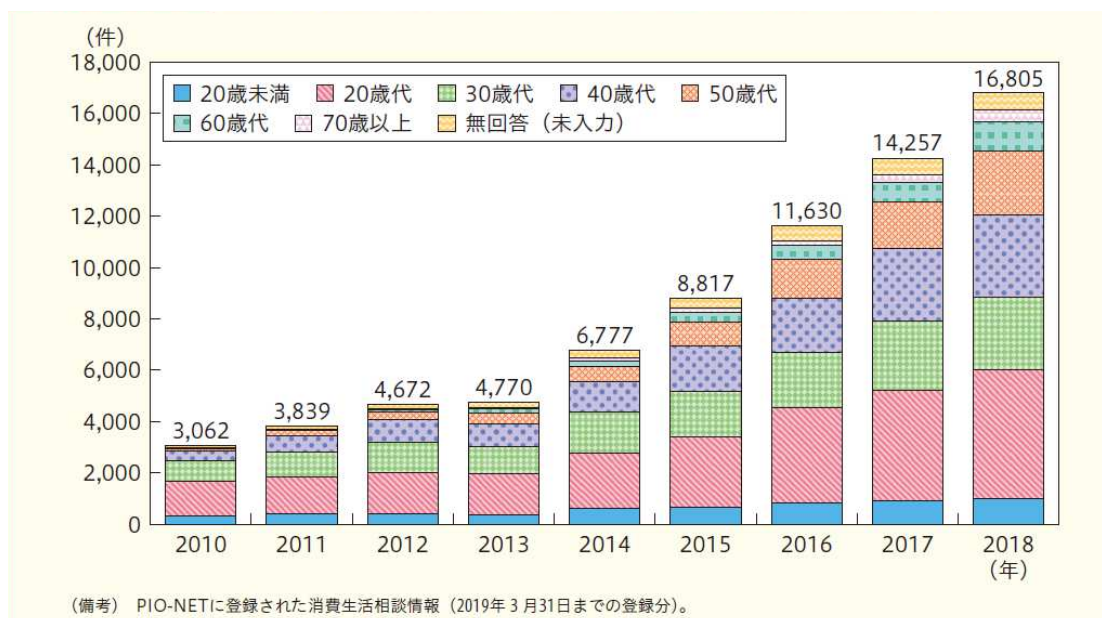
〔資料 消費者庁「令和元年版消費者白書」〕

【 図 6 電子商取引に関する消費生活相談件数 】



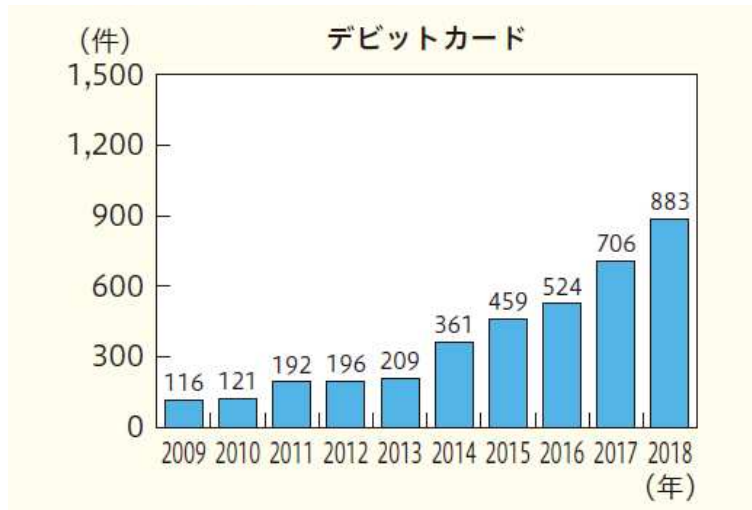
〔資料 消費者庁「令和元年版消費者白書」〕

【 図 7 若者の SNS に対する意識 】



〔資料 消費者庁「令和元年版消費者白書」〕

【 図 8 SNS が何らかの形で関連している消費生活相談件数 】



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2019年3月31日までの登録分)。

〔資料 消費者庁「令和元年版消費者白書」〕

【 図 9 キャッシュレス決済に関する消費生活相談件数 】

## (2) 高齢者や若年者の消費者問題

年齢ごとの消費生活相談の状況について、全国的には、65 歳以上の高齢者が 34.9%と大きな割合を占めている一方、20 歳未満及び 20 歳代においても 8.4%の相談があるなど、年代にかかわらず、何らかの消費者被害が生じていることが伺えます（図 10）。

相談 1 件当たりの平均契約購入金額及び平均既支払額について見ると、65 歳未満と比べて、65 歳以上の高齢者の額は大きくなる傾向にあり、高齢者における消費者被害は、他の年代と比べて一層深刻であることが伺えます（図 11、図 12）。

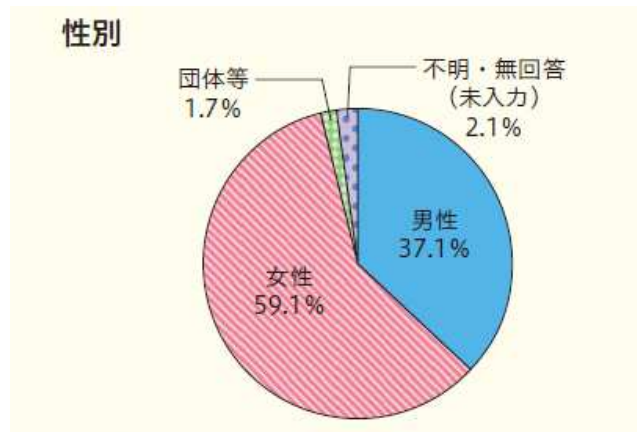
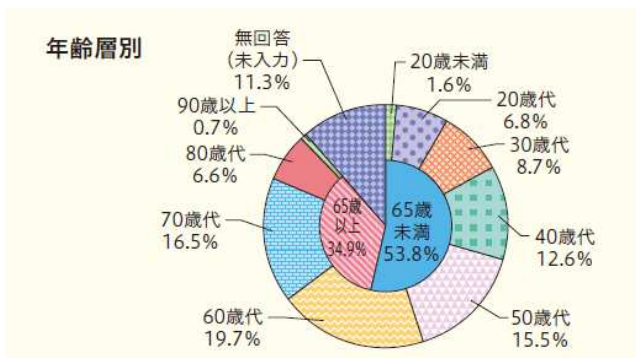
本市における相談状況についても、65 歳以上の相談件数が 42.3%と多く、同様の傾向となっており、今後も高齢化が進む中、高齢者に対する消費者教育がさらに重要となってきています（図 13）。

高齢者は、一人でいる時間が多いことや近くに相談する人がいないことから、周囲で気づくのが遅れるなど、被害が潜在化しやすく、より深刻になる傾向があります。特に、認知症等の高齢者に関しては、本人が十分に判断できない状態にあるため、事業者に勧められるままに契約をし、買い物を重ねるケース等が考えられます。

また、若年者について、令和元年版消費者白書によると、10 歳代後半は、消費者問題に対する関心が低い傾向があります。これは多くの若年者が、まだ経済的な自立をしておらず、消費者問題に目を向ける機会が少ないことも関係していると考えられます。

2022（令和 4）年 4 月 1 日からは、成年年齢が 18 歳に引き下げられ、自ら契約することができるようになることから、成年になる前の若年者に対して、十分な知識と認識を持つよう促すとともに、保護者に対しても、子どもが被害に遭わないよう、注意喚起をすることが必要です。

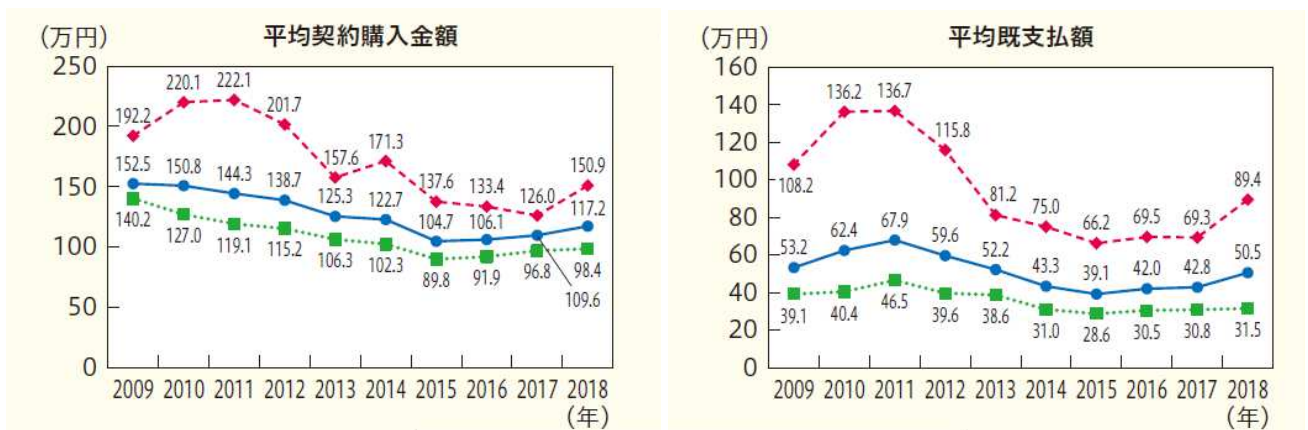
高齢者や若年者等を対象とする様々な消費者被害の未然防止及び拡大防止のためには、それを見守る家族への働きかけとともに、地域も含めた全体での取組が重要になっています。



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2019年3月31日までの登録分)。  
2. 四捨五入のため合計は必ずしも一致しない。

