

第3期さいたま市消費生活基本計画の策定について

答 申

令和2年7月

さいたま市消費生活審議会

目次

1	計画の基本的な考え方	
	(1) 基本理念	1
	(2) 計画の位置づけ	2
	(3) 計画期間	3
	(4) 計画の総合指標	3
2	消費生活をめぐる現状と課題	
	(1) 消費者行政の現状と消費生活相談の状況	4
	(2) 消費者を取り巻く環境の変化に伴う課題	16
3	施策の方向性と主要施策	
	(1) 「消費者の権利」と「施策展開の基本的方向」の関連	18
	(2) 計画の体系	19
4	施策展開の基本的方向と主要施策	
	(1) 消費者の安全・安心の確保	21
	(2) 自立した消費者の育成	27
	(3) 消費者被害への機動的な対応	33
	(4) 消費者意見の反映の促進	39
5	施策展開における重点事項	
	(1) 高齢者への支援の強化	42
	(2) 若年者への教育の推進・支援の強化	44
6	基本計画の実効性の確保	
	(1) 機動的な推進体制の充実・強化	45
	(2) 基本計画の調査・検証・評価・改善	45
	(3) 市民への情報発信	45
	(4) 国、埼玉県ほか地方公共団体及び他の関係機関並びに消費者団体、 事業者団体との連携	45
7	参考資料	
	(1) 本計画策定の経過	46

(2) さいたま市消費生活審議会委員名簿	47
(3) さいたま市消費生活条例	48
(4) 用語の解説	57

1 計画の基本的な考え方

(1) 基本理念

安心して安全で豊かな消費生活を営むことは、消費者の権利です。

このため、行政は消費者の権利の尊重と自立支援を基調とした施策を推進することが求められています。

また、事業者はこれに協力するとともに、消費者の視点に立って、安全な商品・サービスの供給、品質等の向上や消費者契約の適正化等により消費者の信頼を確保することが求められています。

一方、消費者は消費生活において自主的かつ合理的に行動することが求められています。行政、事業者及び消費者の相互の信頼を基調とし、連携することによって、「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」を目指します。

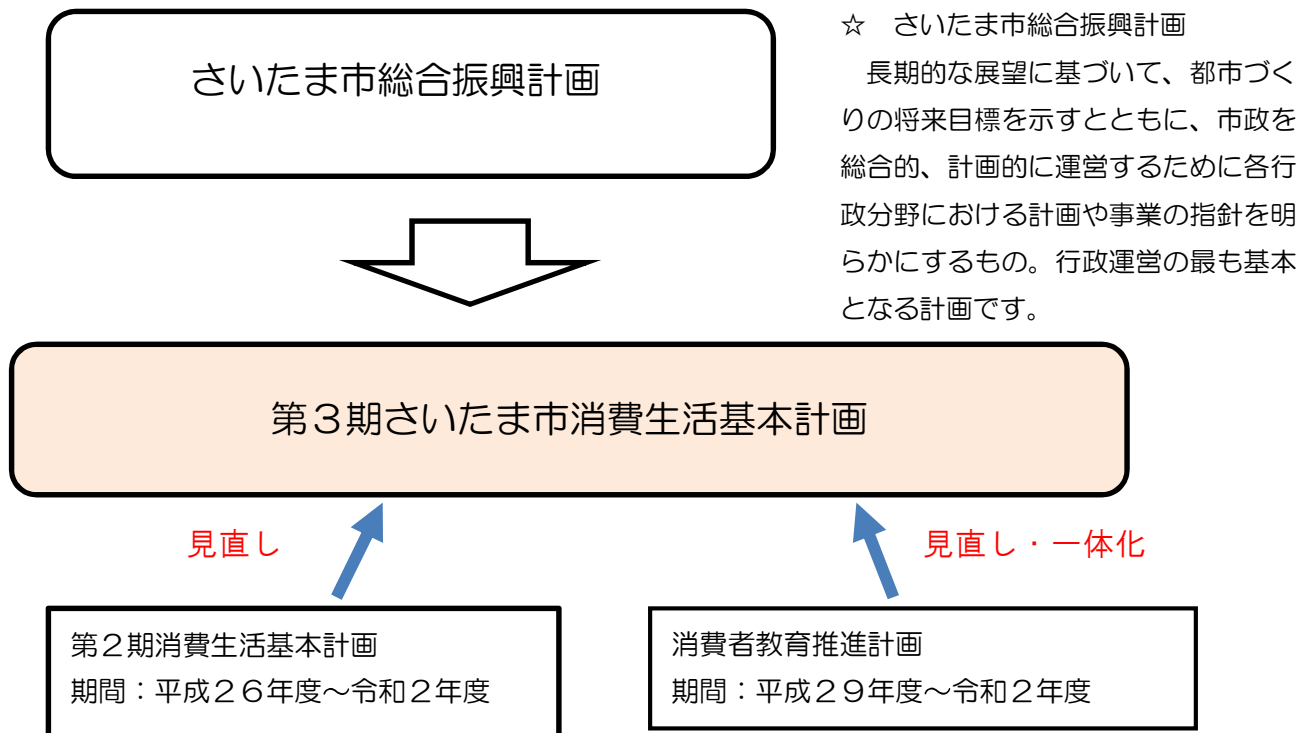
さいたま市消費生活条例第2条「基本理念」

1. 消費生活において、商品またはサービスによって、生命、身体及び財産を侵されない権利
2. 消費生活において、商品又はサービスについて、不当な取引条件を強制されず、不適正な取引行為を行わせない権利
3. 消費生活において、商品又はサービスについて、適正な表示等に基づいて選択をする権利
4. 消費生活を営む上で必要な情報が明確かつ速やかに提供される権利
5. 消費生活に関する必要な知識を修得し、及び消費者教育を受ける権利
6. 消費生活に関する市の施策及び事業者の*事業活動に、消費者の意見が十分に反映される権利
7. 消費生活において、商品若しくはサービス又はこれらの取引行為により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) 計画の位置づけ

第3期さいたま市消費生活基本計画（以下「第3期基本計画」という。）は、*消費者基本法第4条及びさいたま市消費生活条例第9条の規定に基づき、さいたま市における消費生活に関する施策について、総合的かつ計画的に推進していくための計画とします。また、*消費者教育の推進に関する法律第10条に基づく「さいたま市消費者教育推進計画」と「さいたま市第2期消費生活基本計画」（以下「第2期基本計画」という。）を一体化します。

また、さいたま市消費生活基本計画は、さいたま市総合振興計画の第3部「各分野の政策と施策」第5章「生活安全」第1節「安全・安心に暮らせる生活環境の形成」の施策展開として掲げられており、これを実現するための計画として位置付けられています。



(3) 計画期間

令和3年度から令和7年度までの5年間とします。

ただし、社会経済情勢の変化や基本計画の進捗状況に応じて、計画期間中であっても※さいたま市消費生活審議会の意見を聴いた上で必要な見直しを行うこととします。

(4) 計画の総合指標

「消費者トラブル対策が充実していると感じる市民の割合」

令和元年度 38% ⇒ 令和7年度 53%
(計画期間 令和3年度から令和7年度)

市民に安心して安全な消費生活を送ってもらうことが消費者行政の目的です。そのためには、消費者被害に関する情報を消費生活センターのホームページ、センターが作成し発行する情報紙、出前講座、セミナー等で提供し啓発を行い、被害を未然に防いだり、消費生活相談の充実を図り消費者被害の拡大を防止することがとても重要です。

一方、消費者トラブルとなると、「自分には関係ない」「自分は騙されない」と思いがちで、消費生活に対する意識・関心を高めることもとても重要です。

こうしたことから、この計画を推進する基本指標として「消費者トラブル対策が充実していると感じる市民の割合」を設定しました。

2 消費生活をめぐる現状と課題

(1) 消費者行政の現状と消費生活相談の状況

① 国の消費者施策の動向

平成21年9月に消費者行政の司令塔となる※消費者庁と、消費者行政に対して監視機能を有する第三者機関として※消費者委員会が設置され、また平成24年10月には生命身体事故等の原因等を調査する※消費者安全調査委員会が設置され、多様化・複雑化し、また急速に変化する社会情勢に対応し、消費者被害の防止に向けた法改正や体制整備など、様々な取組が進められてきました。

近年では、平成27年に国連サミットで※「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択されたことを受け、SDGsの理念である「誰一人取り残さない」持続可能な社会の実現に向けて、高齢者の消費者被害の防止、※エシカル消費（倫理的消費）の普及・促進などに取り組んでいます。

また、令和4年には、※成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることによる消費者被害拡大を防止するために、若年者への消費者教育推進の取組を進めています。

『主な消費者関連法の改正状況』

- ・平成16年 6月 消費者基本法 施行（消費者保護基本法を大幅改正）
- ・平成21年 9月 消費者庁及び消費者委員会設置法 施行
- ・平成21年 9月 ※消費者安全法 施行（消費者事故情報の通知・集約）
- ・平成21年12月 改正※特定商取引に関する法律 施行（指定商品等の原則廃止）
- ・平成22年 6月 改正※貸金業法 完全施行
- ・平成22年12月 改正※割賦販売法 施行（支払可能見込額調査の義務付）
- ・平成24年12月 消費者教育の推進に関する法律 施行（※消費者市民社会の形成）
- ・平成25年 2月 改正特定商取引に関する法律 施行（訪問購入を規制）
- ・平成25年 4月 改正消費者安全法 施行（すき間事案を規制）
- ・平成25年 6月 ※食品表示法 成立（食品表示の一元化）
- ・平成27年 4月 食品表示法 施行
- ・平成28年 4月 改正消費者安全法 施行（消費者教育の推進他）
- ・平成29年12月 改正特定商取引に関する法律 施行（通信販売の広告の規制他）
- ・令和元年 6月 改正消費者契約法 施行（故意による不利益事実の不告知取消）
- ・令和元年 10月 ※食品ロスの削減の推進に関する法律 施行

② さいたま市の消費者施策の動向

本市では、市民の消費生活の安定と向上を図るため、平成18年3月に「さいたま市消費生活条例」を制定し、平成20年7月に「さいたま市消費生活基本計画」、平成26年4月に「さいたま市第2期消費生活基本計画（以下「第2期基本計画」）を策定しました。

国では平成24年12月に「消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」という）が施行され、消費者教育推進計画の策定が市町村の努力義務とされました。本市ではすでに第2期基本計画の中で消費者教育の推進について取り組んでおりましたが、さいたま市消費生活審議会（消費者教育推進法第20条第1項に基づく、※消費者教育推進地域協議会を兼ねる）の審議を経て、平成29年3月に「さいたま市消費者教育推進計画」を策定しました。

第3期基本計画は、第2期基本計画の理念を継承し、同時に期間満了となる消費者教育推進計画を統合して、一体的に消費者施策を推進するために策定するものです。また、さいたま市全体で取り組む「持続可能な開発目標（SDGs）」の視点を取り入れつつ、第3期基本計画中に施行される、成年年齢引き下げへの対応も考慮して計画を策定します。

③ さいたま市における消費生活相談の状況

本市は、首都東京に隣接する埼玉県の県庁所在地で、県内唯一の政令指定都市です。北海道・東北・上越・北陸新幹線が集まる交通の要所であり、東日本の玄関口として、重要な位置づけを担っています。

人口は、平成30年9月に130万人を超え、首都圏有数の大都市として発展してきました。

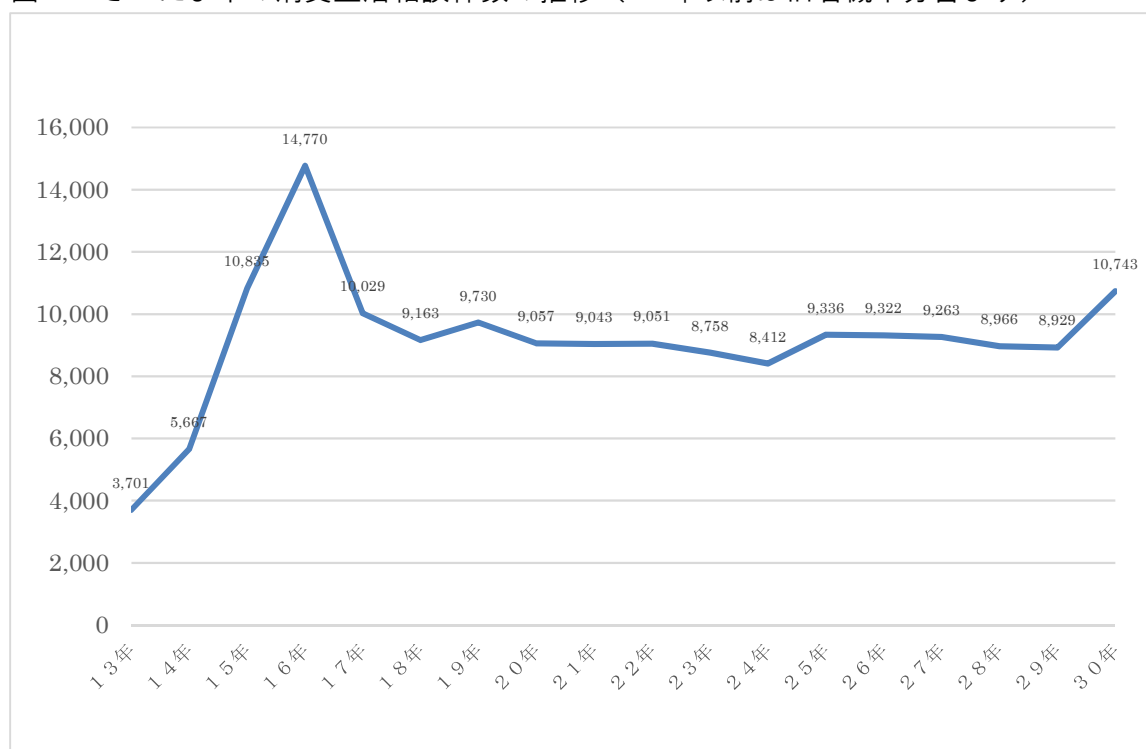
既に超高齢社会を迎え、65歳以上は今後も増え続け、高齢化率は平成27年の22.8%から、令和12年には約27.3%になる見通しです。

こうした背景を反映し、消費生活相談は件数も多く、様々な事例が見られます。

ア 相談件数の推移

本市に寄せられた平成13年度から平成30年度までの消費生活相談件数は、平成16年度までは架空請求による相談が増加し相談件数が急増しましたが、その後一旦減少傾向をたどり、平成24年度には8,412件になりました。平成25年度に再び増加に転じ、その後は平成29年度まで、年間約9,000件と高止まりで推移していましたが、平成30年度に再び架空請求の相談が増加し、10,743件に増えました。

図1 さいたま市の消費生活相談件数の推移（16年以前は旧岩槻市分含まず）



イ 契約当事者の年代別件数の推移

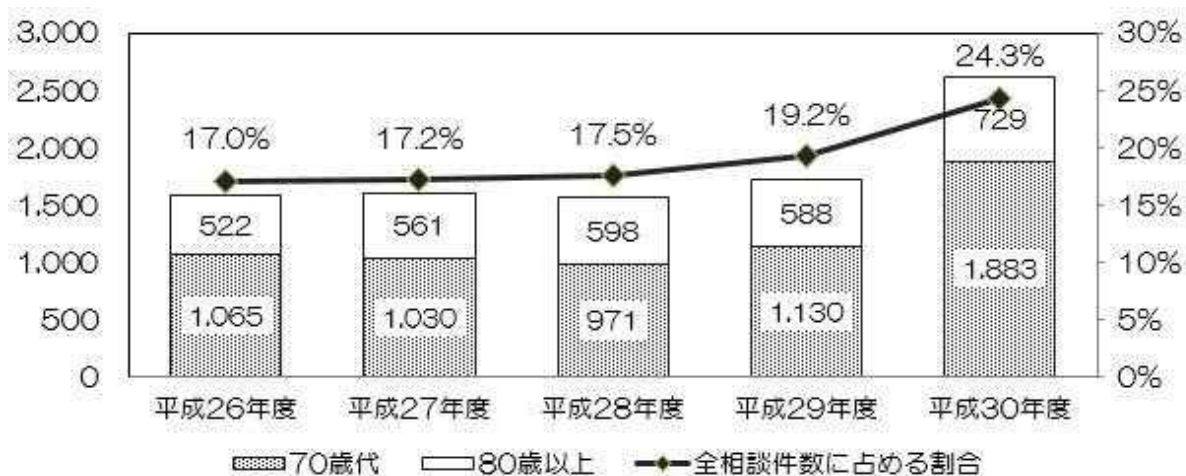
70歳以上の高齢者の相談が年代別相談で最も多く、次に60歳代以上の相談が多くなっています。(図2)

