閲覧用

福島市消費生活基本計画

（福島市消費者教育推進計画）

（素案）

〔令和 9 年度～令和 12 年度〕

福　　島　　市

～目　　次～

第１章　計画の策定について ---------- 1
１　策定の背景及び趣旨 ---------- 1
２　計画の根拠 ---------- 2
３　計画の期間 ---------- 2
４　計画の実施状況の公表 ---------- 2
５　SDGｓに対応した計画の推進 ---------- 2
第２章　消費者を取り巻く現状 ---------- 4
１　社会構造の変化と消費者トラブルの現状 ---------- 4
２　デジタル技術の飛躍と消費者トラブルの現状 ---------- 6
３　なりすまし詐欺被害の増加 ---------- 6
４　緊急時、非常時における消費行動の変化 ---------- 7
５　消費生活相談の状況 ---------- 8
６　消費者教育の状況 ---------- １０
７　循環型消費生活の現状 ---------- １０
第３章　福島市消費生活基本計画〔令和３年度～令和８年度〕評価 - １２
１　施策の方向Ⅰ.Ⅱにおける指標 ---------- １２
第４章　計画の基本的方向 ---------- １４
１　消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施 ---------- １４
２　消費者被害の防止 ---------- １４
３　配慮を要する消費者等の見守りの推進 ---------- １５
第５章　施策の体系 ---------- １７
第６章　計画推進のための施策 ---------- １８
Ⅰ　安全で安心できる消費生活の確保 ---------- １９
基本方針１　消費者教育・啓発の推進 ---------- １９
基本方針２　消費者被害の防止・消費生活相談及び救済の充実 ---- ２１
基本方針３　商品、サービス等の安全・安心の確保 ---------- ２３
基本方針４　取引等の適正化の推進 ---------- ２４
基本方針５　生活必需物資の安定供給と価格安定 ---------- ２５

Ⅱ　循環型消費生活の形成　----------　２６
基本方針１　循環型消費生活の形成　----------　２６
基本方針２　消費生活基盤の確保　----------　２８
基本方針Ⅰ.Ⅱにおける指標　----------　２９
（参考資料）
〇福島市民の消費生活を守る条例　----------　３０
〇福島市民の消費生活を守る条例施行規則　----------　３５

第１章　計画の策定について

１　策定の背景及び趣旨

（１）消費生活条例の施行

本市では、昭和 50 年に県内初となる消費生活条例「福島市民のくらしを守る条例」を制定し、先駆的な消費者行政を推進してきました。その後、国において「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」を基本理念とする「消費者保護基本法（平成 16 年改正）」が施行されたことを受け、本市においても平成 18 年 7 月に旧条例を全面的に改め、「福島市民の消費生活を守る条例」を制定しました。本条例は、市民の安全で安心な消費生活の確保と、環境に配慮した循環型消費生活の形成を目的としています。

（２）消費生活基本計画の策定

本市では、条例に基づき消費生活施策を総合的かつ計画的に実施するため、平成 18 年に市民の参加と協力のもと「福島市消費生活基本計画」を策定しました。その後も社会情勢の変化や施策評価を踏まえ、平成 23 年に計画の改定を行ったほか、平成 28 年には閣議決定された「消費者教育の推進に関する基本的な方針」および「福島県消費者教育推進計画」に即して再改定を行い、時代に即した各種施策を展開してきました。

（３）最近の法施行のうごき

国においては、平成 21 年消費者庁設置以降、消費者被害の多様化・深刻化に対処するため、特定商取引法や消費者安全法の改正など法規制の強化を進めてきました。また、相談窓口の利便性向上に向けた全国共通ダイヤル「188（イヤヤ）」の運用（平成 27 年～）や、「架空請求対策パッケージ」の推進（平成 30 年）など、被害防止に向けた基盤整備が図られてきました。

近年においても、詐欺的通販サイトやデジタル取引に対応する「改正特定商取引法（令和 4 年施行）」、「法人等による寄付の不当な勧誘の防止に関する法律（令和 5 年施行）」の制定、霊感商法等による被害の救済を拡充する「改正消費者契約法（令和 5 年施行）」など、社会環境の変化に即した法制度の強化が継続的に行われています。