〔資料 消費者庁「令和元年版消費者白書」〕

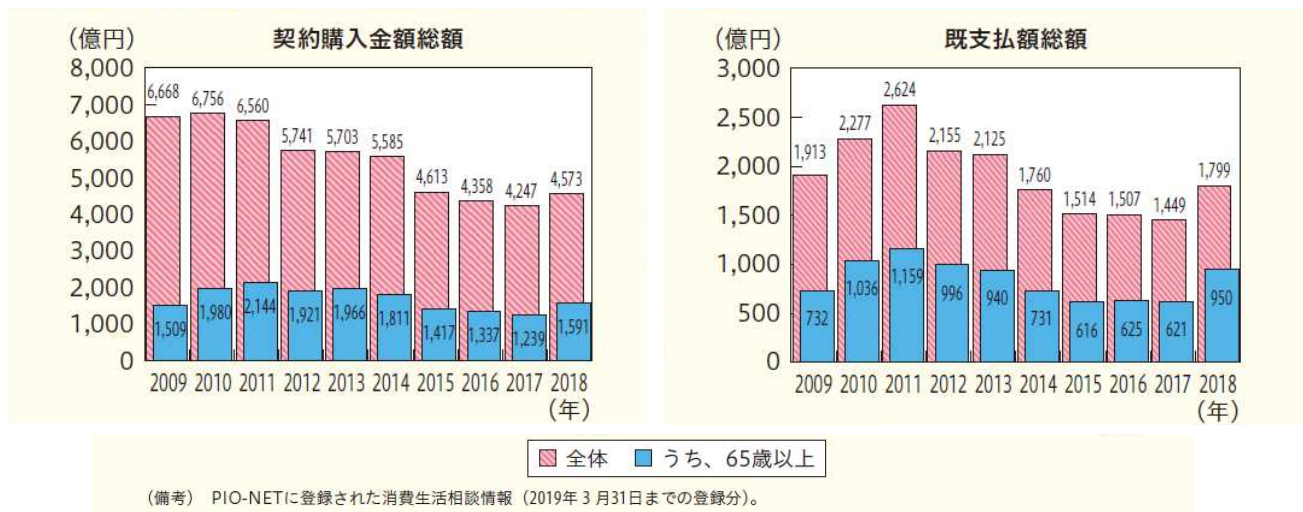
【 図 10 消費生活相談の属性(2018年) 】



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2019年3月31日までの登録分)。

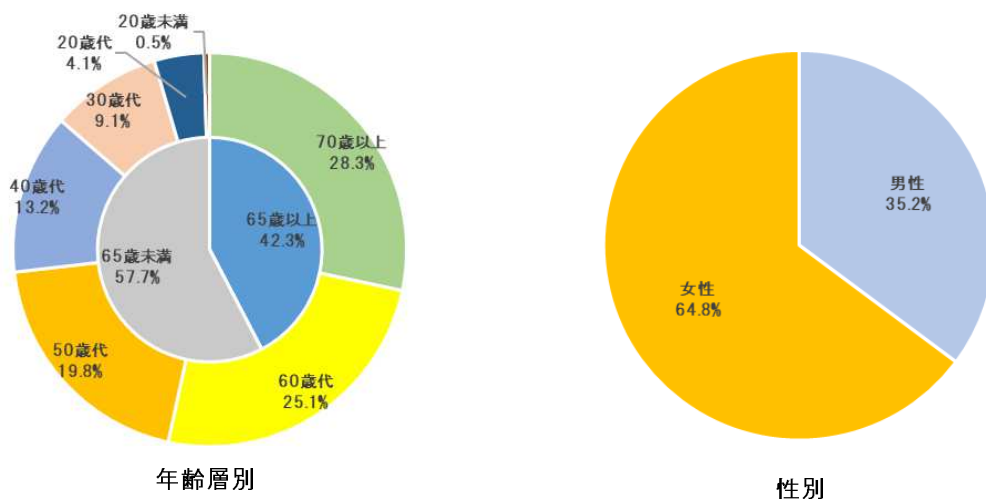
〔資料 消費者庁「令和元年版消費者白書」〕

【 図 11 (相談1件あたりの) 平均契約購入金額, 平均既支払額の推移 】



〔資料 消費者庁「令和元年版消費者白書」〕

【 図 12 (相談 1 件あたりの) 契約購入金額総額・既支払額総額 】



《相談者数:2,371 人》

〔資料 水戸市消費生活センター〕

【 図 13 市消費生活センターへの相談者の状況(2018 (平成 30) 年度) 】

※ 図 13 は、水戸市消費生活センターにおける 2018 (平成 30) 年度の相談者数を集計して作成。

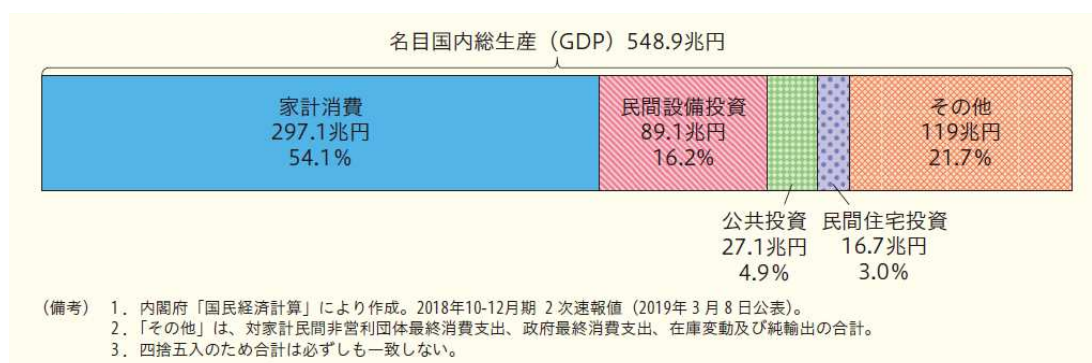
### 3 消費生活と社会の関わり

2015（平成 27）年 9 月に国連の「持続可能な開発サミット」で SDGs が採択され、消費生活の観点からも SDGs の達成に貢献しうる施策に取り組んでいくことが求められています。

消費者が支出する消費額（家計消費）の総額が、2018（平成 30）年において、297.1 兆円と国内総生産（GDP）の約 54.1%を占めていることから分かります。消費者の行動は、社会経済に大きな影響を与えるものです（図 14）。

豊かで便利な生活の裏側には、資源やエネルギーの消費量増加による環境への負荷や教育を受けられず低賃金で働く児童労働等の人権問題などがあることを認識し、社会、地域等の持続可能性に配慮した消費行動について、理解を深めていかなければなりません。

持続可能な社会を構築するためには、商品・サービスの提供者である事業者の取組に加え、需要者である消費者が、よりよい社会を形成する主体として、フェアトレード（※1）や食品ロスの削減をはじめとするエシカル消費（※2）など、身近にできることに取り組み、誰もが安全に安心して豊かに暮らすことができる社会の形成に積極的に参画できるような消費者教育を推進していく必要があります。



〔資料 消費者庁「令和元年版消費者白書」〕

【 図 14 国内総生産（GDP）に占める家計消費 】

※1 フェアトレード

開発途上国で作られた作物や製品を適正な価格で取引することにより生産者の自立を支える仕組み

※2 エシカル消費

人や社会・環境に配慮したものやサービスを選んで消費すること

## 第3章 計画の基本的な考え方

### 1 目指す姿

近年の高度情報通信ネットワーク社会やグローバル化の急速な進展、ライフスタイルの多様化等により、消費者を取り巻く環境は大きく変化しています。

生活の利便性が向上する一方では、新たな消費者被害が生じており、消費者被害に遭わないためには、日常の消費生活において、表示や説明の十分な確認、個人情報の管理の徹底、トラブルに遭った場合の対処など、状況に応じた知識と能力が必要となります。

また、豊かで便利な生活の裏側では、資源・エネルギー消費量増加による環境への負荷や教育を受けられず低賃金で働く児童労働等の人権問題などが起こっています。消費者は、自らの生活を豊かにするだけでなく、環境に配慮した商品やサービスを選択するなど、日々の意思決定や行動が、社会経済に大きな影響を与えることを自覚し、消費行動を通じた経済の発展と持続可能な社会の形成について、理解と認識を深めていく必要があります。

これらを踏まえ、多様化する未来を見据えた消費者教育の推進により、持続可能な社会の形成に参画できる自立した消費者の育成を図りながら、消費者市民社会の実現を目指します。

多様化する未来に向けた  
消費者教育による消費者市民社会の実現

## 2 基本方針

---

市民の消費生活の安定と向上のためには、消費者教育の果たすべき役割は大きく、効果的な実践方法が求められています。本市では、国の基本方針等を踏まえ、消費者教育の推進のための基本方針を次のとおり定めます。

### 1 ライフステージに応じた教育環境の充実による消費者の自立支援

消費者のライフステージによって、消費に係る課題等は様々であることから、幼児期から高齢期までの各段階で、学校、家庭、地域等における取組を進めるとともに、性別や知識量等の特性に応じた教育の方法や内容の工夫に取り組みます。また、ICT等の新たな技術を活用したサービスや決済方法の急速な進展、家族形態の多様化や成年年齢の引き下げなど、様々な社会情勢の変化を適切に捉えながら、自立支援を推進します。

### 2 消費者教育を推進する担い手の育成と連携の強化

消費者教育の推進役は、学校、消費者団体、NPO、行政等のほか、消費者自身でもあります。市消費生活センターを消費者教育の拠点と位置付け、センターを中心に、学校や地域、職域等の連携を図りながら、市民が広く参加することができる研修会や講演会の開催を通して、消費生活に関する正しい知識を持ち、消費者団体等において中心的な役割を果たす人材の育成に取り組みます。また、関係機関との情報共有や消費者教育に係る関係団体の取組を支援します。