また、70歳以上の高齢者の相談件数の推移は、平成30年度は2,612件で、平成29年度より894件増加し、約1.5倍になりました。相談全体に占める比率も24.3%と上昇し、超高齢社会の進展に伴い70歳代以上の割合は増加傾向にあります。(図3)

図2 契約当事者年代別件数

年齢件数	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
20歳未満	262	257	196	156	179
20歳代	878	877	861	701	750
30歳代	1,238	1,180	1,112	864	868
40歳代	1,603	1,632	1,466	1,312	1,269
50歳代	1,226	1,262	1,231	1,345	1,581
60歳代	1,193	1,140	1,176	1,565	2,071
70歳以上	1,587	1,591	1,569	1,718	2,612
その他・不明	1,335	1,324	1,355	1,268	1,413
合計	9,322	9,263	8,966	8,929	10,743

図3 高齢者の相談件数と構成比の推移



ウ 相談内容の推移

平成28年度まで相談内容件数が1位だった「デジタルコンテンツ」を抜いて平成29年度には「商品一般」が1位になりました。さらに、平成30年度には平成29年度と比べ件数が約2倍になっています。(図4) これは、公的機関を装い実在しない料金名を使い、支払がないため訴訟を起こすと不安をあおって騙す、架空請求はがき等によるもので、50歳代以上で1位になっています。(図5)

また、2位の「デジタルコンテンツ」は、総合有料サイトや、アダルト情報サイト等の利用料金の架空・不当請求に関する相談が大半を占めています。年代別でみると、20歳未満から40歳代で1位になっています。(図5)

全体的に見ると、5年間の相談内容の順位の変動はありますが、上位5位が同じ内容になっています。(図4)

また、共通する相談が多い中、20歳未満では「健康食品」や「コンサート」、20歳代では「エステティックサービス」、70歳以上では「工事・建築」が上位に入っていることが特徴的です。(図5)

図4 相談内容件数(平成30年度・上位5位)

順位	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
1	デジタルコンテンツ 1,788	デジタルコンテンツ 1,976	デジタルコンテンツ 1,679	商品一般 1,272	商品一般 2,585
2	不動産貸借 463	不動産貸借 441	不動産貸借 469	デジタルコンテンツ 1,192	デジタルコンテンツ 1,222
3	商品一般 442	工事・建築 348	商品一般 348	不動産貸借 396	不動産貸借 419
4	工事・建築 268	商品一般 344	工事・建築 307	工事・建築 282	工事・建築 333
5	インターネット 接続回線 221	インターネット 接続回線 245	インターネット 接続回線 253	インターネット 接続回線 221	インターネット 接続回線 260

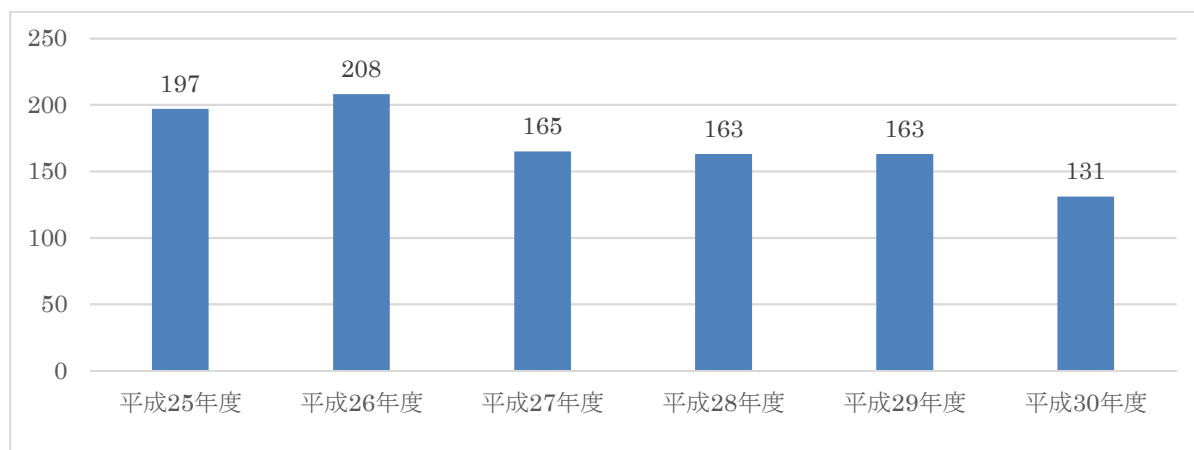
図5 契約当事者年代別相談内容（商品・役務別）件数（平成30年度・上位5位）

順位	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答 (未入力)
1	デジタル コンテンツ 62	デジタル コンテンツ 112	デジタル コンテンツ 108	デジタル コンテンツ 195	商品一般 373	商品一般 975	商品一般 844	商品一般 200
2	他の 健康食品 10	不動産貸借 59	不動産貸借 75	商品一般 98	デジタル コンテンツ 228	デジタル コンテンツ 241	デジタル コンテンツ 206	不動産貸借 93
3	コンサート 9	エステ ティック サービス 38	商品一般 56	不動産貸借 73	不動産貸借 55	インター ネット 接続回線 51	工事・建築 138	相談その他 74
4	商品一般 8	商品一般 31	インター ネット 接続回線 25	工事・建築 32	工事・建築 38	工事・建築 45	インター ネット 接続回線 76	デジタル コンテンツ 70
5	相談その他 5	他の内職・ 副業 23	携帯電話 サービス 18	インター ネット 接続回線 29	相談その他 32	不動産貸借 26	修理 サービス 53	工事・建築 57

エ 危害・危険に関する相談件数の推移

生命、身体又は財産に重大な影響を及ぼす危害・危険に関わる相談は、全体に占める割合は1～2%と多くはありませんが、深刻な結果をもたらすこともあることから、これを未然に防ぐ対応が強く求められます。

図6 危害・危険に関する相談件数



オ 危害・危険に関する相談内容

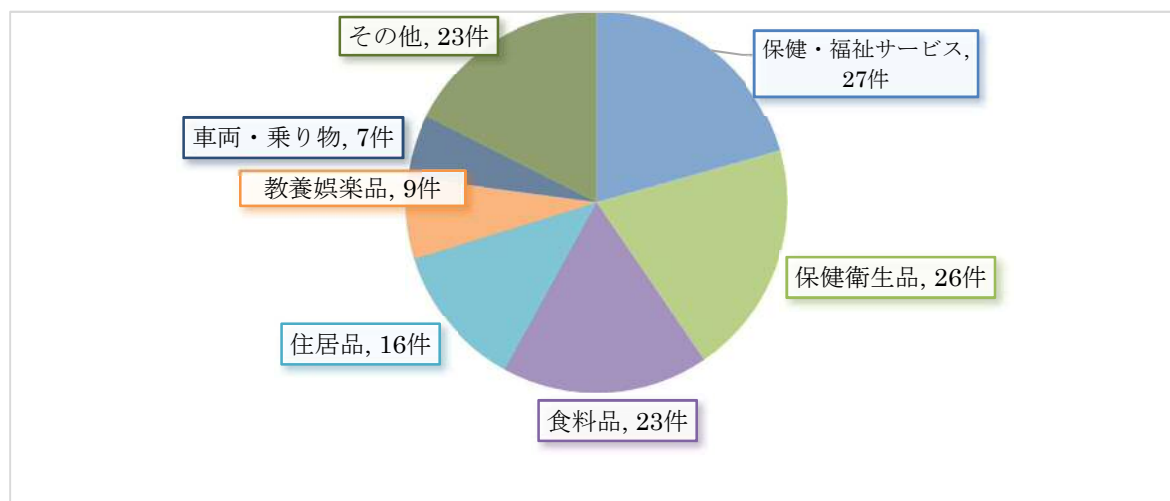
危害・危険に関する相談のうち「保健・福祉サービス」が最も多く、具体的相談内容としてはエステで炎症が生じた、美容整形で痛みや腫れの症状がでた等です。

「保健衛生品」で多い相談は化粧品であり、皮膚トラブルが主なものです。

「食料品」では、食品を摂取したことによる体調不良や、サプリメント等の健康食品の相談が目立ちます。

「住居品」では、家電製品の製品不良や、家具の使用溶剤による健康被害の相談等があります。

図7 危害・危険に関する相談内容 (平成30年度)



カ 表示・広告に関する相談件数

表示・広告に関する相談件数は、相談件数全体の約6%を占めており、ここ数年間ほぼ一定しています。

ここでは、表示・広告に関する相談を、商品・サービス区別に件数の多いものから取り上げていきます。

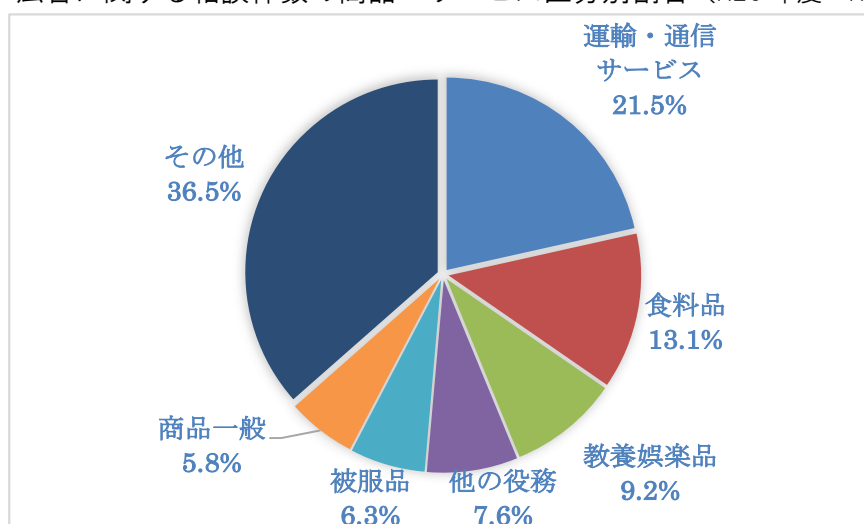
最も件数が多いのは「運輸・通信サービス」で、パソコンや携帯電話の有料サイトやメールによる架空・不当請求に関する相談が過半数を占めており、「無料と表示されていた、もしくは有料の表示のないサイトを閲覧したら料金を請求された」といった相談が多く寄せられています。

続いて2番目に多いのが「食料品」です。食品に対して、不適切・不親切な表示に対する苦情等が多く寄せられています。

3番目に多いのが「教養・娯楽品」です。教養講座・教室の広告等についての相談があります。

表示・広告は消費者が商品・サービスを選択する上での重要で場合によっては唯一の判断基準となっていることも多く、消費者自らがその真偽を判断することは極めて困難なものであることから、適法・適正な表示がなされているか、しかるべき監視を行い、不適切なものは指導・改善していく必要があります。

図8 表示・広告に関する相談件数の商品・サービス区別割合（H26年度～H30年度平均）



キ 出前講座の実施状況

消費生活センターでは、図9～図11のとおり、各申込者の要望を受けて、様々な対象者別、内容別に出前講座を実施しております。申込者の内訳では、公民館、高齢者団体、学校、福祉関係団体などからの申し込みが多くなっています。

対象者の内訳で最も多いのは高齢者で、全講座の半分以上が高齢者向けとなっています。その他、学生、障害者、福祉関係者といった特定対象者向けと、広く一般向けの講座があります。講座内容は、悪質商法に関するものが過半数を占めますが、消費者問題を生じる恐れのある幅広い分野を対象とし、経済・社会の変化に即応したテーマを取り上げています。

図9 消費生活講座の申込者種別割合

(平成26年～平成30年)

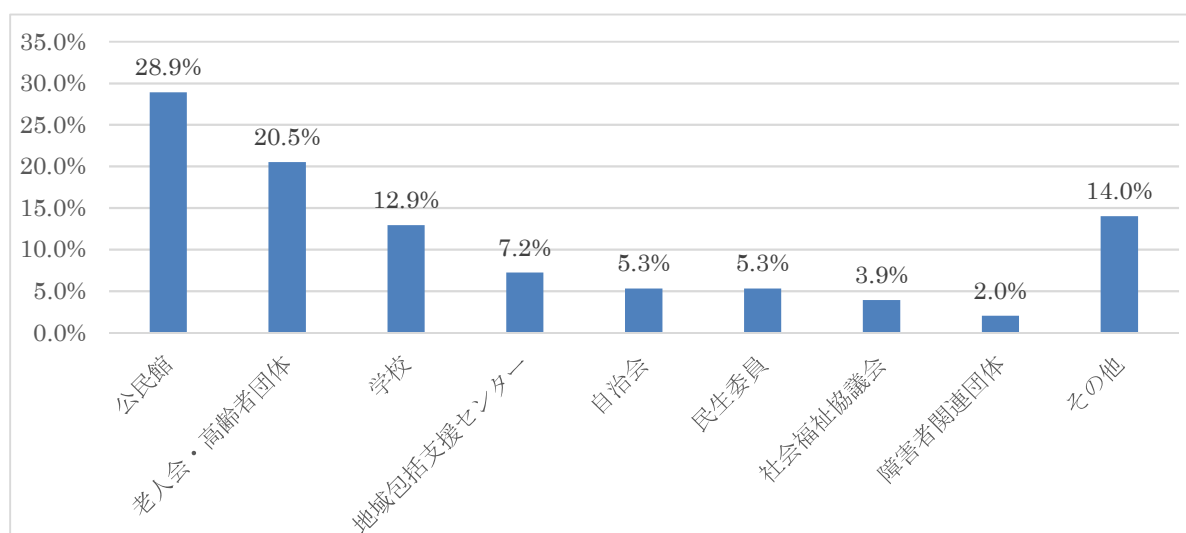


図 10 対象者別割合

(平成 26 年～平成 30 年)

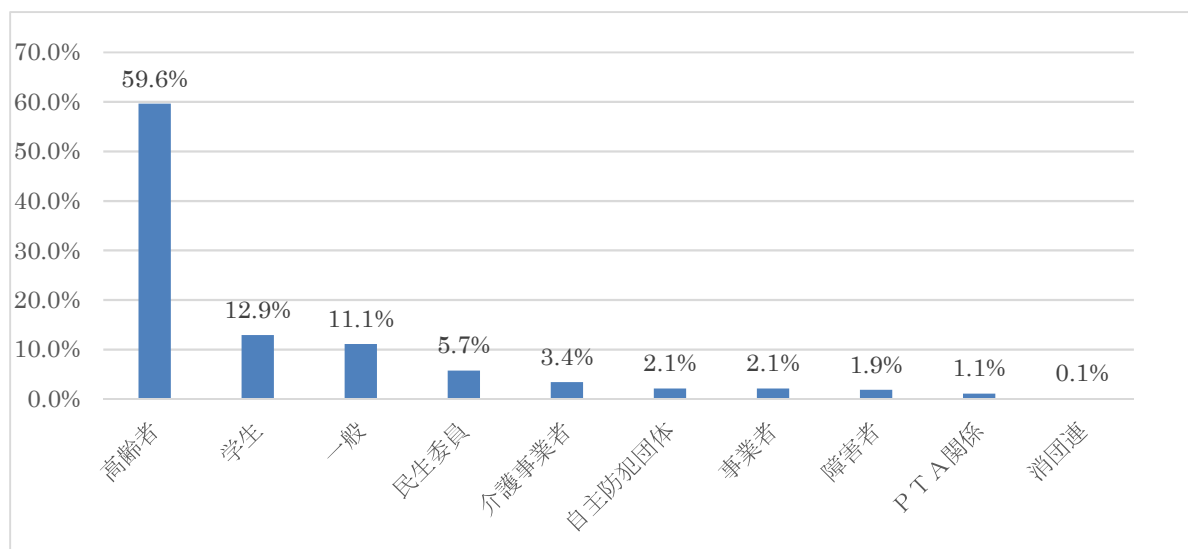
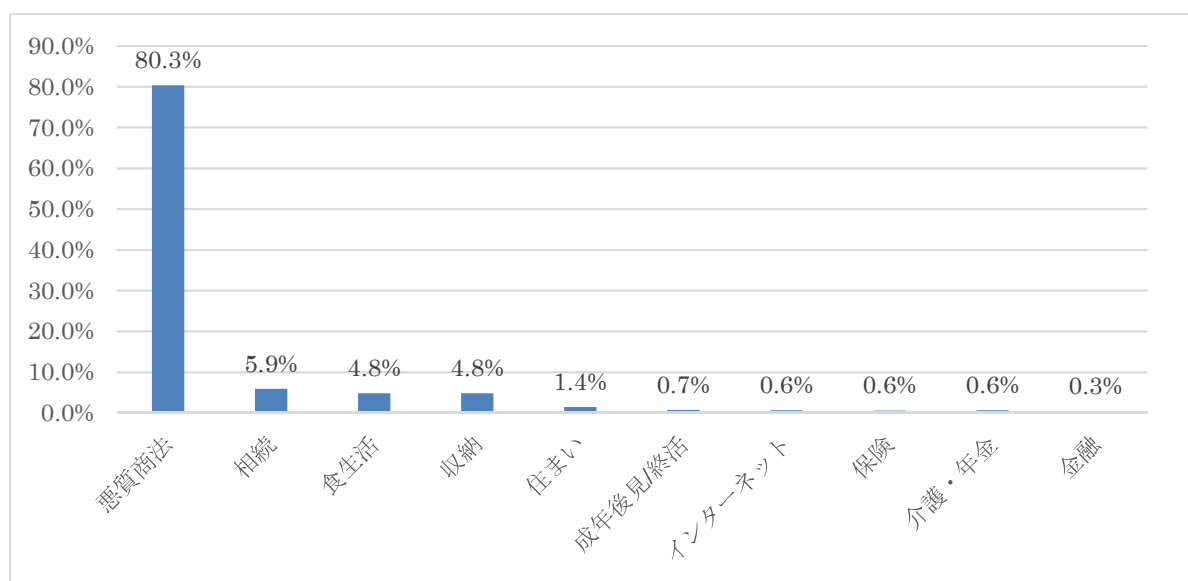