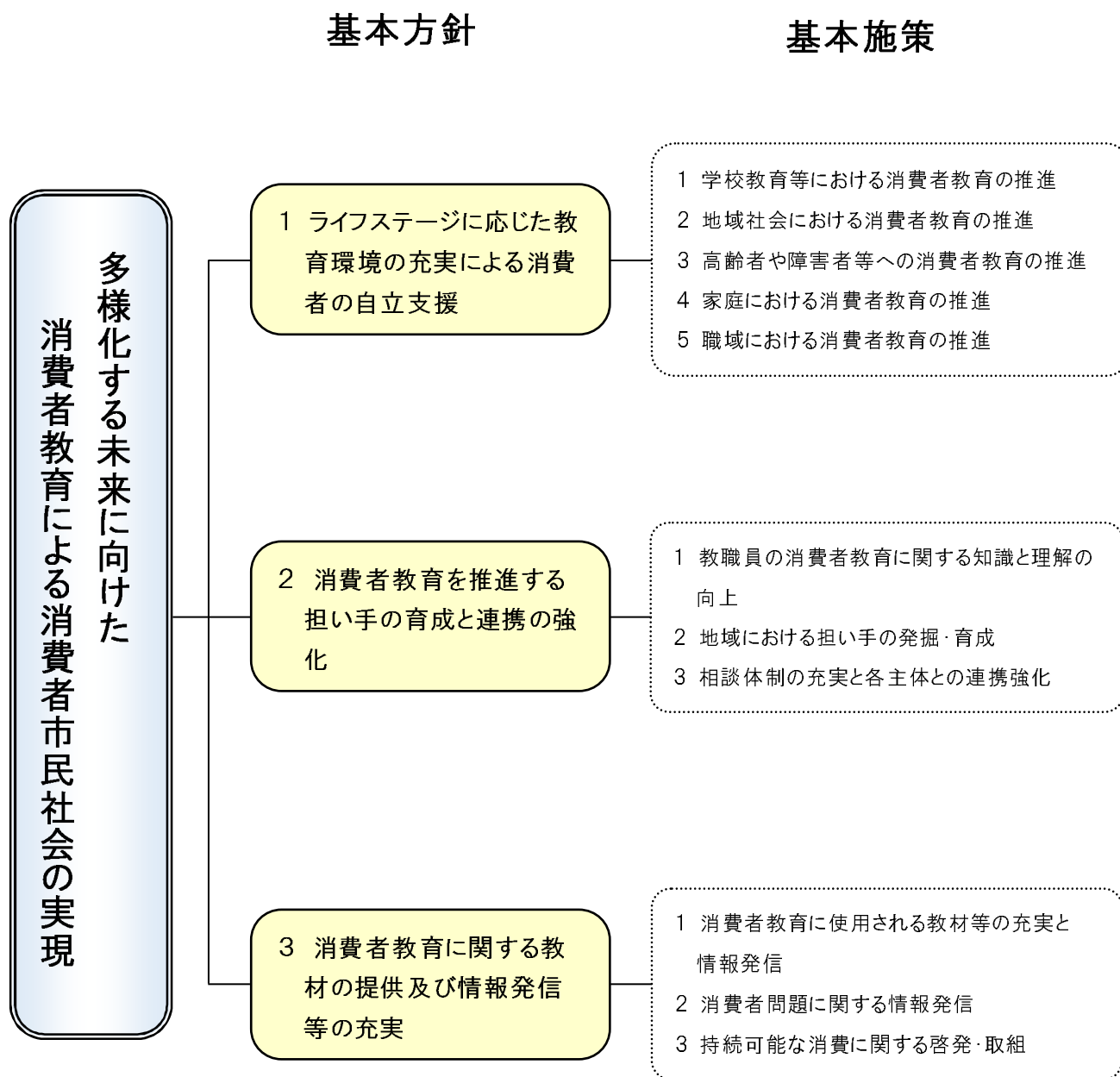
### 3 消費者教育に関する教材の提供及び情報発信等の充実

消費者教育については、学校や地域など、それぞれの場において、国の機関等で作成される多様な教材の活用を促進します。消費者を取り巻く環境の変化に応じた内容の充実を図るため、引き続き、消費者教育の実践事例や教材の情報収集・提供に努めるほか、国等から発信される様々な情報についても、市施設やホームページを活用しながら、市民に広く周知します。

さらに、SDGsの達成に貢献するため、フェアトレードや食品ロスの削減をはじめとするエシカル消費など、消費者が身近にできる取組として、その趣旨や概念の普及・啓発活動を推進します。

### 3 施策の体系

3つの基本方針に基づいた施策の体系は次のとおりとします。





## 第4章 施策の展開

### 1 ライフステージに応じた教育環境の充実による消費者の自立支援

#### 基本施策1

#### 学校教育等における消費者教育の推進

消費者を取り巻く環境の変化は、子ども達にとっても例外ではなく、学校は、複雑・多様化する消費生活に関する基本知識を、早い段階から子ども達に身につけさせることが重要です。

本市の小・中学校は、「知性にとみ、心身ともに健全な風格をそなえた人間（水戸人）の形成につとめる」を教育目標とし、先人の教えである先見性や実践性、国際的な視野を念頭に置き、水戸ならではの教育を推進しています。消費者教育においても、市消費生活センターと学校が連携を図りながら、水戸らしい特色ある消費者教育を推進します。

また、消費者教育の実施に当たっては、授業だけでなく、日頃行っている学級活動や朝礼、集会等の機会も活用しながら、効果的に取り組みます。

さらに、複雑・多様化する消費生活に関する情報を活用していくため、外部機関との連携を深め、実施方法などについて検討し、効果的な取組を推進します。

#### 【主な取組】

##### ○ 幼児期における消費者教育

幼児期は、人格を形成する段階として重要であることから、物を大切にすることや約束を守ること、人や物に感謝すること等を、日々の生活や遊びの中で気づかせ、教えていくことが大切です。絵本や紙芝居等の活用を促進しながら、楽しみながら学べる環境づくりに取り組みます。

##### ○ 小学生期における消費者教育

小学生期は、社会とつながる機会が増え、消費者としての素地の形成が図られる時期です。身近な経験を通して、物や食べ物大切さを学ぶことや購入する物の必要性を考えることなど、生活と社会・環境との関わりに気づいていくよう促します。

また、困ったことがあった場合に、身近な人に相談することなど、トラ

ブルに遭った際の対処法についての教育に取り組みます。

#### ○ 中学生期における消費者教育

中学生期は、消費者としての権利と責任の理解が望まれる時期であるため、消費者トラブルの解決に関する法律や制度についての学習を促進します。また、公正な社会の形成について考え、消費行動が環境や経済に与える影響についての理解を深め、日常生活における具体的な行動ができるよう促します。

また、オンラインゲーム、SNS 等の利用に起因するトラブルの未然防止を図るため、スマートフォンをはじめとした情報通信機器の適切な使い方や情報モラルについての教育に取り組みます。

#### ○ 高校生期における消費者教育

高校生期は、生涯を見通した知識の習得、生活の管理や計画の重要性のほか、持続可能な社会の形成に向けた社会的責任を理解した主体的な行動が望まれる時期です。また、2022（令和 4）年には成年年齢が引き下げられることから、契約やクレジットカード等に関する基本的な知識の習得も必要になります。

若い世代は、インターネットや SNS の利用が多く、被害に遭いやすいことも踏まえ、様々な被害の具体例や対処方法等についての出前講座を高等学校と連携して行います。

#### ○ 大学・専門学校期における消費者教育

大学生等は、初めて契約の主体となり、社会経験が浅いことから、様々なトラブルに巻き込まれる可能性が高い時期です。消費者被害の被害者や加害者になることがないよう、学生に対して効果的にアナウンスできる入学時ガイダンスの機会に啓発を行うなど、大学等と連携した取組を実施します。

### 基本施策 2

### 地域社会における消費者教育の推進

本市の市民センターは、地域の人々にとって、身近な学習・交流の場となっており、消費者問題に関する普及・啓発に関しても大きな役割を果たして

います。また、市消費生活センターは、地域の会合やサークル、消費者団体等の要請を受け、消費者問題に関する出前講座を行っています。

消費者問題は、地域の抱える課題でもあり、講座の参加者が習得した成果が地域社会に還元されることは、被害の未然防止、解決にもつながります。また、地域コミュニティ活動の参加者同士が、消費者問題に関する知識を持ち寄り、注意喚起をし合うことは、地域における啓発や意識の向上にもつながります。消費者問題は、日々の生活に直結する課題であることから、多くの人が主体的に知識や判断力を身に付け、実践的な能力を育てていくことができるよう、地域と連携しながら、取組を推進します。

### 【主な取組】

#### ○ 地域における消費者教育の機会の充実

市民センターで行われている高齢者学級をはじめとする生涯学習講座等において、出前講座を実施するなど、学習の機会の充実を図ります。

#### ○ 地域コミュニティとの連携

市民センターは、地域コミュニティ活動の拠点であるとともに、各種証明書発行の窓口であることから、多くの市民が集まります。また、地区会や町内会・自治会には、回覧板等の独自の情報ネットワークがあります。これらの施設や手段を活用し、チラシやパンフレットの配布、消費生活に関する情報の周知を行い、地域における啓発等に取り組みます。

#### ○ 町内会・自治会長等に対する研修の実施

詐欺をはじめとした高齢者の被害の実例や対処方法等について、水戸市住みよいまちづくり推進協議会と連携しながら、地区会長及び町内会・自治会長等への研修を行います。

#### ○ 消費者団体による啓発講座の実施

地域に根ざした活動を行っている消費者団体による学習会等を協働で開催します。

#### ○ 消費者サポーターによる啓発

消費者市民社会の推進に意欲のある水戸市消費者サポーターが、各地域における啓発や見守り活動に積極的に取り組めるよう支援し、連携を図り

ます。

### ○ 消費者月間事業の実施

毎年5月の消費者月間において、消費者月間市民のつどいを実施するなど、市、事業者、事業者団体、消費者、消費者団体が一体となって、消費者市民社会の実現に向けた取組を行います。