図 11 講座内容別割合

(平成 26 年～平成 30 年)

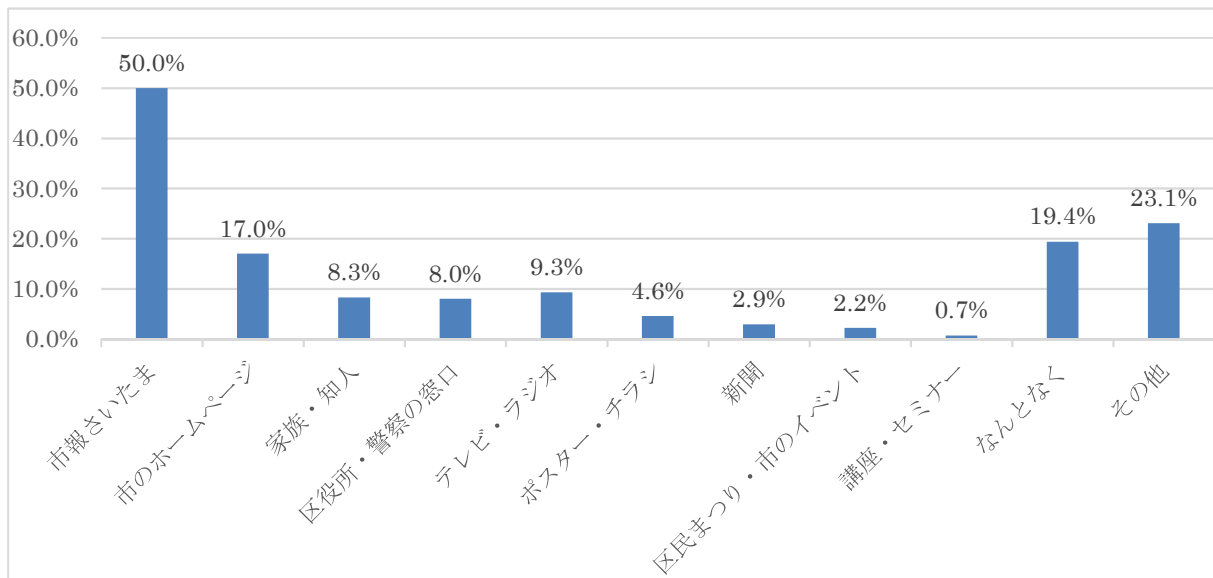


ク 消費生活に関する情報提供の状況

商品・サービスの多様化、取引形態の変化、高齢社会の進行等、消費者を取り巻く状況は日々変化しており、消費者が自立して主体的に行動することができるようにするためには、必要な情報が必要とされる消費者に確実に届くよう、効果的な情報発信が求められています。

消費生活センターでは、消費生活に関する最新の情報を随時ホームページに掲載して情報提供しているほか、市報をはじめ、ラジオ・新聞等、様々なメディアを活用して各種の情報提供や消費生活センターの周知を図っています。また消費生活センター発行の「くらしの情報」をはじめ、消費者被害防止啓発CMを作り YouTube で公開しています。その他、出前講座・セミナーの開催、各種リーフレット、啓発用の図書・DVDの貸し出し、消費生活に関するパネルの展示等を実施し、様々な形での情報提供を行っています。

図 12 消費生活センター認知のきっかけ



平成 29 年度 ※さいたま市インターネット市民意識調査による (複数回答有)

(2) 消費者を取り巻く環境の変化に伴う課題

① 高齢化の進行に伴う高齢者支援の推進

本市の老年人口は増え続け、高齢化率は平成27年の22.8%から、令和12年には27.3%に増加し、令和27年には3人に一人が65歳以上になる見通しです。

また、年代別の相談件数は、70歳以上の高齢者の相談が最も多く、次に60歳代の相談が多くなっています。(図2)

さらに、70歳以上の相談は人口比率以上に件数が多く、高齢者が他の年代よりも消費者被害に巻き込まれるケースが多いことがわかります。

今後も引き続き、高齢者を消費者被害から守るための支援が重要となります。

図13 70歳以上の人口比率と相談件数の比率



② 成年年齢引き下げを踏まえた消費者教育の推進

民法の改正により、令和4年4月から成年年齢が18歳に引き下げられることとなり、親の同意を得ずに様々な契約をすることができるようになる一方で、※「未成年者取消権」による保護がなくなるため、新たに成人となる18歳、19歳の消費者被害が増加することが懸念されます。

今後も引き続き、成年年齢引き下げを見据えた消費者教育が重要となります。

③ 高度情報化・国際化の進展に伴う消費者被害への対応

情報通信技術の発達と、スマートフォンを始めとした情報通信機器・サービスの急速な普及により、インターネット上では、国境や時間の制約を超えて様々な商品・サービスの取引が拡大しています。これにより企業と個人間の[※]電子商取引（BtoC-EC）の市場規模が年々拡大すると共に、フリマサービス等による個人間での[※]電子商取引（CtoC-EC）も急増しています。

また、キャッシュレス決済の普及など、決済手段も多様化し、消費者の利便性は大きく向上しています。

その一方で、インターネット通販などの電子商取引に関するトラブルや、電子商取引に伴う消費者同士のトラブルなど、新たな消費者トラブルも増加しており、[※]高度情報通信社会の進展に伴う消費者トラブルに、的確に対応していく必要があります。

④ 「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に資する消費者施策の推進

平成27年の国連サミットで「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択され、「誰一人取り残さない」という理念の下、持続可能な社会の実現を目指すことが確認されました。これを受け、国においては、平成28年12月に持続可能な開発目標（SDGs）実施指針を策定し、「エシカル消費」の普及啓発や、食品ロス削減などに取り組んでいます。

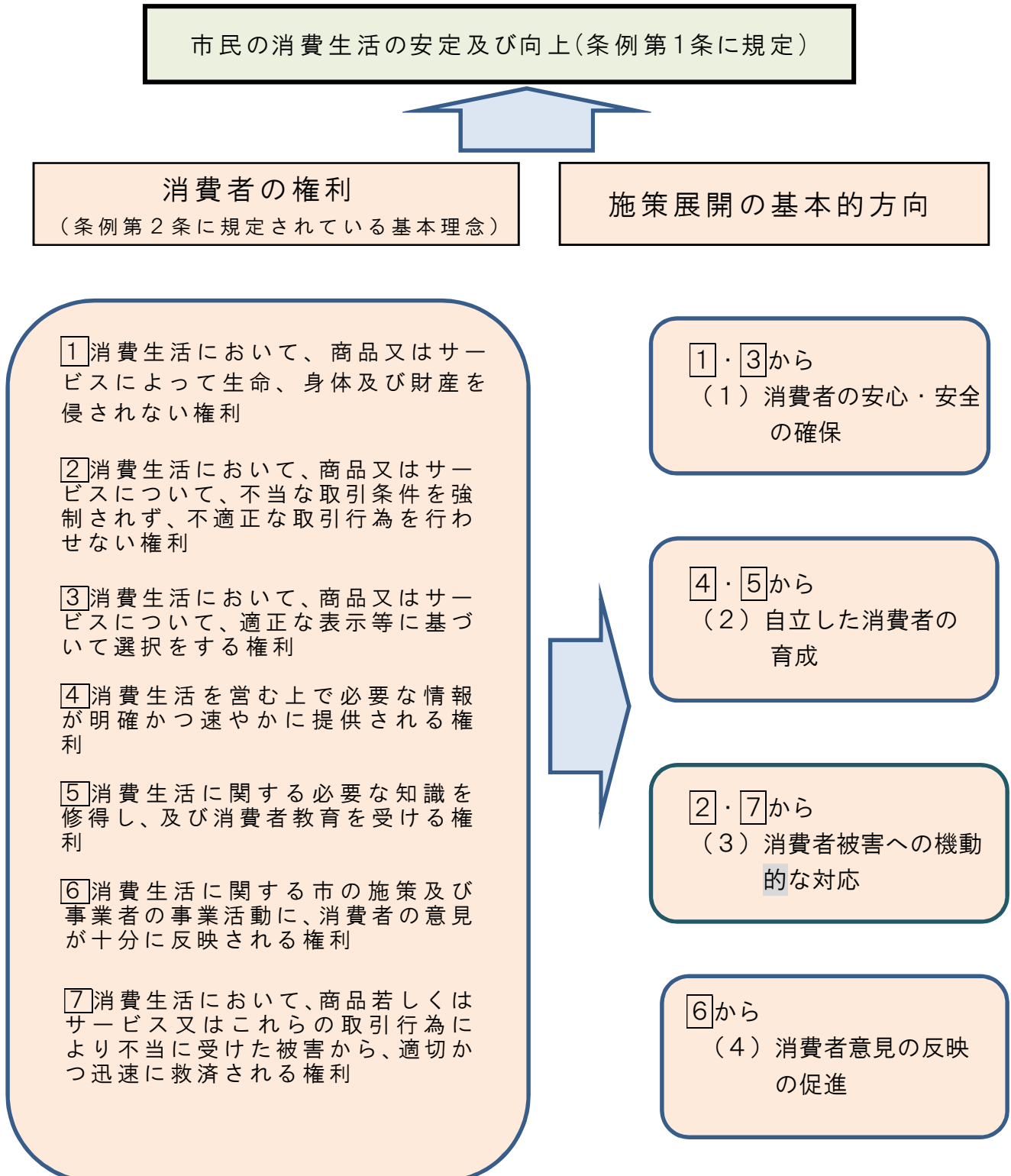
また、SDGsの目標12「つくる責任 つかう責任」において、人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることなどが掲げられています。

このことから、本市においても、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進していくことが求められています。