## 基本施策 3

### 高齢者や障害者等への消費者教育の推進

高齢化が進む中、本市の相談状況においても60歳以上の相談件数が過半数を超え、高齢者が振り込め詐欺等の被害に遭遇するケースが増加しています。高齢者や障害者等のうち、消費者問題に対して十分な判断をすることができない方々においては、自分がトラブルに遭っているという認識の低さから被害が潜在化しやすく、より深刻になることがあるため、被害防止のための取組が必要です。

被害防止のためには、高齢者や障害者自身が、消費者教育を受ける必要性を認識することが重要であることから、出前講座や各地区の敬老会等の機会を活用して情報提供をするなど、必要な情報を必要な人へ届けられるよう周知に取り組みます。また、高齢者や障害者だけでなく、見守り活動を行う方々に対しても、被害の発生、拡大を未然に防ぐための消費者教育を推進していきます。さらには、高齢者等が近所の方々を見守る立場にもなり得ることから、身近なコミュニティにおける見守りの重要性についての認識を高める啓発に取り組みます。

本市においては、支援を必要とする方が住み慣れた場所で安心して暮らせるように、地域の団体や事業者等による「水戸市安心・安全見守り隊」を2013（平成25）年1月に発足し、179団体（2019（令和元）年9月現在）が活動に取り組んでいます。こうした取組や地域の創意工夫による独自の活動に対して、市消費生活センターからの積極的な情報提供や最新の消費者被害対策についての出前講座を開催するなど、支援活動の充実を図ります。

### 【主な取組】

#### ○ 見守りネットワークの活用・充実

「水戸市安心・安全見守り隊」による見守り活動を引き続き実施すると

ともに、支援を必要とする人に対して、支援団体と積極的に連携しながら消費者被害の未然防止を図るほか、消費者安全確保地域協議会を設置するなど、高齢者等に対する支援体制のさらなる強化に取り組みます。

#### ○ 民生委員等に対する研修の実施

民生委員や地域において高齢者等を支える各種団体に消費者被害の実例を紹介するなど、情報提供や研修を実施します。

#### ○ 障害者施設等との連携

障害者が狙われやすい被害の実例等について、障害者施設や障害者団体への各種情報の提供を行います。

#### ○ 高齢者クラブとの連携

高齢者クラブにおける会員相互のネットワークを活用し、消費者問題の情報提供を行います。

#### ○ 訪問支援等による啓発機会の充実

民生委員による訪問活動や市消費生活センターによるスーパー等の商業施設での街頭キャンペーンなど、積極的な啓発活動を行います。

### 基本施策 4

### 家庭における消費者教育の推進

消費者被害を未然に防ぐためには、暮らしの基本である「家庭」において、正しい知識や情報を共有することが重要です。

子どもに対しては、金銭や物を大切に扱う意識を身につけさせること、環境や食に関する知識を教えること、スマートフォン等の情報通信機器の使い方のルールを決めること等が重要です。そして、それらを通して、子どもと保護者が消費生活について一緒に考え、学んでいくことが大切です。

また、家族間において、消費者被害に関する情報を伝え合い、認識を高めるとともに、異変があった場合に、すぐに気づくことができるようにすることが重要です。

そのため、様々な場において、保護者に対する学習の機会を提供するほか、市のホームページ等による情報発信、関係団体や学校に対する情報提供を図

るなど、家庭における消費者教育の促進に取り組みます。

#### 【主な取組】

##### ○ 子育て支援センター等との連携

地域に密着する市民センター子育て広場や子育て支援・多世代交流センターである「わんぱーく・みと」及び「はみんぐぱーく・みと」における啓発に取り組みます。

また、児童の放課後や長期休暇中の生活、遊びの場である「開放学級」や「学童クラブ」、「放課後子ども教室」等においても、啓発に取り組みます。

##### ○ 家庭教育学級との連携

家庭教育のあり方を見つめ直してもらうため、幼稚園や小学校等の拠点で実施している家庭教育学級において、子どもの生活習慣、生活能力、思いやりや善悪の判断、社会的なマナーなど、消費生活につながる基礎的な資質や能力を育成する教室を実施します。

##### ○ 子ども教室との連携

夏休み等を利用して市民センターで行われている子ども教室において、消費生活に関する講座を実施します。

##### ○ ホームページ等による情報発信

消費生活や消費者教育の情報を、家庭でも得ることができるよう、市のホームページ等の内容の充実に取り組みます。

## 基本施策 5

## 職域における消費者教育の推進

事業者に対する消費者からの苦情や不満を未然に防ぐとともに、消費者から寄せられた声を顧客満足度の向上に活かすためには、事業者やその従業員への消費者教育が必要です。

また、公正かつ持続可能な社会の形成に貢献するための事業活動として、情報提供や商品・サービスの開発に取り組むことは、健全な市場の実現にもつながるとともに、事業者の社会的責任（CSR）の観点からも必要です。

事業者が消費者教育への理解を深め、従業員に対する研修の実施や講習会の受講を促進することは、職域全体における消費者教育に関する認識の向上につながるため、事業者に対し、研修機会や情報を提供するとともに、自主的な取組の支援を行います。

#### 【主な取組】

##### ○ 出前講座等の実施

事業者や商工会議所等の事業者団体に対し、消費生活に関する研修会の開催を積極的に働きかけるとともに、消費生活に関する啓発用 DVD の貸出しを行うなど、事業者と連携を図りながら消費者教育に関する取組を支援します。

##### ○ 消費者教育の実践事例の紹介

事業者に対し、優良な実践事例を紹介し、積極的な消費者教育に取り組みやすい環境づくりを支援します。

##### ○ 消費者と事業者の交流

消費者と事業者の信頼関係に基づいた公正な市場が確保されていることは、事業者にとっても有益であるため、消費者と事業者との相互理解を深めることを目的とした交流事業等を実施します。

#### 基本方針1 ライフステージに応じた教育環境の充実による消費者の自立支援における目標指標

| 目標指標                 | 現況(2018 年度) | 目標値(2023 年度) |
|----------------------|-------------|--------------|
| 消費生活に関する講座等の参加者数(年間) | 4,801 人     | 6,000 人      |

## 2 消費者教育を推進する担い手の育成と連携の強化

---

### 基本施策 1

#### 教職員の消費者教育に関する知識と理解の向上

学校における消費者教育は、社会科、家庭科など、それぞれの視点から行うとともに、学校生活を通じて行うこともできることから、学校の教職員には、今後の社会を担う子ども達に対する消費者教育の推進役としての役割が期待されています。

教職員の職務内容、経験等に応じた研修の充実により、知識と理解の向上を図るなど、教育委員会をはじめ関係機関と連携しながら、学校における消費者教育の充実に取り組みます。

#### 【主な取組】

##### ○ 研修機会の充実

教職員対象の消費者教育に関する研修会を開催するなど、消費者教育に関する知識と理解を効果的に深めることができるよう、様々な研修機会の充実を図ります。

##### ○ 指導事例の情報提供

教職員に対し、消費者教育ポータルサイトを活用した消費者教育の実施を促すとともに、全国各地の実施事例や消費生活に関する最新情報の提供を行います。

##### ○ 教職員と市消費生活センターとの連携

社会情勢を踏まえた消費者教育を展開するため、市消費生活センターと教育委員会、学校、教職員が連携し、授業内容等の共有を図ります。

### 基本施策 2

#### 地域における担い手の発掘・育成

消費者被害の未然防止や早期発見には、地域のコミュニティが大きな役割を担います。地域コミュニティ活動には、世代や職域の異なる様々な人が参加しており、参加者同士が、消費者問題に関して互いの知識を持ち寄り、注

意喚起をし合うことは、地域における啓発や意識の向上につながります。そのため、地域による共助・近助の体制が整えられ、効果的な消費者教育が行われるよう、地域において中心的な役割を果たす地区会長や町内会・自治会長のほか、消費者問題の解決・防止のための学習や地域に根ざした活動を展開している消費者団体が担い手となれるように研修等を実施します。

また、孤立しがちな単身の高齢者や障害者など、配慮が必要な消費者の被害防止には、その支援者の役割が重要になります。そのため、民生委員や介護福祉士、日頃から戸別訪問を行う民間事業者のほか、高齢者等を支える各種団体など、支援者を対象にした研修の実施や情報提供等を行います。

#### 【主な取組】

##### ○ 町内会・自治会長等に対する研修の実施（再掲）

詐欺をはじめとした高齢者の被害の実例や対処方法等について、水戸市住みよいまちづくり推進協議会と連携しながら、地区会長及び町内会・自治会長等への研修を行います。

##### ○ 民生委員等に対する研修の実施（再掲）

民生委員や地域において高齢者等を支える各種団体に消費者被害の実例を紹介するなど、各種情報提供や研修を実施します。

##### ○ 消費者団体に対する研修の実施

消費者教育の担い手となるよう、消費者団体を対象にした研修等を実施します。

##### ○ みと消費者市民大学の実施による担い手の発掘・育成

消費者教育の新たな担い手として被害の防止や消費者の自立支援に向け活動し、消費者市民社会の形成に参画する市民（水戸市消費者サポーター）を養成するため、みと消費者市民大学を開講します。

### 基本施策 3

### 相談体制の充実と各主体との連携強化

市消費生活センターでは、日常的に消費者からの相談を受けており、相談員は専門的な知識や経験を有することが必要であることから、国民生活セン

ター等からの情報提供や研修会への参加による知識の習得を図り、最新情報を踏まえた相談対応や分かりやすい出前講座を開催します。

また、消費者団体は、これまで消費者問題に自主的に取り組むとともに、消費生活の実態に即し、消費者として意見を表明する等の活動を行っています。そのため、より広範な消費者への情報提供を行うことができるよう、連携を強化していきます。

さらに、消費者を取り巻く環境は大きく変化し、消費者問題が複雑・多様化する中、学校、地域、家庭、職域等の様々な場において、消費者教育について主体的に活躍できる人材が必要となることから、人材の育成や活用の方法等について、市、事業者、事業者団体、消費者、消費者団体をはじめ、弁護士等専門家を含めた様々な主体が相互に連携・協働した取組を推進します。

#### 【主な取組】

##### ○ 消費生活相談員の育成

全国的な相談事例や最新の消費者問題など、より実践的な内容の出前講座を実施するため、相談員が研修等を受けやすい環境づくりを進め、消費生活相談員の育成を推進します。

##### ○ 消費者団体との連携

消費者団体との協働による講座を開催するなど、連携を深めるとともに、消費者団体における啓発活動等の主体的な取組を支援します。

##### ○ 消費者と事業者の交流（再掲）

消費者と事業者の信頼関係に基づいた公正な市場が確保されていることは、事業者にとっても有益であるため、消費者と事業者との相互理解を深めることを目的とした交流事業等を実施します。

#### 基本方針2 消費者教育を推進する担い手の育成と連携の強化における目標指標

| 目標指標             | 現況(2018 年度) | 目標値(2023 年度) |
|------------------|-------------|--------------|
| 水戸市消費者サポーターの登録者数 | 34 人        | 100 人        |

### 3 消費者教育に関する教材の提供及び情報発信等の充実

---

#### 基本施策 1

#### 消費者教育に使用される教材等の充実と情報発信

消費者教育を推進するに当たり、学校では教科書を中心に授業等が行われ、地域、家庭、職域等では市消費生活センターや国の刊行物、関連するホームページが活用されるなど、様々な場において、様々な教材が使われています。

一方で、市が行ったアンケート（表 2）においては、社会の変化に合わせた教材を準備できない幼稚園や小・中学校の割合が高いことから、効果的な消費者教育を実施するため、最新のチラシやパンフレットのほか、関連図書や視聴覚教材の充実を図ります。

また、同アンケートからは、教職員の消費者教育に関する指導力向上のためには教材等が必要であること、消費者教育の効果を高めるためには家庭との連携が必要であることなどの回答が多かったことを踏まえ、消費者教育に役立つ指導事例の提案や家庭で一緒に学べるような教材の提供など、教育現場を支援します。

学校、地域、家庭、職域等の様々な場において、消費者教育に使用される教材が有効に活用されるよう、対象者の年齢等の特性に配慮しつつ、消費者教育に関連する実務経験を有する者の意見を反映した教材の作成及びその効果的な提供に努めます。

#### 【主な取組】

##### ○ 各年代に合わせた教材の充実

最新事例を踏まえて、「中学生のための消費者教育副読本」（2011（平成 23）年度作成）の内容を改訂するなど、園児、児童、生徒の各年代に合わせた教材の充実を図ります。

##### ○ 貸出用教材の充実

消費者教育に関する様々なニーズに対応できるよう、市消費生活センターにおいて、消費生活に関する図書や啓発用 DVD 等の教材を整備し、随時貸出しを行える体制を整えます。

消費者問題は、全国的に共通する課題であり、国、県、市町村をはじめ、各市町村の学校、地域、家庭、職域など、様々な場で、工夫を凝らした消費者教育が行われています。その中には実践しやすい教育の事例や効果的な教材も多くあることから、先進事例の収集と積極的な情報発信に努めます。

#### 【主な取組】

##### ○ ICT を活用したサービス等に対する啓発（新規）

SNS 等の利用によるトラブルの注意喚起やスマートフォン等の情報通信機器の適切な使い方、情報モラルに関する啓発を図ります。また、今後、普及が進み、多様化が見込まれるキャッシュレス決済等の ICT を活用した新たなサービスに対する不安やトラブルに対応するため、消費者にとって必要な情報の十分な周知・啓発に取り組みます。

##### ○ ホームページの充実

市消費生活センターに直接来所できない方々が、適切な情報を得られるように、また、消費者教育を行う者が、その対象者や内容に適合した情報が得られるように、消費者問題に関する最新情報を掲載するなど、ホームページの充実を図ります。

##### ○ 各種媒体を使った情報提供

市消費生活センターや市の広報紙、SNS 等を活用した啓発や注意喚起が効果的であることから、関係機関と連携しながら情報提供を行います。

##### ○ 見守りネットワークの活用・充実（再掲）

「水戸市安心・安全見守り隊」による見守り活動を引き続き実施するとともに、支援を必要とする人に対して、支援団体と積極的に連携しながら消費者被害の未然防止を図るほか、消費者安全確保地域協議会を設置するなど、高齢者等に対する支援体制のさらなる強化に取り組みます。

##### ○ 事業者、事業者団体からの情報提供

消費者が商品やサービスを選択する際に役立つ、正しい使い方・選び方、製品の基礎知識等について、事業者からの情報発信を促します。

## ○ 資料や啓発品の作成

高齢者や障害者等にも分かりやすく、日常生活での被害防止に効果的なチラシ・パンフレット等の啓発品を作成します。

### 基本施策 3

### 持続可能な消費に関する啓発・取組

SDGs が、2015（平成 27）年 9 月に国連の「持続可能な開発サミット」で採択され、「誰一人取り残さない」社会の実現に向けて、17 の持続可能な開発目標を達成する取組が世界中で行われています。

本市でも、「健全で豊かな消費生活都市宣言」の中で、「地球環境の保全とともに、生活の向上、地域経済の発展に向け、それぞれが身近なところから消費行動や事業活動に取り組み、消費者市民社会を構築していく」としています。

持続可能な社会の構築に向けた消費者教育の充実に取り組むとともに、自らの消費活動が社会や地球環境に及ぼす影響について、市民の一層の意識醸成を図るため、その趣旨や概念の普及、関連する取組に関する啓発活動を推進します。

#### 【主な取組】

## ○ 消費生活から見た SDGs の周知・啓発（新規）

国際的な課題に対する意識と消費行動が社会に与える影響についての理解の向上が図られるよう、世界共通の目標である SDGs と日常の消費生活との関連について、具体的な事例を踏まえながら、周知・啓発に取り組みます。

## ○ エシカル消費に関する啓発（新規）

市民の多くが、フェアトレードや食品ロスの削減等に関心を持ち、地球環境や人と社会・地域のことを考慮しながら、物を購入し、消費する意識が育まれるよう、出前講座はもとより、イベントや講演会等の機会を捉えながら、普及・啓発活動に取り組みます。

## ○ 各主体と連携した機運の醸成（新規）

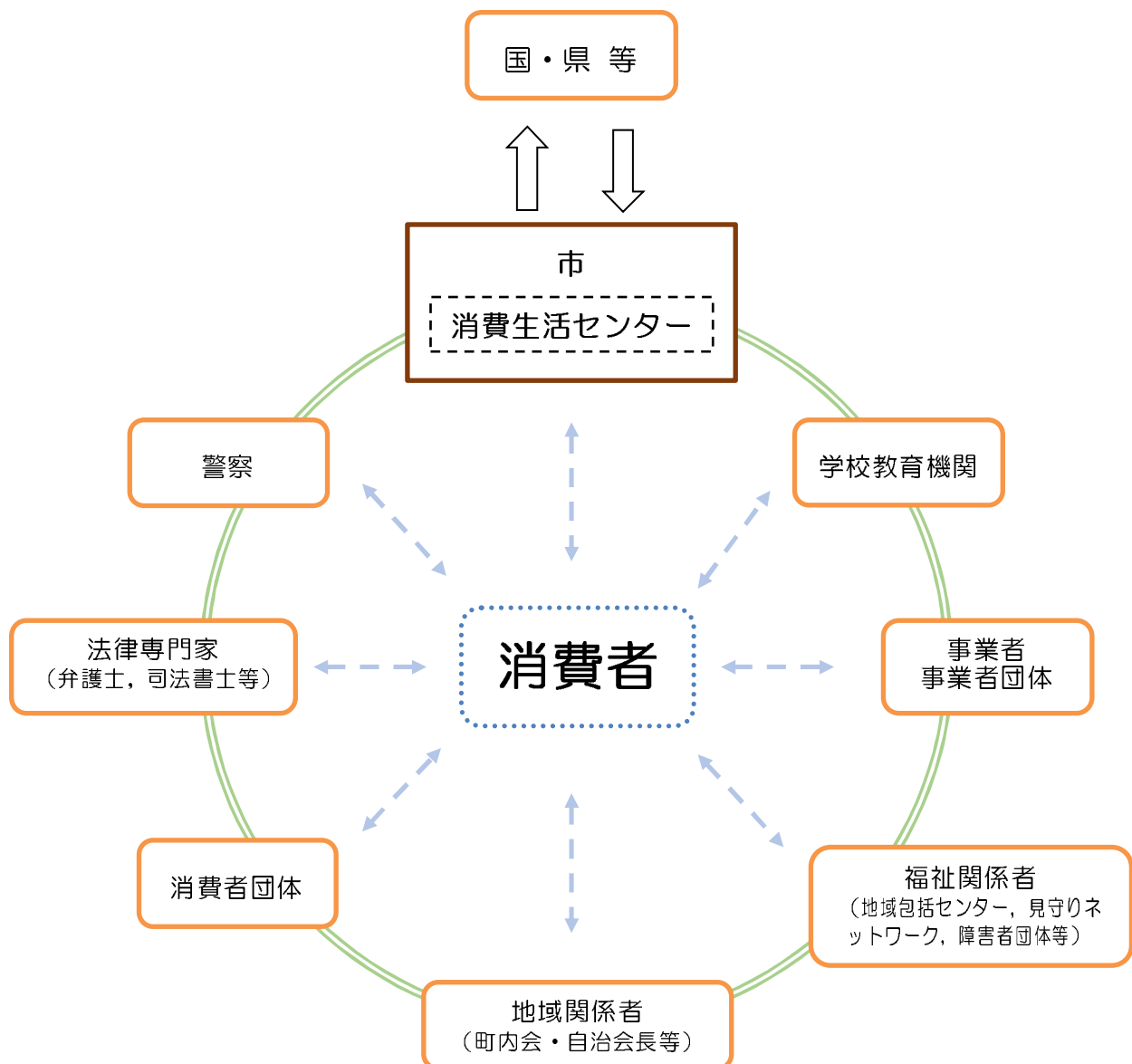
消費者市民社会の構築に向けた市民の機運の醸成には、市のみならず、

学校，地域，家庭，職域，さらには，消費者団体，市民団体など，様々な分野での呼びかけや活動が不可欠であることから，各主体間の連携を促進しながら，活動の支援に取り組めます。