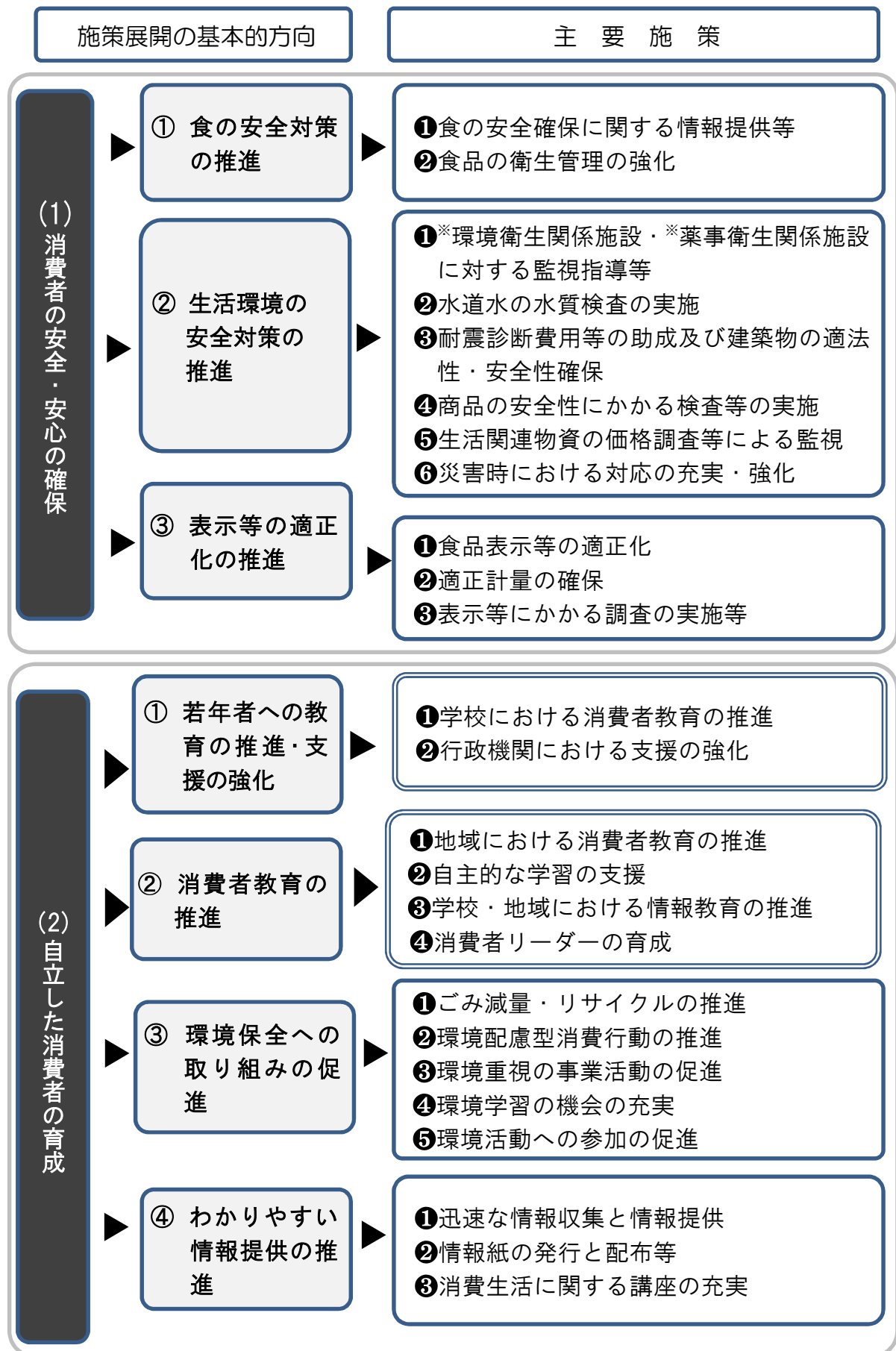
3 施策の方向性と主要施策

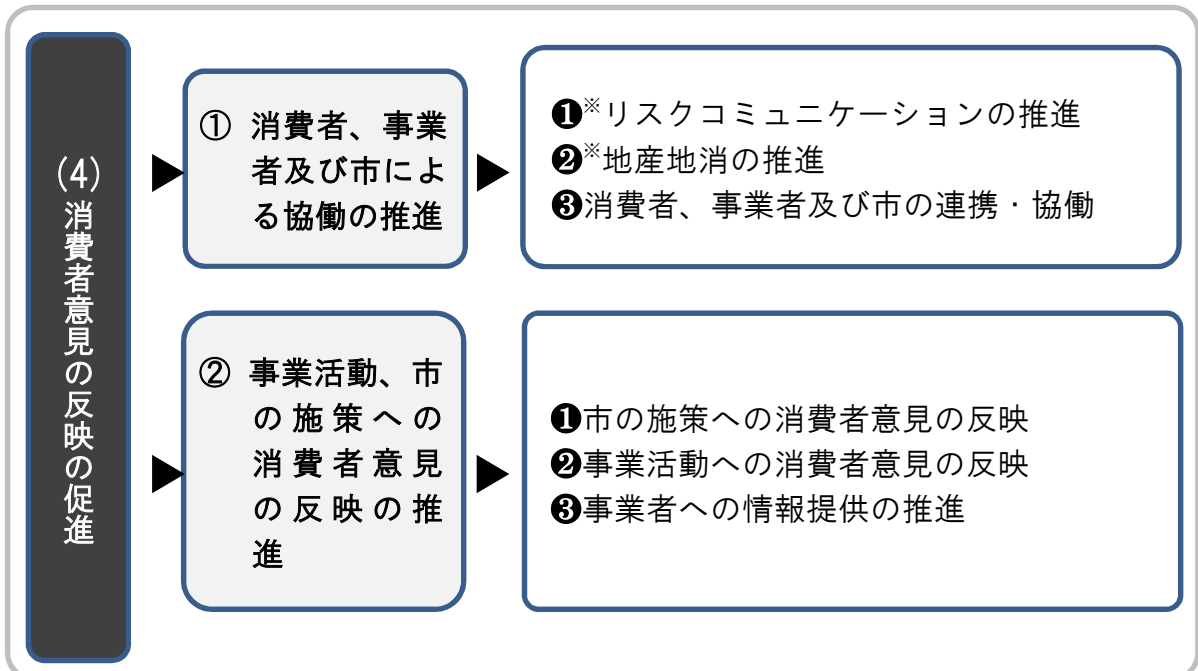
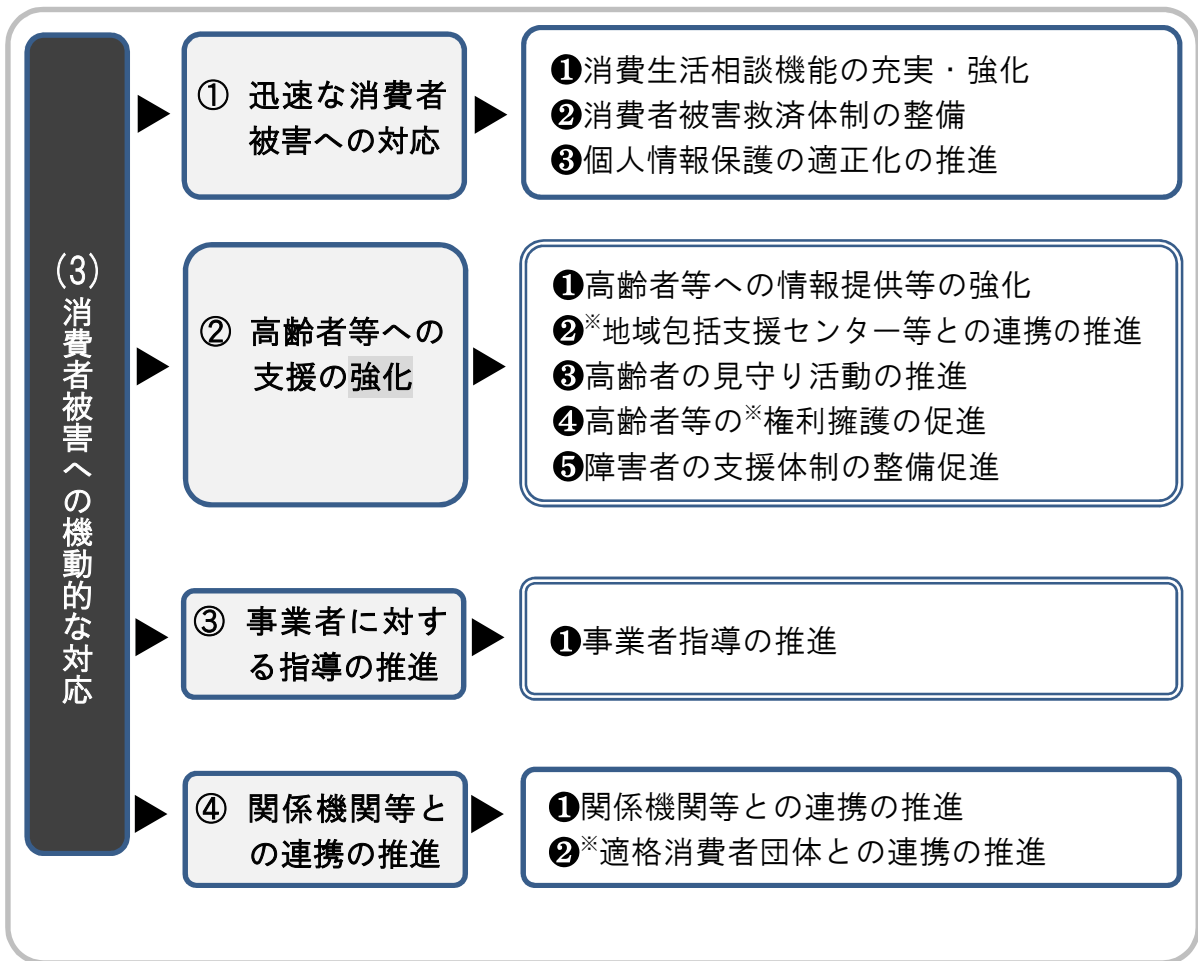
(1) 「消費者の権利」と「施策展開の基本的方向」の関連

さいたま市消費生活条例第2条に規定されている7つの「消費者の権利」を、4つの「施策展開の基本的方向」としてまとめ、施策を展開することとします。



(2) 計画の体系





4 施策展開の基本的方向と主要施策

(1) 消費者の安全・安心の確保

①食の安全対策の推進

課題

市民の健康の維持を図る上で、消費生活に大きな影響を与える食品の安全性を確保することは非常に重要です。

食中毒や感染症を防止するために、食品関連施設等の監視指導や検査を充実させ、市民に対して情報提供や正しい知識の普及啓発に取り組む必要があります。

目指す方向

食品の監視・検査体制の充実や衛生対策の強化等により、市民が安全で安心できる暮らしを確保している。

施策 ①食の安全確保に関する情報提供等

食に対する消費者の不安を解消し、安心した食生活を送れるよう、食品衛生や食に関する知識の普及、相談の実施などの施策を講じます。

《主な取組》

- ・ 食の安全委員会での意見の交換
消費者、生産者、事業者及び学識経験者で構成された安全委員会で、安全対策に関する意見交換を行うとともに関係者相互の理解を推進します。
- ・ 食の安全確保に関する情報提供・注意喚起
食中毒予防のため、リーフレット等の作成、配布やキャンペーン等を開催する。またホームページ等で食の安全に関する取組や食中毒事件、食品の自主回収等の情報を提供します。
- ・ 食の安全確保に関する情報及び意見の交換
食の安全についての正しい知識の普及と理解を深めていただくため、市民向けの情報及び意見交換の一環として、フォーラム等を開催します。
- ・ 食の安全・安心市民講習会の開催
市民を対象に、受講生を募集し食の安全への取組みや食品衛生に関する知識の取得及び見識の向上を目指して年間計画に基づく講習会を開催します。
- ・ 食品関係の相談受付
事業者や市民からの食品全般に係る相談を受けます。
- ・ 一日食品衛生監視員の体験
市民が一日食品衛生監視業務員となって食品表示や衛生にかかわる実習を体験します。

施策 ②食品の衛生管理の強化

消費者が安心して食生活を送れるよう、食品衛生に関する監視指導の強化、検査体制の拡充を図るとともに、食肉衛生検査、学校給食用食材の定期点検を実施します。

《主な取組》

- ・食品衛生監視指導計画の策定及びそれに基づく監視指導
食の安全性の確保を図るため、計画の策定と監視指導を実施します。
- ・※と畜場法に基づくと畜検査、食品衛生法上に基づく収去、施設の監視指導
市場に流通する食肉の安全性確保のため獣医師の検査、残留有害物検査等を行います。
- ・食品衛生法に基づく食品添加物、※残留農薬等の検査
食品添加物、残留農薬、遺伝子組換え食品等の理化学検査、細菌検査等を行います。
- ・食中毒予防のため、学校給食用の食材、食器等の検査
学校給食用の食材、調理器具の細菌検査、化学検査等を行います。

②生活環境の安全対策の推進

課題

消費者の生命、身体及び財産の安全が満たされるためには、安全な商品・サービスが事業者から提供される消費生活環境の形成が不可欠です。

しかし、安全への配慮が不十分な商品や、悪質な住宅リフォーム詐欺、不正医薬品の流通等、商品・サービスの欠陥により消費者が危害等を被るといった問題が発生しています。

目指す方向

事業者から安全な商品・サービスが提供される。

施策 ①環境衛生関係施設・薬事衛生関係施設に対する監視指導等

市民から依頼された飲料水等の検査や、有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律に基づく検査を実施します。

また、※シックハウス症候群等室内空気環境についての相談のほか、環境衛生関係施設・薬事衛生関係施設に対する監視指導、相談業務等を行います。

《主な取組》

- ・飲料水などの水質検査、健康食品の薬効成分等の検査
飲料水・プール水などの水質検査や家庭用品中の化学物質などの検査を行います。
- ・環境衛生関係施設・薬事衛生関係施設に対する監視指導及び相談業務
薬局・医薬品販売業者等の許可・登録、環境衛生施設の許認可や監視指導を行います。
市民からの相談を受け、事業者からの問合せに対して指導・助言を行います。

施策 ②水道水の水質検査の実施

消費者が安心して水道水を使うことができるよう水質検査を実施し、安全性・信頼性の確保に努めます。

《主な取組》

・水道水の水質検査の実施

市内すべての配水施設の出口の水等の検査を行い、その結果をホームページ、さいたま市水道だより「水と生活」等で公表します。

施策 ③耐震診断費用等の助成及び建築物の適法性・安全性確保

一定の条件を満たす建築物を対象に、耐震診断費用、耐震改修費用の助成を行います。また、建築基準法に基づき、中間検査、完了検査などを的確に実施することで、建築物の適法性・安全性を確保します。

《主な取組》

・一定条件を満たす戸建て住宅等の耐震診断費用の助成

昭和56年5月31日以前に工事に着手し建築された戸建て住宅等の耐震診断費用を助成します。助成額には上限があります。

・一定条件を満たす戸建て住宅等に耐震診断員の派遣

昭和56年5月31日以前に工事に着手し建築された戸建て住宅等に無料で診断員を派遣します。

・一定条件を満たす戸建て住宅等の耐震補強費用の助成

旧耐震建築物で、かつ耐震診断をした結果、地震に対して安全でないと判断された戸建て住宅等の耐震補強費用を助成します。助成額には上限があります。

・一定条件を満たすブロック塀等に対する除去・建替え費用の助成

道路等に面し個人が所有し、かつ地盤面からの高さが80cmを超えるブロック塀等の除去・建替え費用に対して助成します。

・建築確認申請・完了時のシックハウス原因物質の使用制限、換気設備の設置義務履行等のチェック

住宅、学校、事務所、病院等の居室を有する建築物を対象に、建築確認申請・完成時のチェックを行います。

・共同住宅等の建築物の中間検査

一定規模の建築物（3階以上の住宅または共同住宅の木造建築物、5階以上の鉄骨鉄筋コンクリート造等）について、は安全性の確保のため、建築基準法で定められた工事途中検査を行います。

施策 ④商品の安全性にかかる検査等の実施

※消費生活用製品安全法及び※電気用品安全法に基づく立入検査を実施するとともに、消費生活相談情報の分析結果や関係機関等からの情報を適時に提供することで、危害等の発生の未然防止・拡大防止を図ります。

《主な取組》

- ・消費生活用製品安全法に基づく販売業者への立入検査
消費生活用製品安全法の規定により検査対象の特定商品について立入検査を行います。
- ・電気用品安全法に基づく販売業者への立入検査
電気用品安全法の規定により検査対象の特定電気用品について立入検査を行います。
- ・条例に基づく商品・サービスにおける危害防止のための調査
消費生活条例 11 条の規定により商品やサービスによる危害や損害発生の恐れがある場合に調査を行います。
- ・消費生活相談にかかる商品テストの実施
消費生活相談に関して商品テストの必要がある場合は、埼玉県消費生活支援センターに依頼します。
- ・商品テスト、リコール情報等の速やかな提供
(独)国民生活センター等がホームページで公表している製品の安全に関わる注意喚起やリコール等の情報を消費者が入手できるよう消費生活センターのホームページで照会します。

施策 ⑤生活関連物資の価格調査等による監視

食品、日用品雑貨、衣料品、燃料など市民の日常生活において必要性の高い商品である生活関連物資について、必要に応じてその価格動向、需給状況、流通の実態等につき、調査・監視をします。

《主な取組》

- ・生活関連物資の店頭価格の調査
消費生活条例第 18 条の規定により生活関連物資について、必要に応じて、価格の動向需要の状況及び流通について調査します。
- ・生活関連物資の買占め等にかかる調査
消費生活条例第 20 条 2 項より生活関連物資に係る事業者が買占め又は売惜しみにより当該生活関連物資を多量に保有していると認める場合は勧告を行います。

施策 ⑥災害時等における対応の充実・強化

災害や感染症の拡大に便乗した悪質な事業活動に対する消費生活相談体制を整備するとともに、不適正な取引行為に対する監視・指導を強化します。

《主な取組》

- ・ 災害や感染症の拡大時の消費生活相談体制の整備及び不適正な取引行為の監視・指導
災害の混乱に乗じた悪質商法が懸念されることから消費者庁、国民生活センター、埼玉県等から情報収集を行い消費生活相談に活かします。また事業者が不適切な取引行為を行っている場合は、是正するよう指導し改善するよう勧告をします。

③表示等の適正化の推進

課題

消費者が多種多様な商品・サービスの中から必要なものを選択する上で、表示は重要な判断基準となっています。事業者は適切な表示を行う必要があります。

目指す方向

商品、サービスについて表示が適切なので消費者が必要なものを選択できる。

施策 ①食品表示等の適正化

消費者が食品を選択する上で必要な食品表示を適正に行うよう、市内販売店などへの指導・啓発等を行います。

《主な取組》

- ・ 食品表示にかかる相談受付、指導及び啓発
 - 〔保健部門〕食品表示基準に定められた表示方法や過度の期待感を抱かせる広告等について啓発します。
 - 〔衛生部門〕食品表示について事業者からの相談・指導を実施します。市民に講習会を開催し啓発します。
 - 〔品質部門〕主に生鮮食品を扱う事業者に巡回指導をします。依頼により農業者及び市民に食品表示の説明をします。

施策 ②適正計量の確保

※計量法に基づき、商店や病院、事業所などで取引や証明に使用されるはかりの定期検査を実施するとともに、事業者の指導育成を行います。

《主な取組》

- ・ 計量法に基づく検査・指導
 - 取引・証明に使用するはかりの定期検査を2年に1回実施します。
 - 商店やスーパー等で計量販売されている商品の量目や表記事項について立入検査を実施します。

施策 ③表示等にかかる調査の実施等

家庭用品品質表示法や老人福祉法等に基づく立入検査を行うことで安全の確保を図るとともに、事業者に適正な表示、広告等の遵守を促し、その適正化を図ります。

《主な取組》

- ・ 条例に基づく品質表示、包装等の必要な調査
消費生活条例第 23 条に基づき商品またはサービスを提供する事業者に対し品質表示、包装等の調査を実施します。
- ・ 事業者における法令に基づく表示等の促進
消費生活条例第 21 条に基づき商品又はサービスを提供する事業者に対し適正な表示等に努めさせます。
- ・ 家庭用品品質表示法に基づく販売業者への立入検査
対象品目について市内事業者に対する立入検査を実施します。
- ・ 老人ホームの誇大表示等の改善
有料老人ホーム（老人福祉法第 29 条に該当）の誇大表示等の改善を事業者に求めます。

(2) 自立した消費者の育成

①若者への教育の推進・支援の強化

課題

令和4年に成年年齢引き下げになることを受け、若年者の消費者トラブルが増えることが予想されることから消費者問題についてまず若年者に興味を持ってもらう必要があります。

目指す方向

消費者問題に関心を持ち、自立した消費者として判断ができる。

施策 ①学校における消費者教育の充実

各世代に応じた学校における消費者教育の充実を図ります。

《主な取組》

・*学習指導要領に基づく消費者教育の推進

小学校では、「家庭科」で身のまわりの物や金銭の計画的な使い方について学習します。

中学校では、「社会科」で消費者の権利を守るための法律等について学習します。

「技術・家庭科」で消費者の権利と責任等について学習します。

高等学校 「家庭」「公民」で家庭における経済生活、社会の変化と消費生活及び消費者の権利と責任について、情報モラルや情報セキュリティについて、*SNSの危険性やトラブル、ネット被害等について理解し自らを守る行動ができるように学習します。

施策 ②行政機関による支援の強化

若年者に向けた支援を強化します。

《主な取組》

・教育部門との連携

教育委員会や学校との協力体制を強化します。

・関心を持ってもらえるような SNS での情報発信

ホームページや SNS での情報発信をします。

・動画 CM を使用した啓発

消費生活センターマスコットキャラクターの「チョットマッタマン」を使った動画 CM を市内大型スクリーンで放映します。

・子供向けセミナーの開催

夏休み等に身近な消費者問題をテーマにセミナーを開催します。

- ・若者向け特別相談の実施
「若者消費者トラブル 110 番」を実施します。

②消費者教育の推進

課題

市民を取り巻く消費生活の現状は、新たな手口による消費者トラブルが日々発生するなど、変化をしながら複雑化・高度化しています。一方で、効果的に消費者教育を進めていくためには、対象者の年齢や生活状況等に応じて実施していく必要があると思われまます。

そのためには、消費者が消費者教育を受ける機会を増やし、一人でも多くの消費者に現状を知ってもらい、トラブルに巻き込まれないようにすることが重要です。

また、消費者自らが消費者問題に対する理解を深め、消費生活を営む上で必要な知識や判断力を養い、自主的かつ合理的に行動することができるようにしなければなりません。そして、社会の一員としての役割を果たすことで、健康で豊かな生活を次世代に引き継ぎ、持続可能な社会の構築を目指す必要があります。

目指す方向

消費者の年齢等の特性や多様な生活様式に応じた、消費者教育が受けられる。

自立した消費者として判断ができ、自らの行動が社会に与える影響の理解が進む。

施策 ①地域における消費者教育の推進

自治会、公民館、社会福祉協議会などと連携・協力のもと、地域における消費者教育を推進します。

《主な取組》

- ・公民館、福祉施設、事業所等における消費生活に関する出前講座の開催
年度当初に出前講座の案内を送付し申込み先にて出前講座を開催します
- ・消費者の意識啓発と知識向上のための消費生活セミナーの開催
流行や消費者の興味や関心の多い内容でセミナーを企画します。
- ・地域等に消費生活に関する図書・ビデオの貸出
消費生活センターが所有する図書・ビデオの貸出を行います。

施策 ②自主的な学習の支援

消費者や消費者団体等が行う自主的な消費生活に関する学習活動に対して、講師の派遣、資料の提供などの支援をします。また、消費者団体等の運営や、学習活動の発表に対する支援にも取り組みます。

《主な取組》

- ・消費者団体への学習資料、学習場所等を提供
JACK ビル内にある研修室を消費者団体等へ学習場所として提供します。
- ・消費者団体との協働
消費者団体及び消費生活センター職員により街頭において啓発物を配布し注意を呼びかけます。
- ・消費生活展等の活動場所の提供
市内で自主的に活動する消費者団体に活動、研究の成果を発表する場を提供します。

施策 ③学校・地域における情報教育の推進

学校において、教育用コンピュータの整備・活用を図るとともに、※情報モラル教育を推進します。

また、地域の情報教育を推進します。

《主な取組》

- ・教育用コンピュータの整備・活用など学校における情報教育の充実
校内 LAN や児童生徒用タブレット型コンピュータを整備します。
教育情報ネットワーク整備、※ICT活用の推進や情報モラル教育の指導力向上のための研修を実施します。
- ・地域の情報教育の推進
地域の情報教育の推進を図ります。

施策 ④消費者リーダーの育成

地域における消費者教育や自主的な学習活動の中から、地域における消費者の支援など、実践的な消費者活動を担う消費者リーダーの育成・活用を目指します。

《主な取組》

- ・消費者活動を担う消費者リーダーの育成と活用
埼玉県の消費者被害防止サポーター養成講座を受講した方に、さいたま市のサポーターとして活動のための情報提供や区民まつり、消費生活展等の活動の場を提供します。

③環境保全への取り組みの促進

課題

大量生産、大量消費の社会システムは、消費者に便利さと豊かさをもたらしました。その反面で、資源の浪費やごみ問題を引き起こし、地球温暖化などの環境問題に大きな影響を与えています。限りある資源や良好な自然環境を未来に引き継ぐために、総合的、計画的に環境保全に取り組む必要があります。

また、地球環境問題への貢献については、事業者の事業活動ばかりでなく、消費者

一人ひとりの消費生活そのものにおいて、それぞれが自主的に取り組んでいくとともに、広域的な連携のもとで取組を進める必要があります。

目指す方向

消費者自らが環境について考え行動し、環境保全に取り組んでいる。

施策 ①ごみ減量・リサイクルの推進

ごみの排出抑制・分別の徹底を図るとともに、排出抑制に向けたごみの有料化やリサイクルのあり方を検討し、廃棄物減量と資源の有効利用による※循環型社会の形成を促進します。

《主な取組》

- ・資源物の定期的な回収運動を行う市民団体に対する補助金の交付
市民団体が企画し、資源物を定期的に回収する運動を通じて資源物の利用を図ります。
- ・生ごみの処理容器又は処理機の購入費の一部補助
家庭から排出される生ごみの減量化を図るため、生ごみ処理容器又は生ごみ処理機を購入した人に経費の一部を補助します。
- ・ごみの分別・減量化を推進するクリーンさいたま推進員の委嘱
地域のボランティア・リーダーとしてクリーンさいたま推進員を委嘱し家庭ごみの分別徹底等の環境美化の推進を図ります。

施策 ②環境配慮型消費行動の推進

自らのライフスタイルを見直し、※グリーン購入など主体的に買い方を変えて社会の仕組みを企業や行政をも巻き込んで環境に配慮した方向に変えていく消費者（「グリーンコンシューマー」といいます。）の育成を図ります。

《主な取組》

- ・循環型社会を意識したマイバック・マイボトル運動の推進
日常生活におけるごみの減量を図り、リデュース、リユース、リサイクル※（3R）を推進します。

施策 ③環境重視の事業活動の促進

地球や地域の自然環境及び生態系と企業活動を調和させるため、商品・サービスの企画、原料調達、製造、流通、使用、廃棄、再生において、省資源、省エネルギー、廃棄物削減、リサイクルなどの環境に配慮した行動を組織的に実施する事業者の育成を促進します。

《主な取組》

- ・ 研究開発から販路開拓までを支援する環境配慮型事業の育成
中小企業が抱える課題に対し、窓口相談や専門家派遣等の支援を行います。
- ・ 事業者に対する商品の過大・過剰包装削減の周知
ホームページに、商品包装の適正について周知、啓発します。
消費生活センターが作成する生活情報紙に掲載し啓発します。

施策 ④環境学習の機会の充実

環境学習の機会を充実することで、市民の自主的な環境活動の活性化を図り、学校でのごみの排出抑制やリサイクル活動の推進など、実践的な活動へと繋がります。

《主な取組》

- ・ 公民連携による環境教育ネットワークの拡充
市及び事業者が連携して、既存の環境教育資源を有効活用し環境教育のネットワークを拡充、情報を一元化し学び行動に結びつくわかりやすい情報を提供します。
- ・ 環境保全標語・ポスター作品コンクールの実施
児童・生徒が環境に関心を持ち、できることから行動するためのきっかけを作ります。
- ・ 学校環境緑化コンクールへの参加
環境教育の一環としてコンクールを開催し小・中・高・特別支援学校が参加。優秀校を顕彰させることで環境緑化を推進します。
- ・ さいたまこどもエコ検定の実施
小学3年生から6年生を対象に希望した学校に、さいたま市の環境や地域に関する問題集と詳しい解説付き解答集を配布します。

施策 ⑤環境活動への参加の促進

地域の環境保全の核となる人材を育成するとともに、消費者や事業者の環境保全活動への自発的、積極的な参加を促進します。

《主な取組》

- ・ 環境フォーラムの実施
「自然と共有し持続可能な環境を未来ある子どものために伝える都市（まち）」をテーマに開催します。市民、事業者、学校、市等が参加し環境保全への取り組みをPRします。
- ・ 市内全域を対象とした市民参加によるごみゼロキャンペーンの実施
毎年5月30日の「ごみゼロの日」に近い日曜日を中心に市民参加の清掃活動を通じて環境美化に対する市民意識の向上を図ります。

④わかりやすい情報提供の推進

課題

市民が自立した消費者として、自主的かつ合理的に行動することができるようにするための支援では、消費者の知識、年齢等の特性に応じて、消費者被害に関する情報やその予防法について速やかにわかりやすく提供する必要があります。

目指す方向

消費者の知識、年齢等の特性に応じた情報を速やかに、わかりやすく提供できている。

施策 ①迅速な情報収集と情報提供

消費者被害の未然防止・拡大防止のために、消費者被害に関する情報やその予防に関する情報の収集・提供の迅速化を図ります。

《主な取組》

- ・消費生活センターのホームページやSNS等を活用した各種イベント情報の発信及び注意喚起

消費者被害に関する情報やその予防法・対処法、重要な情報については迅速に提供します。

施策 ②情報紙の発行と配布等

市民の消費生活の向上を図るため、消費生活に関する情報や暮らしに役立つ知識などを定期的な情報紙により提供します。

《主な取組》

- ・消費生活情報紙を作成及び配布

消費生活センターが作成する生活情報紙を年4回発行します。

施策 ③消費生活に関する講座の充実

消費者教育の推進及び消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、悪質商法や金融知識など消費生活に関する講座を充実します。

《主な取組》

- ・消費者の意識啓発と知識向上のため消費生活に関する出前講座・消費生活セミナーの実施
年度当初に出前講座の案内を送付し、申込み先にて消費生活講座を開催します。

(3) 消費者被害への機動的な対応

①迅速な消費者被害への対応

課題

消費者と事業者間のトラブルの公正な解決を図り、速やかに被害からの救済を行う消費生活センターの役割は重要です。消費生活センターでは消費生活相談等を通して消費者と事業者との間の情報の質及び量・交渉力等の格差を補い、消費者による自主的な解決に向けた助言、事業者に対する※あっせん等を行います。

市民の期待に一層応えられるよう、消費生活センターでの相談機能の充実・強化を図るとともに、より高度な問題の解決ができるよう、消費者被害の救済体制を整備する必要があります。

目指す方向

消費生活相談を受ける体制が整っている。

消費生活相談が充実している。

消費生活センターの役割が市民に浸透している。

施策 ①消費生活相談機能の充実・強化

消費生活相談員の技術向上、アドバイザー（弁護士・建築士）の助言により、消費生活相談機能を充実・強化し、消費者被害の解決を図ります。

《主な取組》

- ・消費生活相談員の研修参加等による資質の向上
（独）国民生活センター主催の専門研修をはじめ、埼玉県主催の事例研究会等へ参加援助を行います。
- ・アドバイザー（弁護士・建築士）の助言による消費生活相談機能の強化
消費者問題について法律的な専門知識が必要なものについて弁護士、建築士から助言を受けます。
- ・消費生活相談のサービス向上のための消費生活相談体制の拡充
消費者のニーズに合った消費者が相談しやすい、利用しやすい受付体制を維持・拡充します。
- ・高齢者や若年者を対象とした消費生活特別相談の実施
高齢者や若年者を対象とした特別相談を実施します。
- ・消費生活相談員の助言・あっせんによる消費者トラブルの解決
交渉力に差がある事業者と消費者の間に入り(あっせん)トラブルを解決します。

施策 ②消費者被害救済体制の整備

市民の消費生活に著しく影響を及ぼすような消費者被害について、消費生活審議会における※調停等により、公正かつ速やかに解決を図ります。

《主な取組》

- ・消費生活審議会における調停等の活用や消費者訴訟の援助
消費生活センターで解決が困難な苦情案件のうち市民の消費生活に著しく影響を及ぼす紛争について消費生活審議会において、あっせんや調停等を行い公正かつ速やかに解決を目指します。
- ・消費者訴訟の資金の貸付け
事業者の事業活動により消費生活上の被害を受けた消費者が訴訟を提起する場合で、一定の要件に該当する時は、必要な資金の貸付けを行います。

施策 ③個人情報保護の適正化の推進

※個人情報の保護に関する法律及び※さいたま市個人情報保護条例に基づき、消費者及び事業者に対して個人情報の適切な取り扱いに関する相談などの支援を行います。

《主な取組》

- ・個人情報に関する相談の助言
カードや身分証明書等個人情報の取扱いが不適切な場合は相談助言を行っています。

②高齢者等への支援の強化

課題

高齢化社会にあって、高齢者等を狙った悪質な訪問販売などによる消費者被害が深刻な問題となっています。特に、一人暮らしの高齢者等が狙われる傾向があるため、消費生活に関する啓発を行い、消費者被害の未然防止を図る必要があります。

消費者被害に遭う高齢者等には、自分は大丈夫と思い込んだり、判断能力の低下から被害に遭っても気づかないという特性が見られます。このような高齢者等の特性につけこむ悪質な事業者の規制を強化するとともに、本人に対する継続的な啓発と家族、介護ヘルパーなど高齢者等の周辺の方への情報提供を促進する必要があります。また、高齢者等の特性のゆえ、消費生活センターへの相談まで及ばないために見逃されていく消費者被害のいる恐れがあり、こちらにも目を配っていく必要があります。

目指す方向

高齢者本人や家族、介護ヘルパー等の周辺の人が、必要な情報や支援を受け取ることができている。

施策 ① 高齢者等への情報提供等の強化

高齢者等及びその家族が比較的多く利用する公共施設や、福祉施設等の協力のもと、消費者被害に関する情報提供を図ります。

《主な取組》

- ・ 公共施設や福祉施設等に、被害防止に関する情報提供
高齢者等が目につきやすい公共施設や福祉施設に被害防止の啓発情報の提供をします。
- ・ 高齢者等に日頃接する人への情報発信
市職員、地域包括センター職員、民生委員等に被害防止の啓発情報の提供をします。

施策 ② 地域包括支援センター等との連携の推進

地域包括支援センター、*居宅介護支援センター、*障害者生活支援センター等との連携を図り、高齢者等の消費生活相談に応じるなどの支援及び消費生活に関する情報の提供を行います。

《主な取組》

- ・ 地域包括支援センター等との連携による高齢者等への相談支援及び情報提供
地域包括センター等の機関と連携を行い高齢者等が消費者被害に遭っていたり、その疑いがある場合に速やかに消費生活センターでの相談に繋げていきます。

施策 ③ 高齢者の見守り活動の推進

地域での支え合いや助け合いによる、単身高齢者等の見守り活動により、高齢者等が安全、安心して暮らせる社会を構築できるよう支援を行います。

《主な取組》

- ・ 高齢者の地域での見守り活動の推進
さいたま市社会福祉協議会を經由し、地区社会福祉協議会に対し「高齢者見守り活動奨励金」を交付し、高齢者の地域での見守りを推進します。

施策 ④高齢者等の権利擁護の促進

判断能力が不十分であるために権利の適切な行使ができない高齢者等については、本人の意向に寄りそった援助が必要であり、※生活支援員の訪問を通じての支援や、成年後見制度の活用を図ります。

《主な取組》

- ・生活支援員等による福祉サービス利用手続きや日常的金銭管理等の援助
市社会福祉協議会の生活支援員が、認知症高齢者等の判断能力が不十分な方のもとへ定期的に訪問します。
- ・権利擁護のための成年後見制度の利用
判断力が不十分な知的障害者等で身寄りがいない等の理由で福祉サービスが利用困難な者に市長による後見開始等、審判の請求を行います。

施策 ⑤障害者の支援体制の整備促進

障害者本人や家族から寄せられる様々な相談に対応する、障害者生活支援センターを中心に、各関係機関との連携のもと、生活全般にわたる支援を行います。

《主な取組》

- ・障害者等の相談支援体制の充実
全区に障害者生活支援センターを設置し、本人や家族からの様々な相談に対応します。
- ・権利擁護のための成年後見制度利用
判断力が不十分な知的障害者等で身寄りがいない等の理由で福祉サービスが利用困難な者に市長による後見開始等、審判の請求を行います。
- ・聴覚障害者相談員による日常生活の相談
聴覚障害者相談員が聴覚障害者の日常生活上の各種相談に応じます。

③事業者に対する指導の推進

課題

消費活動が多様化・複雑化する中で様々に悪質な手口を使って、一般の消費者に被害を与える事業者がいます。こうした悪質な事業者からの被害を防止するため、消費生活相談と並行して、この種の事業者に対する指導が必要です。

目指す方向

悪質な事業者に対して指導を行い、被害防止に繋がっている。

施策 ①事業者指導の推進

迅速な情報収集と調査に基づき、不適正な取引行為に対して早期の是正指導、改善勧告を強化するとともに、特に悪質な事業者に対しては、消費者被害の拡大防止のため、市民への周知のほか必要に応じ報道機関へ情報提供します。