## 第5章 推進体制と進行管理

### 1 推進体制

本計画を着実に推進するため、市庁内のネットワークを強化するとともに、市、事業者、事業者団体、消費者、消費者団体等が相互に連携、協力を行います。また、国や県とも連携を図りながら、各種取組を行います。



【 図 15 推進体制 】

## 2 他の消費生活に関連する教育との連携

---

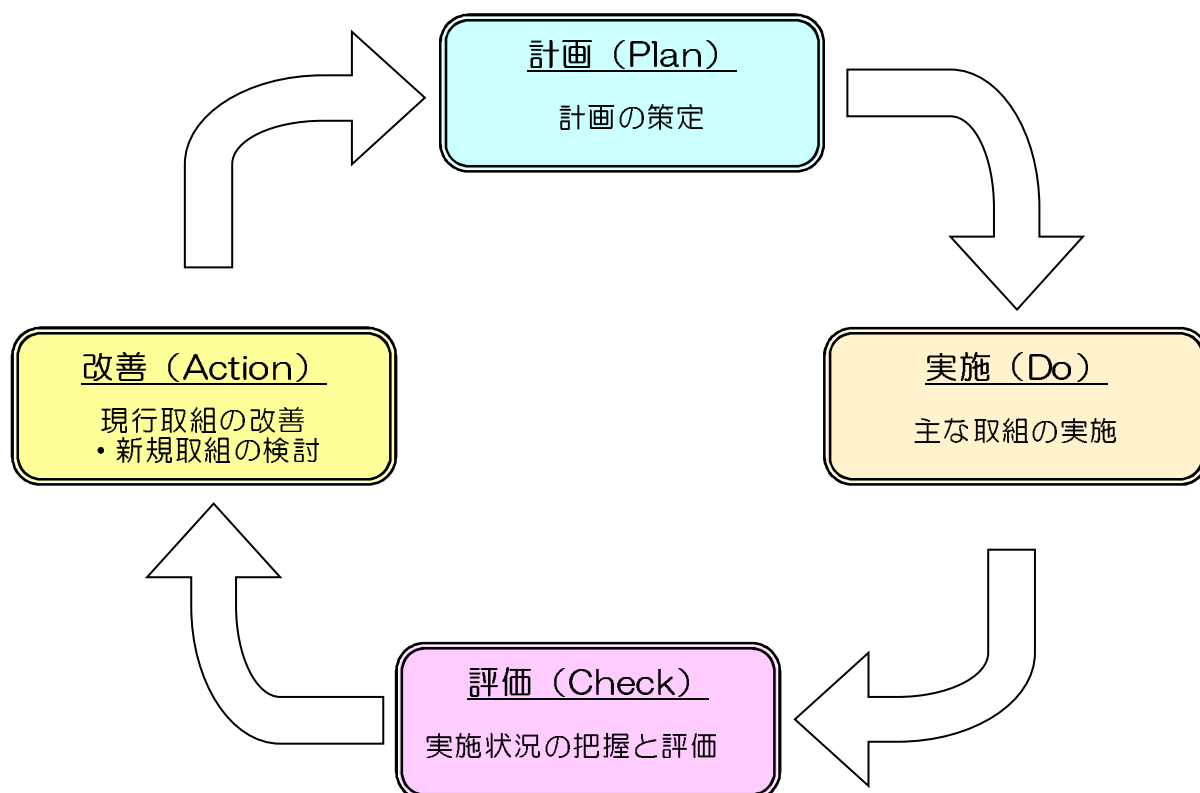
消費者の自立を支援し、また、消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるには、最新の社会経済情勢、国際理解教育、環境教育、食育などとの関連の中で、消費生活に関連する教育を実施していくことが必要です。

これらの教育と消費者教育の関係を明確にしながら、連携して効果的に消費者教育を推進します。

## 3 進行管理

---

施策の実施状況の検証を市消費生活センターと連携して行い、次年度への効果的な事業の実施へつながるようにするなど、適切な進行管理を行います。



【 図 16 PDCA サイクルのイメージ 】





# 1 用語解説

| 用語               | 説明                                                                                                                                                       |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ICT              | Information and Communication Technology（情報通信技術）の略<br>情報技術を使ったコミュニケーションのこと                                                                               |
| SDGs             | Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の略<br>2015（平成 27）年 9 月に国連の持続可能な開発サミットで採択された，経済・社会・環境をめぐる広範な課題について，全ての関係者の役割を重視し，「誰一人取り残さない」世界の実現を目指す 17 の国際目標のこと |
| SNS              | Social Networking Service の略<br>インターネットを介して利用者のコミュニケーションを可能とする Web サービスのこと                                                                               |
| エシカル消費           | 人や社会・環境に配慮したものやサービスを選んで消費すること                                                                                                                            |
| 消費者安全確保<br>地域協議会 | 高齢者，障害者，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ため，消費者安全法に規定される見守りネットワークのこと                                                            |
| 消費者教育<br>ポータルサイト | 消費者庁が運営する消費者教育に関する様々な情報を提供するサイトのこと                                                                                                                       |
| 消費者市民社会          | 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のこと                          |
| 電子決済             | 商品やサービスの支払いを，現金ではなく，電子マネーなどの電子データを用いて支払う仕組みのこと                                                                                                           |
| 電子マネー            | 情報通信技術を活用した支払い手段の一種で，電子化されたお金のこと                                                                                                                         |
| フェアトレード          | 開発途上国で作られた作物や製品を適正な価格で取引することにより生産者の自立を支える仕組みのこと                                                                                                          |

## 2 計画と SDGs との関連

本計画では、持続可能な社会の形成に参画できる自立した消費者の育成を図りながら、消費者市民社会の実現を目指しています。SDGs の 17 目標においては、「目標 12 つくる責任 つかう責任」に関連するとともに、消費者教育を推進し、持続可能な社会の形成に取り組むことは、その他の目標の達成にも貢献することになります。



【17 の持続可能な開発目標】

### 3 計画策定に係る経過の概要

| 年 月 日                             | 内 容                                                                             |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 平成 31 年 4 月 26 日                  | 関係課長会議<br>・ 水戸市消費者教育推進計画（第 2 次）策定基本方針（案）について                                    |
| 令和元年 5 月 27 日                     | 政策会議<br>・ 水戸市消費者教育推進計画（第 2 次）策定基本方針（案）について                                      |
| 令和元年 6 月 7 日                      | 令和元年度第 1 回水戸市消費生活審議会<br>・ 水戸市消費者教育推進計画の策定について諮問<br>・ 水戸市消費者教育推進計画（第 2 次）の策定について |
| 令和元年 7 月 8 日                      | 水戸市消費者教育推進計画に係るアンケート                                                            |
| 令和元年 9 月 30 日                     | 関係課長会議<br>・ 水戸市消費者教育推進計画（第 2 次）（素案）について                                         |
| 令和元年 10 月 16 日                    | 令和元年度第 2 回水戸市消費生活審議会<br>・ 水戸市消費者教育推進計画（第 2 次）（素案）について                           |
| 令和元年 11 月 15 日                    | 関係課への意見照会<br>・ 水戸市消費者教育推進計画（第 2 次）（素案）について                                      |
| 令和元年 12 月 25 日                    | 政策会議<br>・ 水戸市消費者教育推進計画（第 2 次）（素案）について                                           |
| 令和元年 12 月 27 日                    | 審議会委員への意見照会<br>・ 水戸市消費者教育推進計画（第 2 次）（素案）について                                    |
| 令和 2 年 1 月 9 日<br>～令和 2 年 2 月 7 日 | 意見公募手続き                                                                         |
| 令和 2 年 3 月 6 日                    | 令和元年度第 3 回水戸市消費生活審議会<br>・ 水戸市消費者教育推進計画（第 2 次）（案）について                            |
| 令和 2 年 3 月 26 日                   | 庁議<br>・ 水戸市消費者教育推進計画（第 2 次）（案）について                                              |

#### 4 計画策定に係る審議体制

##### 水戸市消費生活審議会委員名簿

| 氏名     | 所属          | 区分    | 備考  |
|--------|-------------|-------|-----|
| 谷萩 八重子 | 内原町くらしの会    | 消費者団体 |     |
| 中村 眞一  | 水戸商工会議所     | 事業者団体 |     |
| 斉藤 学   | 茨城県消費生活センター | 関係団体  |     |
| 田山 知賀子 | 水戸市消費生活センター | 関係団体  | 副会長 |
| 足立 勇人  | 弁護士         | 学識経験者 | 会長  |
| 井上 拓也  | 茨城大学人文社会科学部 | 学識経験者 |     |
| 元濱 昭二  | 双葉台中学校（社会科） | 学識経験者 |     |
| 富永 幸枝  | 浜田小学校（家庭科）  | 学識経験者 |     |

（順不同，敬称略）

## 5 消費者行政に関する法令

### 水戸市消費生活条例

#### 目次

- 第1章 総則(第1条―第8条)
- 第2章 消費者への支援等(第9条―第16条)
- 第3章 消費者教育(第17条―第19条)
- 第4章 表示等の適正化(第20条―第24条)
- 第5章 危害の防止(第25条―第27条)
- 第6章 不当取引の防止(第28条―第32条)
- 第7章 消費生活審議会(第33条―第40条)
- 第8章 雑則(第41条)