《主な取組》

・悪質な事業者に対しての指導

消費生活条例第 14 条に規定する不適切な取引行為を行っている事業者について調査や資料の提出を求めた結果、違反行為がある場合は是正指導を行います。

・公表等による条例違反事業者の不適正な取引行為の抑制

消費生活条例第 17 条に規定する不適切な取引行為により多数の消費者に被害が生じた場合で被害の拡大を防止するための緊急性が認められる時は事業者の名前、住所を公表します。

・相談実績活用による指導検討事案の把握および指導

相談実績データを定期的に集計し、消費生活条例第 14 条に規定する不適切な取引行為を行っている事業者については是正指導を行います。

④関係機関等との連携の推進

課題

事業者を厳正に規制する取り組みによって、消費者被害の未然防止を図るとともに、悪質な事業者を撤退させることにより市場の公正化を図る必要があります。これにより、消費者は適正な選択と公正な取引が可能となる消費生活環境が保障されこれは、適正な事業者にあっても同様であり、安全で安心できる消費生活の実現につながります。このような規制の強化を推進し、かつ、その実効性を確保するため、関係行政機関、福祉関係団体、消費者団体等との連携を推進する必要があります。

目指す方向

消費者と事業者間での適切で公平な取引が確立されている。

施策 ①関係機関等との連携の推進

消費者被害の多様化・複雑化、広域化を踏まえ、消費者被害の未然・拡大防止及び迅速な救済のために関係機関、関係団体との連携の強化を図ります。

《主な取組》

- ・ 国、埼玉県、警察署、弁護士会、司法書士会及び消費者団体等との連携及び協力会議や協議会に積極的に参加し情報交換や情報収集を行います。

施策 ②適格消費者団体との連携の推進

消費者庁の認定を受けている消費者団体であり消費者被害未然・拡大防止等のために連携を図ります。

《主な取組》

- ・ 適格消費者団体との連携の強化
情報提供依頼があった場合にその情報を提供する等して連携を強化します。

(4) 消費者意見の反映の促進

①消費者、事業者及び市による協働の推進

課題

新たな技術開発や流通の広域化などにより発生するリスクに対する消費者の安全を確保するため、様々なリスクに関する正確な情報を関係者が共有し、相互に意思疎通を図ることでリスクを適正にコントロールするリスク分析の考え方の導入が進んでいます。

食品、農産物のほか、商品・サービスにかかる製造から流通、消費についても、消費者、事業者及び市がリスクの評価・管理にかかる意見を相互に適切に反映できるよう、関係者が情報を共有し意見を交換して理解を深めるためのリスクコミュニケーションを促進する必要があります。また、こうした情報交換を実現するために、消費者、事業者及び市が連携して交流できる機会を確保していくことが必要です。

目指す方向

消費者と事業者及びさいたま市で必要な情報交換ができて安全な消費生活をおくることができる。

施策 ①リスクコミュニケーションの推進

食の安全委員会、食の安全市民モニター会議や消費生活に関する講座の開催時に意見交換を実施することで、消費者、事業者及び市相互の交流を図るとともに、事業活動や市の施策に反映する取り組みを推進します。

《主な取組》

- ・食の安全委員会での意見の交換（再掲）
消費者、生産者、事業者及び学識経験者で構成された安全委員会で、安全対策に関する意見交換を行うとともに関係者相互の理解を推進します。
- ・食の安全確保に関する情報提供・注意喚起（再掲）
食中毒予防のため、リーフレット等の作成、配布やキャンペーン等を開催する。またホームページ等で食の安全に関する取組や食中毒事件、食品の自主回収等の情報を提供します。
- ・食の安全確保に関する情報及び意見交換（再掲）
食の安全についての正しい知識の普及と理解を深めていただくため、市民向けの情報及び意見交換の一環として、フォーラム等を開催します。
- ・食の安全・安心市民講習会の実施（再掲）
市民を対象に、受講生を募集し食の安全への取組みや食品衛生に関する知識の取得及び見識の向上年間計画に基づく講習会を開催します。

施策 ②地産地消の推進

新鮮で安全性に優れた農産物の生産と供給を推進するために、農産物の直売所の展開とブランド品の育成など地産地消の推進を図ります。

《主な取組》

・地産地消の推進

市内で生産された農作物を市内の直売所等で供給し、生産者と消費者の交流を推進します。

・消費者へ市内における農産物の情報発信

直売所や農園等を紹介したさいたま市農情報ガイドブックを作成します。

施策 ③消費者、事業者及び市の連携・協働

消費者、消費者団体、事業者、事業者団体及び市の交流の機会をつくり、相互の信頼関係を構築する施策を講じます。

《主な取組》

・消費者、生産者、市が参加する懇談会、シンポジウム、「農」の交流イベントの開催

農業生産者と消費者の交流を推進します。

・消費者団体、事業者団体との意見交換

消費者団体、事業者団体との情報交換会に参加し意見交換を行います。

②事業活動、市の施策への消費者意見の反映の推進

課題

健全な消費生活環境づくりを推進していくにあたり、市は、消費者意識調査を行うなど、積極的に消費者の意見を施策に取り上げることが必要です。

一方事業者は、消費者の知識、年齢等の特性に配慮することや、消費者と事業者との間に生じた問題を適切に処理しそれを事業活動に反映させることなどが、消費者志向の事業展開をする上で重要なことです。

目指す方向

市は消費者の意見を施策に取り入れ、事業者は消費者の特性に配慮するなどして、健全な消費生活環境ができている。

施策 ①市の施策への消費者意見の反映

条例に基づく市長への申出制度、消費生活相談情報の分析結果及び市独自の消費者調査やその他の消費者意識・行動などに関する各種調査の活用を通じて、消費者がいただく要望や懸念の意見の把握に努め、施策に反映します。

《主な取組》

- ・ 出前講座等における消費者アンケートを実施、消費者意見の反映
消費生活センター主催の出前講座やセミナーにおいてアンケートを実施、消費者の意見を収集し次回の企画に反映させます。
- ・ 消費生活審議会において基本計画の進行管理、課題やその解決についての検証
基本計画における施策の前年度の取組について事業担当課に照会し、その結果を取りまとめ審議会へ報告し審議を行います。

施策 ②事業活動への消費者意見の反映

事業者が消費者の意見も反映する取り組みとして、苦情処理体制の整備や自主的な行動基準の策定・運用を促すとともに、事業者団体にあっては消費者と事業者との間の信頼関係の構築を促進するよう図ります。

《主な取組》

- ・ 事業者等における自主行動基準の策定・活用
事業者訪問において事業者に対して消費者トラブルをなくす観点から自主行動基準の策定状況を確認。未策定の場合は策定を要望します。

施策 ③事業者への情報提供の推進

事業者向けの消費生活に関する講座の開催及び図書等の貸し出しを促進するなど、事業者が消費者の意見の反映を認める上で有益である情報の提供を推進します。

《主な取組》

- ・ 事業者に対し、相談案件に基づいた情報提供及び指導
訪問してきた事業者に市内の相談件数等について情報提供や指導を行い事業者内の研修等に役立ててもらいます。
- ・ 事業者に対する出前講座の開催
申請のあった事業者に対し出前講座を行います。
- ・ 事業者に対する図書及びビデオの貸出
消費生活センターが所有する図書及びビデオの貸出しをします。

5 施策展開における重点事項

重点を置いて取り組む必要のある、次の2つの項目を「施策展開における重点事項」として位置づけ、取組を進めていきます。

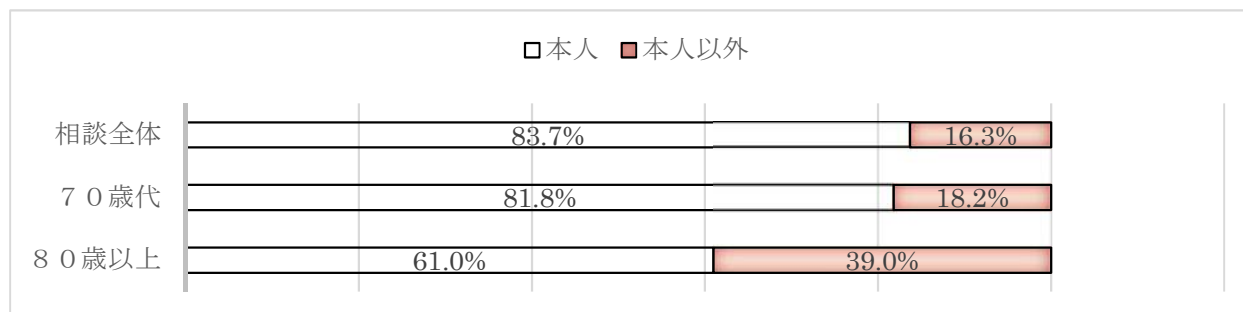
(1) 高齢者への支援の強化

本市の老年年齢人口は今後も増加の傾向を見せ、高齢化率は平成27年の22.8%から、令和12年には27.3%に増加し、令和27年には3人に一人が65歳以上になる見通しです。

特に75歳以上の人口増加が顕著であり、平成27年の12.9万人から、令和27年には21.5万人までに達する見通しになっています。

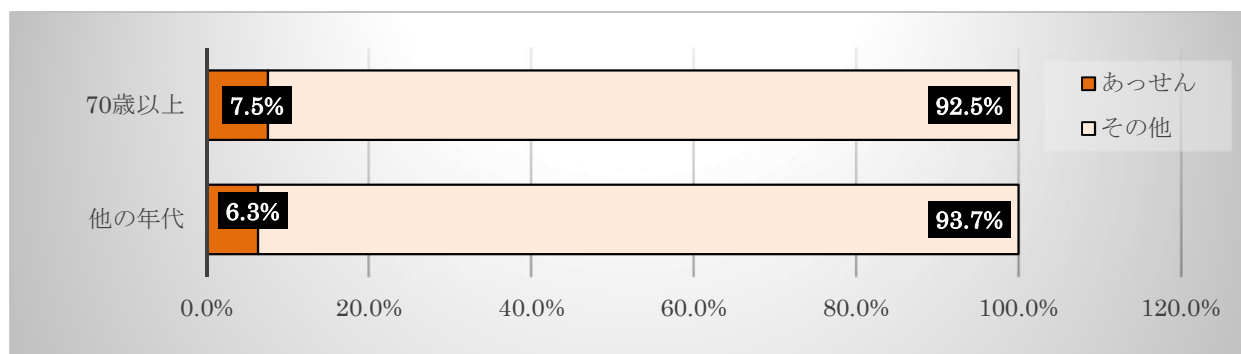
また、高齢者の悪質商法被害は、被害者自身が被害に遭っていると気づいていないケースが多いことも特徴で図14に示すとおり本人以外からの相談も少なくありません。以上のことから、人の気づきを促す啓蒙・啓発活動に加え、高齢者と接する機会が多い民生委員、地域包括支援センター、介護担当職員等との連携を強化していきます。

図14 相談者の内訳



高齢者は自主交渉による解決が困難であることが多く、他の年代と比べて消費生活センターが相談者と事業者とのあっせんを行って解決を図る事例が多くなっています。

図 15 消費生活相談における「あっせん」の割合



《主な取組》

消費者被害拡大防止に係る情報提供の強化

地域包括支援センター等との連携の推進

社会福祉協議会を経由した、見守り活動の推進

生活支援員と連携した援助の実施及び成年後見制度の活用

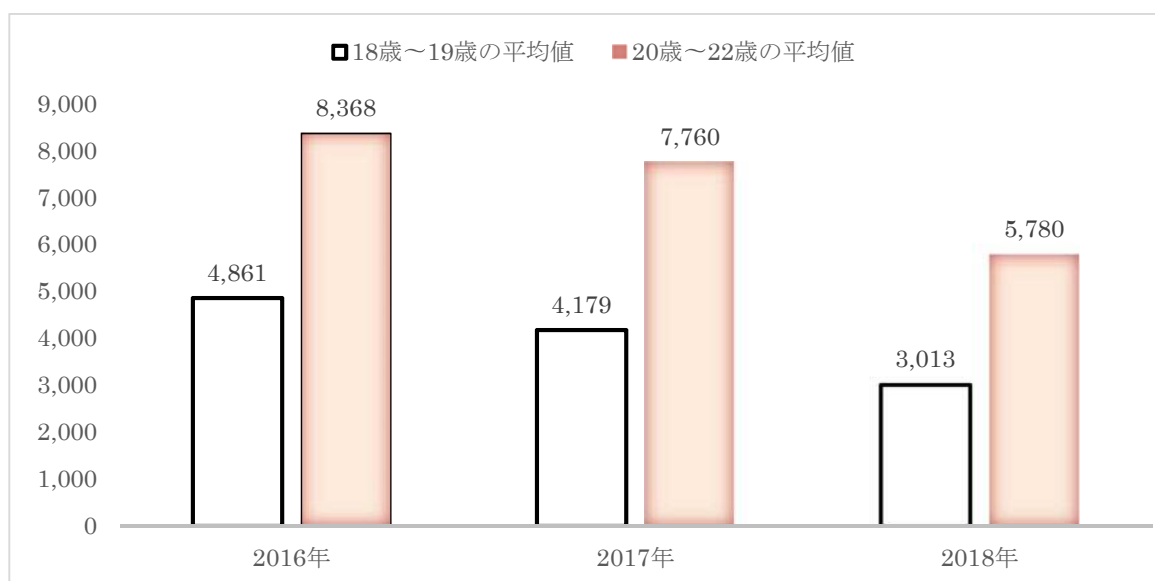
(2) 若年者への教育の推進・支援の強化

令和4年4月1日から、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられます。そのため、18歳から親の同意を得なくても、自分の意志で契約ができるようになります。が、一方でそれまで「未成年者取消権」によってその契約を取り消し、消費者被害を抑止することができました。制度による保護からは外れることになります。

下の図は、国民生活センターからの報告書の引用です。全国の消費生活センター等に寄せられた若者の相談件数（平均値）の推移をみると、契約当事者が20歳～22歳の相談は18歳～19歳の相談と比べて急増する傾向にあり、成人になった若者は未成年の若者よりも消費者トラブルや被害に遭いやすいことが伺えます。

若年者が消費者被害にあわないための知識やルールを学ぶとともに、自主的な選択ができる自立した消費者になるために消費者教育はとても重要です。

図 15 契約当事者 18 歳から 22 歳の年度別相談件数（平均）



【出典】「国民生活センター 成年年齢引下げに向けた消費生活センターの対応に関する現況調査」から作成

《主な取組》

学校における消費者教育の推進

若年者の消費者被害に係る情報をSNS等を利用して発信

消費者行政と教育機関等との連携の強化

6 基本計画の実効性の確保

(1) 機動的な推進体制の充実・強化

基本計画に掲げる施策の推進にあたっては、消費者問題に関係する局及び区役所間との緊密な連携を図るため庁内連絡会議を設置し、多面的な解決を図ります。

(2) 基本計画の調査・検証・評価・改善

基本計画の推進にあたっては、毎年度、具体的施策の進捗状況を、施策ごとに設けた評価基準に従って調査し、審議会において報告、審議することにより、施策の有効性・効率性等の検証・評価を行い、その結果を次年度の具体的施策に反映させます。

(3) 市民への情報発信

基本計画の具体的施策の進捗状況については、市報やホームページ等を通じて市民に分かりやすく情報発信します。

(4) 国、埼玉県ほか地方公共団体及び他の関係機関並びに消費者団体、事業者団体との連携

基本計画に掲げる施策の実施にあたっては、国、埼玉県ほか地方公共団体及び他の関係機関並びに消費者団体、事業者団体との連携を深め、機動性、実効性を高めます。

7 参考資料

(1) 本計画策定の経過

期日（期間）	会議名等	主な内容
令和元年8月21日	7期第2回さいたま市消費生活審議会	さいたま市消費生活基本計画の諮問
令和元年11月19日	7期第3回さいたま市消費生活審議会	消費生活基本計画答申（骨子）審議
令和2年5月	7期第4回さいたま市消費生活審議会	消費生活基本計画答申（素案）書面審議
令和2年7月	市長へ答申	
令和2年11月	パブリックコメント	
令和3年3月	計画決定	
令和3年4月	計画の実施	

(2) さいたま市消費生活審議会委員名簿

【敬称略】

区分	氏名	所属	委嘱期間	
学識経験者	会長	中村 弘毅	埼玉弁護士会消費者問題対策委員会	H30.8.3～R2.8.2
	委員	宮西 陽子	埼玉弁護士会消費者問題対策委員会	H30.8.3～R2.8.2
	委員	武藤 洋善	埼玉弁護士会消費者問題対策委員会	H30.8.3～R2.8.2
	委員	亀崎 美苗	埼玉大学教育学部	H30.8.3～R2.8.2
	委員	豊田 雅裕	埼玉県消費生活支援センター	H31.4.1～R2.8.2
事業者代表者	委員	伊藤 義夫	さいたま商工会議所	H30.8.3～R2.8.2
	委員	飯塚 孝	埼玉県中小企業団体中央会	H30.8.3～R2.3.31
	委員	須藤 喜弘	埼玉県中小企業団体中央会	R2.4.1～ R2.8.2
	委員	嶋村 英雄	さいたま農業協同組合	H30.8.3～R2.8.2
	委員	大山 克己	生活協同組合コープみらい	H30.8.3～ R2.8.2
消費者代表者	委員	廣田 美子	さいたま市消費者団体連絡会	H30.8.3～ R2.8.2
	委員	石田 恆子	うらわ市民広場	H30.8.3～ R2.8.2
	委員	久慈美知子	ファイバーリサイクルネットワークさいたま	H30.8.3～ R2.8.2
公募者	委員	柳川 淑子	一般公募	H30.8.3～ R2.8.2
	委員	岩崎万智子	一般公募	H30.8.3～ R2.8.2
	委員	梅澤 貞雄	一般公募	H30.8.3～ R2.8.2

(3) さいたま市消費生活条例

平成18年3月23日条例第25号

目次

- 第1章 総則（第1条—第9条）
- 第2章 消費生活に関する施策
 - 第1節 安全の確保（第10条—第13条）
 - 第2節 不適正な取引行為の禁止（第14条—第17条）
 - 第3節 生活関連物資の安定供給の確保（第18条—第20条）
 - 第4節 表示等の適正化（第21条—第23条）
 - 第5節 消費者の自主的活動への支援（第24条—第27条）
 - 第6節 消費者被害の救済（第28条—第30条）
- 第3章 立入調査、公表等（第31条—第33条）
- 第4章 さいたま市消費生活審議会（第34条—第38条）
- 第5章 補則（第39条）
- 附則

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並びに社会経済情勢の変化にかんがみ、市民の消費生活に関し、市、事業者及び消費者の果たすべき責務等を明らかにするとともに、市の実施する施策について必要な事項を定め、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 前条の目的を達成するために、市、事業者及び消費者は、その相互の理解と協力の下に、次に掲げる事項について、消費者の権利の確立を図るものとする。

- (1) 消費生活において、商品（事業者が消費者から購入するものを含む。以下この条、第7条、第14条（第7号を除く。）、第15条第2項、第21条、第22条第1項及び第23条第3項において同じ。）又はサービスによって、生命、身体及び財産を侵されない権利
- (2) 消費生活において、商品又はサービスについて、不当な取引条件を強制されず、不適正な取引行為を行わせない権利
- (3) 消費生活において、商品又はサービスについて、適正な表示等に基づいて選択をする権利
- (4) 消費生活を営む上で必要な情報が明確かつ速やかに提供される権利
- (5) 消費生活に関する必要な知識を修得し、及び消費者教育を受ける権利
- (6) 消費生活に関する市の施策及び事業者の事業活動に、消費者の意見が十分に反映される権利
- (7) 消費生活において、商品若しくはサービス又はこれらの取引行為により不当に受けた被害から、適切かつ迅速に救済される権利

（市の責務）

第3条 市は、前条に規定する基本理念にのっとり、市を取り巻く社会的及び経済的状況に応じた消費生活に関する施策を策定し、及びこれを実施しなければならない。

2 市は、消費生活に関する施策の策定及び実施に当たっては、市民の意見を反映することがで

きるよう必要な措置を講じなければならない。

- 3 市は、消費生活に関する施策の実施及び推進に当たっては、環境の保全に配慮しなければならない。

(事業者の責務)

第4条 事業者は、その事業活動を行うに当たり、消費者の権利を尊重するとともに、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮しなければならない。

- 2 事業者は、消費者との取引における公正を確保するとともに、消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理しなければならない。
- 3 事業者は、法令を遵守するとともに、市が実施する消費生活に関する施策に協力しなければならない。
- 4 事業者は、その事業活動に関し、自主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。
- 5 事業者は、消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供するとともに、消費者の意見を事業活動に反映させるよう努めなければならない。
- 6 事業者は、事業活動に際して知り得た消費者に係る個人情報の適正な取扱いに努めなければならない。
- 7 事業者は、商品又はサービスの供給に当たっては、環境の保全に配慮するよう努めなければならない。

(事業者団体の役割)

第5条 事業者団体は、前条に規定する事業者の責務の遂行に寄与し、事業者と消費者との間の信頼関係の構築に努めるものとする。

(消費者の役割)

第6条 消費者は、第2条に規定する消費者の権利の確立のために、消費生活に関して、自ら進んでその必要な知識を修得し、自主的かつ合理的に行動することができるよう努めるものとする。

- 2 消費者は、市が実施する消費生活に関する施策に積極的に協力するよう努めるものとする。
- 3 消費者は、商品又はサービスの選択等に当たっては、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るものとする。

(消費者団体の役割)

第7条 消費者団体は、消費生活において、商品又はサービスについての適正かつ公正な取引の実現を目指すとともに、消費者が消費者の権利を確立するための支援を行うよう努めるものとする。

(国又は他の地方公共団体との相互協力等)

第8条 市は、消費生活に関する施策を実施するに当たり、必要に応じ、国又は他の地方公共団体に対し、情報の提供、調査の実施その他の協力を求めるものとする。

- 2 市は、国又は他の地方公共団体が発行する消費生活に関する施策について、情報の提供、調査の実施その他の協力を求められたときは、これに応ずるものとする。
- 3 市長は、市民の消費生活の安定と向上を図るため必要があると認めるときは、国、他の地方公共団体又は関係事業者等に対し、必要な措置を講ずることを求めるものとする。

(基本計画の策定)

第9条 市長は、消費生活に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、消費生活に関す

る基本的な計画（以下「基本計画」という。）を策定するものとする。

2 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) 消費生活に関する総合的な施策の大綱

(2) 前号に掲げるもののほか、消費生活に関する施策を推進するために重要な事項

3 市長は、基本計画を策定しようとするときは、あらかじめ、審議会（第34条に規定する審議会をいう。第22条第2項、第29条、第30条第1項第3号及び第33条第3項において同じ。）に諮るものとする。

4 市長は、基本計画を策定したときは、速やかにこれを公表するものとする。

5 前2項の規定は、基本計画の変更について準用する。

第2章 消費生活に関する施策

第1節 安全の確保

（事業者による安全の確保）

第10条 事業者は、消費者の生命、身体又は財産に危害等を及ぼし、又は及ぼすおそれがある商品又はサービスを消費者に供給してはならない。

2 事業者は、その商品又はサービスが消費者の生命、身体又は財産に危害等を及ぼし、又は及ぼすおそれがあることが明らかになったときは、当該事実の公表、当該商品又はサービスの供給の中止、当該商品の回収等消費者の安全を確保するために必要な措置を講じなければならない。

（危害等に関する調査等）

第11条 市長は、商品又はサービスが消費者の生命、身体又は財産に危害等を及ぼす疑いがあると認めるときは、必要な調査を行うものとする。

2 市長は、前項の調査を行うに当たり、必要があると認めるときは、当該商品又はサービスを供給する事業者に対し、当該商品又はサービスが安全であることの立証を求めることができる。

3 市長は、必要があると認めるときは、第1項の調査又は前項の立証の結果を公表するものとする。

（危害等の防止のための勧告）

第12条 市長は、前条第1項の調査又は同条第2項の立証の結果、商品又はサービスが消費者の生命、身体又は財産に危害等を及ぼすおそれがあると認める場合において、当該危害等を防止するため必要があると認めるときは、当該商品又はサービスを供給する事業者に対し、当該商品又はサービスの供給の中止、当該商品の回収その他消費者の生命、身体又は財産に対する危害等を防止するために必要な措置を講ずるよう勧告することができる。

（危害等の防止のための緊急措置）

第13条 市長は、商品又はサービスが消費者の生命、身体又は財産に重大な危害等を及ぼし、又は及ぼすおそれがある場合において、当該危害等を防止するため緊急の必要があると認めるときは、当該商品又はサービスの名称、当該商品又はサービスを供給する事業者の住所及び氏名又は名称その他必要な事項を公表するものとする。

第2節 不適正な取引行為の禁止

（不適正な取引行為の禁止）

第14条 事業者は、消費者との間で行う商品又はサービスの取引に関し、次の各号のいずれかに該当する行為で規則で定めるものを行ってはならない。

- (1) 消費者に対し、取引の意図を隠し、商品若しくはサービスの内容、取引条件、取引の仕組み等に関し重要な情報を提供せず、若しくは誤認を招く情報を提供し、又は将来における不確実な事項につき断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (2) 消費者の自発的意思を待つことなく執ように説得し、電気通信手段を介して一方的に広告宣伝等を送信することにより消費者に迷惑を覚えさせ、消費者の取引に関する知識若しくは判断力の不足に乘じ、若しくは消費者を心理的に不安な状態に陥らせる等して、契約の締結を勧誘し、又はこれらにより消費者の十分な意思形成のないまま契約を締結させる行為
- (3) 取引における信義誠実の原則に反し、消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させる行為
- (4) 消費者又はその関係人を欺き、威迫し、又は困惑させる等不当な手段を用いて、当該消費者又はその関係人に契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を請求し、又は当該債務を履行させる行為
- (5) 契約若しくは法律の規定に基づく債務の完全な履行がない旨の消費者からの苦情に対し、適切な処理をせず、履行を不当に拒否し、若しくはいたずらに遅延させ、又は継続的取引において、正当な理由なく取引条件を一方的に変更し、若しくは消費者への事前の通知をすることなく履行を中止する行為
- (6) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張に際し、これらを妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し若しくは契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これらによって生じた債務の履行をいたずらに遅延させ、若しくは不当に拒否する行為
- (7) 商品若しくはサービスを供給する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者からの商品又はサービスの購入を条件又は原因として信用の供与をする契約若しくは保証を受託する契約（以下この号において「与信契約等」という。）について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは債務の履行をさせる行為（不適正な取引行為に関する調査等）

第 15 条 市長は、前条に規定する不適正な取引行為が行われている疑いがあると認めるときは、当該取引行為について必要な調査を行うものとする。

2 市長は、前項の調査を行うに当たり、必要があると認めるときは、当該商品又はサービスを取引する事業者に対し、当該取引行為の正当性等を示す資料の提出を求めることができる。

3 市長は、不適正な取引行為による被害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、第 1 項の調査の経過及び結果並びに前項の資料の内容を公表するものとする。

（不適正な取引行為の改善勧告等）

第 16 条 市長は、事業者が第 14 条に規定する不適正な取引行為を行っているとき、当該事業者に対し、当該取引行為を是正するよう指導し、及び改善するよう勧告することができる。

（不適正な取引行為に対する緊急措置）

第 17 条 市長は、事業者の不適正な取引行為により多数の消費者に被害が生じ、又は生じるおそれがある場合において、当該被害の発生及び拡大を防止するため緊急の必要があると認めるときは、当該不適正な取引行為を行った事業者の住所及び氏名又は名称その他必要な事項を公表

するものとする。

第3節 生活関連物資の安定供給の確保

(生活関連物資の調査等)

第18条 市長は、消費者との関連が高く、又は経済上重要な物資（以下「生活関連物資」という。）について、必要に応じて、価格の動向、需給の状況及び流通の実態を調査するものとする。

2 市長は、必要があると認めるときは、前項の規定による調査の結果を公表するものとする。

(生活関連物資の供給の協力要請)

第19条 市長は、生活関連物資の円滑な供給を確保するため必要があると認めるときは、当該生活関連物資に係る事業者に対し、その供給について協力を求めるものとする。

(生活関連物資に係る緊急措置)

第20条 市長は、生活関連物資が不足し、若しくは不足するおそれがあると認めるとき又はその価格が著しく上昇し、若しくは上昇するおそれがあると認めるときは、当該生活関連物資に係る事業者に対し、適正な価格で販売するよう勧告することができる。

2 市長は、生活関連物資に係る事業者が買占め又は売惜しみにより当該生活関連物資を多量に保有していると認めるときは、当該事業者に対し、売渡しをすべき期限及び数量並びに売渡先を定めて、適正な価格で売り渡すよう勧告することができる。

第4節 表示等の適正化

(表示等の適正化)

第21条 事業者は、その取引する商品又はサービスについて、次に掲げる事項の積極的な推進に努めるものとする。

- (1) 消費者が不利益を被ることのないよう適正な計量をすること。
- (2) 消費者が選択等を誤ることがないよう、品質その他の内容並びに事業者の住所及び氏名又は名称を適正に表示すること。
- (3) 消費者が選択等を誤ることがないよう、価格及び質量、容積、時間、回数等の単位当たりの価格を適正に表示すること。
- (4) 消費者と取引した後の保証内容その他の表示すべき内容を適正に表示すること。
- (5) 自動販売機その他これに類する機械により供給するに当たり、その内容及び取引条件並びに当該事業者との連絡に関し必要な事項を表示すること。
- (6) 使用又は利用の方法によっては消費者の生命、身体又は財産に危害等が発生するおそれがある場合において、当該危害等の具体的内容及びその発生を防止するための使用又は利用の方法を表示すること。
- (7) 環境の保全に配慮するため、再利用又は再生利用が可能なものにおけるその方法及び廃棄に際して特別な注意を払う必要があるものにおけるその廃棄の方法を表示すること。
- (8) 消費者が誤認し、又は消費者の負担が増大することのないようにするため、過大又は過剰な包装（容器を用いる包装を含む。）を行わないこと。
- (9) 消費者が選択等を誤ることがないよう、適正な広告を行うこと。

(基準の策定)

第22条 市長は、表示等の適正を確保するため必要があると認めるときは、商品又はサービスについて事業者が遵守すべき表示等の基準を定めることができる。

2 市長は、前項の基準を定めようとするときは、あらかじめ、審議会に諮るものとする。

3 市長は、第1項の基準を定めたときは、これを告示しなければならない。

4 前2項の規定は、第1項の基準の変更又は廃止について準用する。

(基準の遵守義務等)

第23条 事業者は、前条第1項の基準を遵守しなければならない。

2 市長は、事業者が前条第1項の基準に違反している疑いがあると認めるときは、必要な調査を行うものとする。

3 市長は、前項の調査を行うに当たり、必要があると認めるときは、当該商品又はサービスを取引する事業者に対し、当該商品又はサービスの表示等に関する資料の提出を求めることができる。

4 市長は、第2項の調査又は前項の規定による資料の提出の結果、事業者が前条第1項の基準に違反していると認めるときは、当該事業者に対して、当該基準を遵守するよう指導し、及び勧告することができる。

5 市長は、第2項の調査により被害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、必要な情報を公表するものとする。

第5節 消費者の自主的活動への支援

(情報の提供等)

第24条 市は、消費者が自主的かつ合理的に消費生活を営むことができるようにするため、消費生活に関する情報を収集し、消費者に必要な情報を提供するものとする。

(消費者教育の推進)

第25条 市は、消費者が消費生活を営む上で、必要な知識を修得し、自主的かつ合理的に行動することができるようにするため、消費者の年齢その他の特性に配慮しながら、生涯にわたる教育に係る施策を推進するものとする。

2 市は、消費生活に関する消費者の自主的な学習の支援をするための必要な条件の整備を行うものとする。

(消費者団体の自主的活動の促進)

第26条 市は、消費生活において、消費者団体の健全かつ自主的活動が促進されるよう必要な措置を講ずるものとする。

(市長への申出)

第27条 市民は、この条例の規定に基づく消費生活に関する施策が十分に講じられていないため、広く消費者の利益が侵害され、又はそのおそれがあると認めるときは、市長に対し、必要な措置を講ずるよう申し出ることができる。

2 市長は、前項の規定による申出があったときは、必要な調査を行い、その結果に基づき必要があると認めるときは、この条例に基づく措置その他適当な措置を講じなければならない。

3 市長は、必要があると認めるときは、当該申出の内容並びに当該調査の経過及び結果を公表するものとする。

第6節 消費者被害の救済

(相談又は苦情の処理)

第28条 市長は、消費者から事業者の事業活動により消費生活上の被害を受けた旨の相談又は苦情の申出があったときは、速やかに、その内容を調査し、当該相談又は苦情を解決するために必要な措置を講ずるものとする。

2 市長は、前項の措置を講ずるために必要があると認めるときは、当該相談又は苦情に係る事業者、消費者その他の関係者に対し、説明、報告又は資料の提出を求めることができる。

(あっせん及び調停)