#### 第1章 総則

##### (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鑑み、消費者の利益の擁護及び増進について、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、市、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体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その他必要な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施策の推進を図り、もって市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2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、その健全な消費生活を営むことができる環境が確保される中で、次の各号に掲げる事項が消費者の権利であることを尊重し、消費者市民社会（消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号。以下「消費者教育推進法」という。）第2条第2項に規定する消費者市民社会をいう。以下同じ。）の実現に向けて、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なければならない。

- (1) 消費者の安全が確保されること。
- (2) 商品及びサービス（以下「商品等」という。）について適正な表示等が行われることにより、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) 消費者に対し、必要な情報が適切に提供されること。
- (4) 消費者に対し、消費者教育（消費者教育推進法第2条第1項に規定する消費者教育をいう。以下同じ。）の機会が提供されること。
- (5) 消費者の意見が消費者施策に反映されること。
- (6) 消費者被害の発生が未然に防止され、消費者被害から適切かつ迅速に救済されるこ

と。

- 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 消費者施策の推進は、事業者による不適正な取引行為による消費者被害を防止するため、高齢者その他の取引上特に不利な立場に置かれやすい者に配慮して行わなければならない。
- 4 消費者施策の推進は、高度情報通信社会及び国際化の進展に的確に対応することに配慮して行わなければならない。
- 5 消費者施策の推進は、環境の保全に配慮して行わなければならない。

(市の責務)

第3条 市は、前条の基本理念にのっとり、関係機関と相互に連携及び協力をして、消費者施策を推進する責務を有する。

(事業者の責務)

第4条 事業者は、第2条の基本理念に鑑み、その供給する商品等及び事業活動について、次の各号に掲げる責務を有する。

- (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、消費者の知識、経験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) 環境の保全に配慮すること。
  - (6) 市が実施する消費者施策に協力すること。
- 2 事業者は、その供給する商品等の質の向上、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準の作成等により消費者の信頼を確保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なければならない。

(事業者団体の責務)

第5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事業者が消費者の信頼を確保するための活動の支援に努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めなければならない。

(消費者の責務)

第6条 消費者は、自ら進んで、消費生活に関する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るとともに、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。

(消費者団体の責務)

第7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、消費者教育の推進のための活動、消費者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なければならない。

(相互協力)

第8条 第3条から前条までに定めるもののほか、市、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体は、相互に連携及び協力をして、消費者の利益の擁護及び増進に努めなければならない。

第2章 消費者への支援等  
(情報の収集及び提供)

第9条 市長は、消費生活に関する情報を収集するとともに、消費者に必要な情報を適切かつ迅速に提供するものとする。

(消費者の特性への配慮等)

第10条 市長は、年齢その他の特性により特に配慮が必要な消費者に対する支援を行うときは、当該消費者が日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し協力を求める等によりその特性に応じた支援を行うものとする。

(安定供給の確保)

第11条 市長は、日常生活に必要な商品等が不足し、又はその価格が著しく高騰し、若しくは高騰するおそれがあると認めるとき（以下この条において「日常生活に必要な商品等の不足時等」という。）は、当該商品等を供給する事業者又は事業者団体に対し、当該商品等が消費者に安定して供給されるために必要な措置を講ずるよう要請することができる。

2 市長は、関係機関と連携及び協力をして日常生活に必要な商品等が消費者に安定して供給されるよう努めなければならない。

3 事業者は、日常生活に必要な商品等の不足時等において、日常生活に必要な商品等の安定した供給を確保するため、自ら進んで適正な取引行為の推進その他必要な措置を講ずるよう努めなければならない。

4 消費者は、日常生活に必要な商品等の不足時等において、自ら消費生活の安定及び向上を妨げることのないよう、必要な情報を収集し、冷静かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

(消費者団体の支援)

第12条 市長は、消費者の利益の擁護及び増進を図るために消費者団体が自主的に行う調査、研究学習等の活動に対して、必要な支援を行うものとする。

(消費者の意見等の反映)

第13条 市長は、消費生活に関する消費者の意見、要望等を市が実施する消費者施策に反映するよう努めなければならない。

(苦情の処理)

第14条 市長は、消費者からの事業者に対する苦情の申出があったときは、相談に応じるとともに、速やかに当該苦情を解決するため、助言、あっせんその他必要な措置を講ずるものとする。

2 市長は、苦情の処理を行うに当たっては、関係機関との連携に努めるものとする。

(専門的な人材の確保等)

第15条 市長は、苦情を専門的知見に基づき適切かつ迅速に処理するため、専門的知識及び経験を有する相談員の確保、相談員の資質の向上その他の必要な施策を講ずるものと

する。

(消費生活センター)

第 16 条 市長は、市民の消費生活における利益の擁護及び増進を図るため、消費者安全法（平成 21 年法律第 50 号）第 10 条第 2 項の規定に基づき、水戸市消費生活センター（以下この条において「消費生活センター」という。）を設置する。

2 消費生活センターは、次の各号に掲げる業務を行う。

(1) 消費者安全法第 8 条第 2 項各号に掲げる業務

(2) 前号に掲げるもののほか、消費生活に関し市長が必要と認める業務

3 消費生活センターの運営について必要な事項は、市長が別に定める。

### 第 3 章 消費者教育

(消費者教育の推進)

第 17 条 市長は、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ため、消費者教育を推進するものとする。

2 市長は、消費者教育が幼児期から高齢期までの各段階及び学校、地域その他の様々な場において行われるよう必要な措置を講ずるものとする。

(人材の育成等)

第 18 条 市長は、消費者教育に携わる人材の育成、消費者教育に使用される教材等の充実に努めるものとする。

(消費者教育推進計画)

第 19 条 市長は、消費者教育に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、消費者教育の推進に関する計画（以下「消費者教育推進計画」という。）を定めなければならない。

2 市長は、消費者教育推進計画の策定に当たっては、あらかじめ第 33 条に規定する水戸市消費生活審議会の意見を聴かななければならない。

3 市長は、消費者教育推進計画を策定したときは、これを公表しなければならない。

4 前 2 項の規定は、消費者教育推進計画の変更について準用する。

### 第 4 章 表示等の適正化

(表示の適正化)

第 20 条 事業者は、商品等の供給に当たり、消費者が当該商品等の購入又は利用に際してその選択を誤ることなく容易に識別でき、適正に使用し、又は利用できるよう、商品等の品質、機能、価格、量目等について適正な表示に努めなければならない。

(計量の適正化)

第 21 条 事業者は、商品等の供給に当たり、消費者が不利益を被ることがないように適正な計量に努めなければならない。

(包装等の適正化)

第 22 条 事業者は、商品等の供給に当たり、消費者が内容を誤認することがないように適正な包装及び容器の使用に努めなければならない。

2 事業者は、消費者に危害を及ぼすことがないように包装及び容器の安全性の確保に努めなければならない。

(広告等の適正化)

第 23 条 事業者は、その商品等について、虚偽又は誇大な表現その他消費者が選択を誤るおそれがある広告又は宣伝をしないよう努めなければならない。

(約款の適正化)

第 24 条 事業者は、商品等の供給に当たり約款を作成するときは、当該約款が不当に消費者に不利益を与え、又は消費者の権利を制限する内容とならないよう努めなければならない。

## 第 5 章 危害の防止

(欠陥商品等の供給の禁止)

第 25 条 事業者は、消費者安全法第 2 条第 4 項に規定する消費安全性を欠いた商品等（以下「欠陥商品等」という。）を消費者に供給してはならない。

(欠陥商品等に関する事業者の措置)

第 26 条 事業者は、その供給する商品等が欠陥商品等であると認めたときは、直ちに当該商品等について、その旨の公表、回収、改善その他の必要な措置を講じなければならない。

(欠陥商品等に関する公表)

第 27 条 市長は、欠陥商品等が消費者の生命、身体又は財産について重大な危害を発生させ、又は発生させるおそれがある場合において、当該欠陥が明白であり、かつ、危害の発生を防止するため緊急の必要があると認めるときは、法令又は他の条例（以下「法令等」という。）に基づく措置が速やかに講じられる場合を除き、当該欠陥商品等の名称、これを供給する事業者の名称及び所在地その他必要な事項を公表することができる。

## 第 6 章 不当取引の防止

(不当取引行為の指定)

第 28 条 市長は、事業者が消費者との間で行う取引に関する行為であって、商品等について消費者に不実のことを告げるもの、消費者を威迫するものその他消費者の利益を不当に害するおそれがあるものを不当取引行為として指定することができる。

2 市長は、前項の指定をしようとするときは、あらかじめ第 33 条に規定する水戸市消費生活審議会の意見を聴かなければならない。

3 市長は、第 1 項の規定による指定をしたときは、その内容を告示しなければならない。

4 前 2 項の規定は、不当取引行為の指定の変更又は取消しについて準用する。

(指定不当取引行為の禁止)

第 29 条 事業者は、前条第 1 項の規定により不当取引行為として指定された行為（以下「指定不当取引行為」という。）をしてはならない。

(資料の提出)

第 30 条 市長は、消費者と事業者との間で行われた取引における指定不当取引行為の有無について判断するため必要があると認めるときは、事業者又は消費者に対し、当該取引に関する資料の提出を求めることができる。

2 前項の規定により資料の提出を求められた事業者が、正当な理由がなく当該資料を提出しないときは、当該事業者が指定不当取引行為を行ったものとみなす。

(指導及び勧告)

第 31 条 市長は、指定不当取引行為を行った事業者に対し、当該指定不当取引行為の改善

その他必要な事項について指導し、又はあらかじめ第 33 条に規定する水戸市消費生活審議会の意見を聴いて勧告することができる。

(公表)