第 29 条 市長は、消費者からの苦情を解決することが困難であるときその他必要があると認めるときは、当該苦情を審議会のあっせん又は調停に付することができる。

2 審議会は、あっせん又は調停のため必要があると認めるときは、当該苦情に係る事業者、消費者その他の関係者に対し、出席を求めて意見若しくは説明を聴き、又は資料の提出を求めることができる。

3 市長は、第 1 項の規定によりあっせん又は調停に付した苦情が解決した場合又は解決の見込みがないと認める場合において、消費生活の安定及び向上を確保するために必要があると認めるときは、当該あっせん又は調停の経過及び結果を公表することができる。

(訴訟の援助)

第 30 条 市長は、事業者の事業活動により消費生活上の被害を受けた消費者（以下この条において「被害者」という。）が、当該事業者を相手として訴訟を提起する場合又は当該事業者から訴訟を提起された場合で、次に掲げる要件（市民の消費生活に特に著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると市長が認めるときは、第 1 号に掲げる要件は除く。）のいずれにも該当する場合には、当該被害者に対し当該訴訟に必要な資金（以下この条において「訴訟資金」という。）の貸付けその他訴訟活動に必要な援助を行うことができる。

(1) 前条第 1 項のあっせん又は調停に付されている苦情に係るものであること。

(2) 同一の被害が多数発生し、又は発生するおそれがあること。

(3) 審議会において、当該訴訟を援助することが適当であると認めたものであること。

(4) 当該被害者が訴訟資金の貸付けの申込みの日前 3 月以上引き続き市内に住所を有していること。

2 市長は、前項の規定による訴訟資金の貸付けを受けた者が、当該訴訟の結果、当該訴訟の相手方から金銭を得られないこととなったとき、当該訴訟の相手方から得られることとなった金銭の額が当該訴訟資金の貸付金の額に満たないときその他特に必要があると認めるときは、当該訴訟資金の貸付金の返還の債務の全部又は一部を免除することができる。

3 前 2 項に定めるもののほか、第 1 項の規定による訴訟資金の貸付けに関し必要な事項は、規則で定める。

第 3 章 立入調査、公表等

(立入調査等)

第 31 条 市長は、第 11 条から第 13 条まで、第 15 条から第 18 条まで、第 20 条、第 23 条又は第 27 条第 2 項に規定する権限を行使するために必要な限度において、事業者に対し、報告若しくは資料の提出を求め、又はその職員に、事業者の事務所、工場、事業場、店舗若しくは倉庫に立ち入らせ、帳簿、書類、設備その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

2 前項の規定により立入調査又は質問をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者の請求があったときは、これを提示しなければならない。

3 第 1 項の規定による立入調査及び質問の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

(意見陳述の機会の付与)

第 32 条 市長は、第 12 条、第 16 条、第 20 条第 1 項若しくは第 2 項又は第 23 条第 4 項の規定

による勧告をしようとするときは、当該勧告に係る事業者に対し、当該事案について意見を述べ、証拠を提示する機会を与えなければならない。ただし、当該事業者が正当な理由なく意見陳述に応じないとき、緊急のとき又は当該事業者の所在が不明で通知できないときは、この限りでない。

(公表)

第33条 市長は、事業者が第11条第2項の規定による立証の要求に応じないとき、第15条第2項及び第23条第3項の規定による資料の提出の要求に応じないとき、第29条第2項の規定による出席もしくは資料の提出の要求に応じないとき又は第31条第1項の規定による報告若しくは資料の提出の要求に応じず、調査を拒み、若しくは妨げ、若しくは質問に対し陳述をしないときは、その旨を公表することができる。虚偽の証拠若しくは資料の提出、報告又は陳述をしたときも、同様とする。

2 市長は、事業者が第12条、第16条、第20条第1項若しくは第2項又は第23条第4項の規定による勧告に従わないときは、その旨を公表するものとする。

3 市長は、前2項の規定による公表をしようとするときは、あらかじめ、審議会に諮るものとする。

第4章 さいたま市消費生活審議会

(設置)

第34条 市長の諮問に応じ、市民の消費生活の安定及び向上に関する重要事項を調査審議するため、さいたま市消費生活審議会（以下「審議会」という。）を置く。

(所掌事務)

第35条 審議会は、次に掲げる事項について調査審議する。

- (1) 基本計画の策定又は変更に関すること。
- (2) 第22条第1項の規定による基準の設定、変更又は廃止に関すること。
- (3) 第30条第1項の規定による訴訟に対する援助の適否の認定に関すること。
- (4) 第33条第1項及び第2項の規定による公表の適否に関すること。

2 審議会は、第29条第1項の規定によるあっせん及び調停を行うものとする。

3 審議会は、消費生活に関し重要と認められる事項について調査審議し、市長に意見を述べることができる。

(組織)

第36条 審議会は、委員20人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 消費者を代表する者
- (3) 事業者を代表する者
- (4) 公募により募集した者

3 委員の任期は、2年とする。ただし、再任を妨げない。

4 委員が欠けた場合の補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(部会)

第37条 審議会は、第29条第1項の規定によるあっせん又は調停を行わせ、及び第30条第1項の規定による訴訟に対する援助の適否の認定について審議させるため、消費者被害救済部会

を置く。

2 審議会は、前項に規定するもののほか、特定事項を調査審議するため必要があるときは、部会を置くことができる。

(庶務)

第 38 条 審議会の庶務は、市民局において処理する。

第 5 章 補則

(委任)

第 39 条 この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則

この条例は、平成 18 年 7 月 1 日から施行する。

附 則

この条例は、平成 22 年 4 月 1 日から施行する。

附 則

この条例は、平成 26 年 7 月 1 日から施行する。

附 則

この条例は、平成 27 年 4 月 1 日から施行する。

()内は最初に出てくるページ

【英数字】

ICT (29ページ)

Information and Communication Technology (情報通信技術) の略。通信技術を活用したコミュニケーションのこと。情報処理だけではなく、インターネットのような通信技術を利用した産業やサービスなどの総称。

SNS (27ページ)

ソーシャルネットワーキングサービス (Social Networking Service) の略。インターネット上でコミュニティを形成し、ユーザー同士が様々な形でコミュニケーションできる会員制サービス。

【あ行】

あっせん (33ページ)

消費生活相談において、消費者が事業者と直接交渉しても解決が難しいと思われる場合に、消費生活センターが消費者と事業者の間に入って交渉を行い、両者の主張を調整して問題解決を図ることをいいます。

エシカル消費 (4ページ)

エシカルとは「倫理的」という意味で、人や社会、環境に配慮した消費活動のこと。SDGsの目標12「つくる責任つかう責任」に関連する取組

【か行】

学習指導要領 (27ページ)

全国のどこにいても一定の教育水準の教育が受けられるようにするため、学校がカリキュラムを編成する基準とするものです。

貸金業法 (4ページ)

貸金業の適正な運営と貸金需用者の利益の保護を目的として制定されました。何回かの改正を経て、グレーゾーン金利の廃止、無登録業者(ヤミ金融)の罰則強化、夜間に加え日中の取り立て規制の強化、借りすぎ貸しすぎの防止策(年収の3分の1を超える借り入れ原則禁止=総量規制)、指定信用情報機関で借り手の総借入金残高を確認する義務などが定められています。

※指定信用情報機関 … 信用情報提供などを行う法人であり、一定の要件を満たすことを条件に内閣総理大臣により指定される機関。個人向け貸付けの総量規制の実施に伴い、制度が導入されました。

割賦販売法（４ページ）

割賦販売における公正で健全な取引の維持と消費者の保護とを目的とした法律。

環境衛生関係施設（１９ページ）

理容所、美容所、クリーニング所、公衆浴場などをいいます。

居宅介護支援センター（３５ページ）

ケアマネージャーによるプランの作成、事業者との連絡調整・紹介などの生活支援を行います。

グリーン購入（３０ページ）

製品やサービスを購入する際に、必要性や環境を考慮して、環境への負荷ができるだけ少ないものを選んで購入すること。グリーン購入は、消費者の活動を環境にやさしいものにするだけでなく、供給側の企業に環境負荷の少ない製品の開発を促すことで、経済活動全体を変えていく可能性を持っています。

計量法（２５ページ）

国際的に計量基準を統一することと、各種計量器の正確さを維持することを目的とする法律です。

権利擁護（２０ページ）

人が幸せに生活することができるために必要な、社会によって認められている権利、自由、行動や地位等をかばい守ることです。

高度情報通信社会（１７ページ）

情報が諸資源と同等の価値を有し、それらを中心に機能する社会のことです。

個人情報保護に関する法律（３４ページ）

高度情報通信会社の発展に伴い個人情報の利用が著しく拡大したことから、個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的とした法律。

【さ行】

さいたま市インターネット市民意識調査（１５ページ）

さいたま市では各所管課が事業を推進していくにあたり、迅速に市民意識を把握することができるよう、インターネットによる市民意識調査を平成 23 年度から実施しています。

調査地域 : さいたま市全域

調査対象 : さいたま市在住の満 18 歳以上 69 歳以下の男女 1,000 人

調査方法 : 民間事業者の登録モニターを活用したインターネット調査

さいたま市個人情報保護条例（34 ページ）

個人情報の適正な取扱いの確保に関し必要な事項を定めるとともに、市が保有する自己に関する個人情報の開示、訂正等を求める権利を明らかにすることにより、個人の権利利益の保護を図ることを目的とした条例。

さいたま市消費生活審議会（3 ページ）

さいたま市消費生活条例に基づき、市長の諮問に応じて、市民の消費生活の安定及び向上に関する重要事項を調査審議するために設置されています。

残留農薬（22 ページ）

農産物に、栽培時や収穫後に使用した農薬が残留したもの。食品衛生法に基づく規格基準において農産物に残留する農薬の量の限度が定められており、これを超えるような農薬が残留している農産物は流通できません。

事業活動（1 ページ）

商品・サービスに関して消費者と関わり、営利か否かを問わず、一定の目的を持って、同種の行為を、ある期間反復的・継続的に行う形態をいいます。

持続可能な開発目標（SDGs）（4 ページ）

平成13年に策定されたミレニアム開発目標（MDGs）の後継として、平成27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」に記載された国際目標。17の目標と169のターゲットから構成され、地球上の誰一人として取り残さないことを誓っている。

シックハウス症候群（22 ページ）

住宅内に放出された化学物質の影響により、頭痛、吐き気、目の痛みなど様々な健康被害を生じさせる現象のことです。

循環型社会（30 ページ）

なるべくゴミを出さないこと、ゴミをできるだけ資源として使うこと、どうしても使えないゴミはきちんと処分することを徹底し、天然資源の消費を抑制し、環境への負荷をできる限り少なくする社会のことです。

障害者生活支援センター（35 ページ）

障害者等の身近な地域における生活を支援し、情報提供、連絡調整、その他必要な援助を行います。

消費者安全法（４ページ）

消費者庁の設置に伴い、消費者の生活における安全を確保するために制定された法律。消費生活センターの設置や消費者事故に関する情報の集約・注意喚起等について規定されています。

消費者基本法（２ページ）

消費者と事業者との情報力・交渉力等の格差にかんがみ、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て、国、地方公共団体および事業者の責任などを明らかにし、国民の消費生活の安定及び向上の確保を目的とした法律。

消費者教育の推進に関する法律（２ページ）

消費者教育を総合的・一体的に推進し、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したもので、消費者教育における国や地方自治体の責務が定められています。

消費者教育推進地域協議会（５ページ）

消費者教育の推進に関する法律において、都道府県及び市町村が組織することを努力義務とされた協議会。消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターを構成員とし、消費者教育の推進に関する構成員相互の情報の交換等を行う。この規定を満たすものであれば、消費生活審議会等と兼ねるものを含まれます。

消費者市民社会（４ページ）

平成 20 年版国民生活白書で取り上げられた概念。消費者・生活者の行動を通して、公正な市場、社会的価値の創造、心の豊かさを実現する社会のこと。

消費者庁（４ページ）

消費者庁は、消費者行政を一元的に担う行政機関で、消費者の視点から政策全般を監視する組織として設立されました。

消費者委員会（４ページ）

消費者委員会は、独立した第三者機関として、消費者庁をはじめとする消費者行政に関連する各中央省庁を監視し、問題がないかチェックする目的で設立されています。

消費者安全調査委員会（４ページ）

消費生活上の生命・身体に係る事故の原因を究明するための調査を行う目的で設立されました。

消費生活用製品安全法（２３ページ）

消費生活製品による消費者の生命又は身体に対する危害の発生防止を図るため、特定製品の製造及び販売を規制するとともに、安全性の確保につき民間事業者の自主的な活動を促進し、消費者の利益を保護することを目的として制定されました。

情報モラル（29ページ）

「情報社会を生き抜き、健全に発展させていく上で、身につけておくべき考え方や態度」のことで、著作権や肖像権・プライバシー権など、情報社会で守るべきルールなどもその一つです。

食品表示法（4ページ）

これまで食品衛生法、日本農林規格（JAS）法、健康増進法の3法に分かれていた、食品の原材料や添加物、栄養成分などの表示方法を一元化し、統一する法律。任意だったエネルギーや脂質などの「栄養表示」も義務化し、消費者に分かりやすくすることを目的としています。

食品ロスの削減の推進に関する法律（4ページ）

食品ロスの削減に関し、国、地方公共団体等の責務を明らかにするとともに、基本方針の策定等を定めることにより、食品ロスの削減を総合的に推進することを目的としています。

3R(スリーアール)（30ページ）

リデュース(使用済みになったものが、なるべくごみとして廃棄されることが少なくなるように物を製造、加工、販売すること)

リユース(使用済みになっても、その中でもう一度使えるものはごみとして廃棄しないで再使用すること)

リサイクル(再使用ができずにまたは再使用された後に廃棄されたものでも、再生資源として利用すること)

生活支援員（36ページ）

要支援・要介護状態になるおそれのある高齢者、及び身体上、精神上又は環境上の理由により日常生活を営むのに支障のある高齢者を支援する者で、専門員が作成した支援計画により、書類手続きや金銭管理など実際の支援を行います。

成年年齢（4ページ）

日本での成年年齢は明治時代から140年の間、20歳と民法で決められていましたが、この民法が改正され令和4年4月から18歳に変わります。

【た行】

地域包括支援センター（20ページ）

保健師、社会福祉士、主任ケアマネジャーなどが中心となり、介護予防に関するマネジメントや高齢者への総合的な支援を行います。

地産地消（20ページ）

地域生産・地域消費の略語で、「地域で生産した農林水産物を、地域で消費する」という意味で使われています。消費者と生産者の相互理解を深める取り組みとして、全国的な広がりを見せています。

調停（34ページ）

審議会が積極的にトラブルの当事者である消費者と事業者の間に介入し、審議会としての判断を行い、両者をリードし、当事者の意思の合致によりトラブルの解決を図るもの。

適格消費者団体（20ページ）

不当な契約や勧誘の被害にあった個人にかわって、事業者が契約条項の変更や勧誘の差し止めを請求することを認められた消費者団体。消費者団体訴訟制度に基づいて、内閣総理大臣が認定します。

電気用品安全法（23ページ）

電気用品の製造、輸入、販売等を規制するとともに、安全性の確保につき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及び障害の発生を防止することを目的として制定されました。

電子商取引（17ページ）

コンピュータネットワーク上での電子的な情報通信によって商品やサービスを売買すること。

「B to C」は企業と消費者の取引 「C to C」は消費者間の取引

特定商取引に関する法律（4ページ）

消費者トラブルを生じやすい取引類型を対象に、事業者が守るべきルールと、クーリング・オフ等の消費者を守るルールを定めて、事業者による違法・悪質な勧誘行為等を防止し、消費者の利益を守ることを目的としています。取引類型として、①訪問販売、②通信販売、③電話勧誘販売、④連鎖取引販売、⑤特定継続的役務提供、⑥業務提供誘引販売取引、⑦訪問購入、の7つがあります。

と畜場法（２２ページ）

公衆衛生の立場から、と畜場の経営及び食用に供するために行う獣畜の処理の適正を図るために制定された法律。

【ま行】

未成年者取消権（１６ページ）

未成年者は、成年者と比べて取引の知識や経験が不足しています。そこで、未成年者がおこなう契約によって不利益を被むらないように、民法で「未成年者が法定代理人の同意を得ないでした法律行為は取消することができる」と決められています。

【や行】

薬事衛生関係施設（１９ページ）

薬局、医薬品販売業、医薬品・化粧品等製造業、診療所、歯科診療所、助産所などをいいます。

【ら行】

リスクコミュニケーション（２０ページ）

社会を取り巻く起こりえる危険に関する正確な情報を、消費者、事業者及び市などの関係主体間で共有し、相互に意思疎通を図ることです。