第 32 条 市長は、前条の規定による勧告を受けた事業者が正当な理由がなくその勧告に従わないときは、法令等に基づく措置が速やかに講じられる場合を除き、あらかじめ次条に規定する水戸市消費生活審議会の意見を聴いて当該事業者の名称、所在地、指定不当取引行為の内容その他必要な事項を公表することができる。

## 第 7 章 消費生活審議会

(設置)

第 33 条 市民の消費生活の安定及び向上を確保するため、水戸市消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

(所掌事項)

第 34 条 審議会は、市長の諮問に応じ、次の各号に掲げる事項を調査し、又は審議する。

- (1) 消費者教育推進計画の策定に関すること。
- (2) 第 28 条の規定による指定に関すること。
- (3) 第 31 条の規定による勧告に関すること。
- (4) 第 32 条の規定による公表に関すること。
- (5) 前各号に掲げるもののほか、市民の消費生活の安定及び向上に関すること。

(組織等)

第 35 条 審議会は、消費者団体、事業者団体その他の関係団体の役職員及び学識経験者のうちから、市長が委嘱する 10 人以内の委員をもって組織する。

- 2 委員の任期は、2 年とする。ただし、補欠により委嘱された委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 3 審議会に、委員の互選により会長及び副会長を置く。
- 4 会長は、審議会の会務を総理する。
- 5 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第 36 条 審議会は、会長が招集し、会長は、会議の議長となる。

- 2 審議会は、委員の 2 分の 1 以上の出席がなければ開くことができない。
- 3 審議会の議事は、出席委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(専門部会)

第 37 条 市長は、特別な事項を調査するため、専門部会(以下「部会」という。)を置くことができる。

- 2 部会の委員は、第 35 条第 1 項に規定する委員のうちから、会長が指名する。
- 3 部会に、部会長及び副部会長を置く。
- 4 部会長及び副部会長は、部会の委員の互選により選出し、部会の運営については、前条の規定を準用する。
- 5 部会において調査を行った場合は、当該調査の結果を審議会に報告するものとする。

(関係者の出席)

第 38 条 会議及び部会は、必要があると認めるときは、関係者の出席を求め、説明又は意見を聴くことができる。

(秘密を守る義務)

第 39 条 委員は、職務上知り得た秘密を他に漏らしてはならない。その職を退いた後も、また、同様とする。

(庶務)

第 40 条 審議会の庶務は、市民協働部において行う。

#### 第 8 章 雑則

第 41 条 この条例の施行について必要な事項は、規則で定める。

付 則

この条例は、平成 26 年 4 月 1 日から施行する。ただし、第 5 章及び第 6 章の規定は、同年 7 月 1 日から施行する。

付 則(平成 27 年 3 月 24 日条例第 9 号)

この条例は、平成 27 年 4 月 1 日から施行する。

# 消費者基本法

## 目次

第1章 総則（第1条—第10条の2）

第2章 基本的施策（第11条—第23条）

第3章 行政機関等（第24条—第26条）

第4章 消費者政策会議等（第27条—第29条）

## 附則

### 第1章 総則

#### （目的）

第1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2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3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4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5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。

- 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、消費者の知識、経験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 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6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7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8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9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。

- 1 長期的に講ずべき消費者政策の大綱

- 2 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 10 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 10 条の 2 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 2 章 基本的施策

(安全の確保)

第 11 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 12 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 13 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 14 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 15 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 16 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 17 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つ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 18 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 19 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20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21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22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23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3章 行政機関等

(行政組織の整備及び行政運営の改善)

第24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25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26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4章 消費者政策会議等

(消費者政策会議)

第 27 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。

1 消費者基本計画の案を作成すること。

2 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。

1 消費者基本計画の案を作成しようとするとき。

2 前項第 2 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 28 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。

1 内閣府設置法（平成 11 年法律第 89 号）第 11 条の 2 の規定により置かれた特命担当大臣

2 内閣官房長官、関係行政機関の長及び内閣府設置法第 9 条第 1 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 29 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 21 年法律第 48 号）第 6 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。

附 則 抄

1 この法律は、公布の日から施行する。

附 則 （昭和 58 年 12 月 2 日法律第 78 号）

1 この法律（第 1 条を除く。）は、昭和 59 年 7 月 1 日から施行する。

2 この法律の施行の日の前日において法律の規定により置かれている機関等で、この法律の施行の日以後は国家行政組織法又はこの法律による改正後の関係法律の規定に基づく政令（以下「関係政令」という。）の規定により置かれることとなるものに関し必要となる経過措置その他この法律の施行に伴う関係政令の制定又は改廃に関し必要とな

る経過措置は、政令で定めることができる。

附 則 （平成 11 年 7 月 16 日法律第 102 号） 抄

（施行期日）

第 1 条 この法律は、内閣法の一部を改正する法律（平成 11 年法律第 88 号）の施行の日から施行する。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。

2 附則第 10 条第 1 項及び第 5 項、第 14 条第 3 項、第 23 条、第 28 条並びに第 30 条の規定 公布の日

（職員の身分引継ぎ）

第 3 条 この法律の施行の際現に従前の総理府、法務省、外務省、大蔵省、文部省、厚生省、農林水産省、通商産業省、運輸省、郵政省、労働省、建設省又は自治省（以下この条において「従前の府省」という。）の職員（国家行政組織法（昭和 23 年法律第 120 号）第 8 条の審議会等の会長又は委員長及び委員、中央防災会議の委員、日本工業標準調査会の会長及び委員並びにこれらに類する者として政令で定めるものを除く。）である者は、別に辞令を發せられない限り、同一の勤務条件をもって、この法律の施行後の内閣府、総務省、法務省、外務省、財務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省若しくは環境省（以下この条において「新府省」という。）又はこれに置かれる部局若しくは機関のうち、この法律の施行の際現に当該職員が属する従前の府省又はこれに置かれる部局若しくは機関の相当の新府省又はこれに置かれる部局若しくは機関として政令で定めるものの相当の職員となるものとする。

（別に定める経過措置）

第 30 条 第 2 条から前条までに規定するもののほか、この法律の施行に伴い必要となる経過措置は、別に法律で定める。

附 則 （平成 16 年 6 月 2 日法律第 70 号） 抄

（施行期日）

1 この法律は、公布の日から施行する。

（検討）

2 消費者政策の在り方については、この法律の施行後 5 年を目途として検討が加えられ、その結果に基づいて必要な措置が講ぜられるものとする。

附 則 （平成 20 年 5 月 2 日法律第 27 号） 抄

（施行期日）

第 1 条 この法律は、公布の日から起算して一年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。

附 則 （平成 21 年 6 月 5 日法律第 49 号） 抄

（施行期日）

第1条 この法律は、消費者庁及び消費者委員会設置法（平成21年法律第48号）の施行の日から施行する。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。

1 附則第9条の規定 この法律の公布の日

（罰則の適用に関する経過措置）

第8条 この法律の施行前にした行為及びこの法律の附則においてなお従前の例によることとされる場合におけるこの法律の施行後にした行為に対する罰則の適用については、なお従前の例による。

（政令への委任）

第9条 附則第2条から前条までに定めるもののほか、この法律の施行に関し必要な経過措置（罰則に関する経過措置を含む。）は、政令で定める。

附 則 （平成24年8月22日法律第60号）

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。

# 消費者教育の推進に関する法律

## 目次

第1章 総則（第1条—第8条）

第2章 基本方針等（第9条・第10条）

第3章 基本的施策（第11条—第18条）

第4章 消費者教育推進会議等（第19条・第20条）

附則

## 第1章 総則

### （目的）

第1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2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3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9条第2項第3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4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5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21年法律第50号）第10条第3項に規定する消費生活センターをいう。第13条第2項及び第20条第1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。

（消費者団体の努力）

第6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7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8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2章 基本方針等

第9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4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。

- 1 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
- 2 消費者教育の推進の内容に関する事項
- 3 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
- 4 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43年法律第78号）第9条第1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4項から第6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 10 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 20 条第 2 項第 2 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 20 条第 2 項第 2 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 20 条第 1 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 3 項及び第 4 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 3 章 基本的施策

#### （学校における消費者教育の推進）

第 11 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 22 年法律第 26 号）第 1 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 3 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 12 条 国及び地方公共団体は、大学等（学校教育法第 1 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 16 条第 2 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 13 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 23 年法律第 198 号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和 26 年法律第 45 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事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 14 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 15 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 16 条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法第 11 条に規定する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。

(調査研究等)

第 17 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 18 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 4 章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

第 19 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。

- 1 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。

- 2 基本方針に関し、第 9 条第 5 項（同条第 8 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 11 年法律第 103 号）第 2 条第 1 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 2 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 20 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。

1 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。

2 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 2 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。

(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 26 年 6 月 13 日法律第 71 号) 抄

(施行期日)

第 1 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。

2 第 1 条中不当景品類及び不当表示防止法第 10 条の改正規定及び同法本則に 1 条を加える改正規定、第 2 条の規定（次号に掲げる改正規定を除く。）並びに附則第 3 条及び第 7 条から第 11 条までの規定 公布の日から起算して 2 年を超えない範囲内において政令で定める日



# 水戸市消費者教育推進計画(第2次)

令和2年5月発行

発行者 水戸市  
〒310-8610  
水戸市中央1丁目4番1号  
電話 029-224-1111(代表)

## 健全で豊かな消費生活都市宣言

わたしたちは、将来にわたり、誰もが幸せに暮らしていくことのできるまち・水戸の創造を目指し、健全で豊かな消費生活が送れる社会を実現していきます。

そのために、わたしたちは、安全で安心な消費生活が送れるよう消費者の権利を尊重します。そして、消費者も事業者も、地球環境の保全とともに、生活の向上、地域経済の発展に向け、それぞれが身近なところから消費活動や事業活動に取り組み、消費者市民社会を構築していきます。

ここに、水戸市を「健全で豊かな消費生活都市」とすることを宣言します。

平成27年4月1日

水 戸 市