（４）策定の趣旨

これまで本市では、市民の「安全・安心の確保」と「循環型消費生活の形成」を二大主軸として施策を推進してきましたが、現行計画が令和 8 年度をもって計画期間満了を迎えます。

デジタル化や消費者問題の多様化を踏まえ、消費者保護から「自立と主体的参画」への転換を図るため、新たな「福島市消費生活基本計画」を策定します。

2　計画の根拠

本計画は、「福島市民の消費生活を守る条例」第 4 条第 2 項の規定に基づき策定するものです。

また、「消費者教育の推進に関する法律」第 10 条第 2 項の規定に基づき、本計画の一部を本市の「消費者教育推進計画」として位置付けています。

3　計画の期間

本計画の期間は、令和 9 年度から 12 年度までの 4 年間とします。

なお、計画期間中であっても、急激な社会情勢の変化や関連法令の改正等に沿って、必要に応じて計画の見直しを行います。

4　計画の実施状況の公表

本計画の実効性を担保するため、毎年度「消費生活事業実施計画」を作成し、全庁的な連携の下で事業を強力に推進します。

また、「福島市民の消費生活を守る対策会議」において、進行管理指標（KPI）に基づく成果・進捗状況の点検・評価を実施し、その結果を広く市民へ公表します。

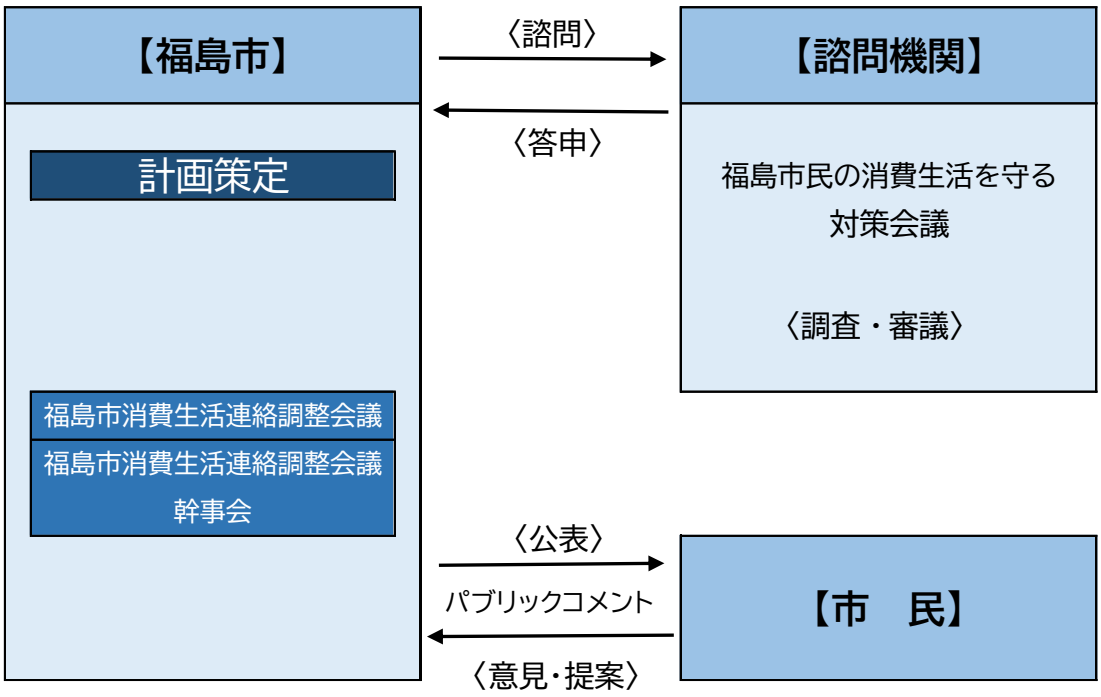
5　SDGs に対応した計画の推進

SDGs（持続可能な開発目標）は、2015 年 9 月の国連サミットで採択された 2030 年までの国際目標であり、「誰一人取り残さない」持続可能でより良い社会を目指し、17 の目標と 169 のターゲットで構成されています。

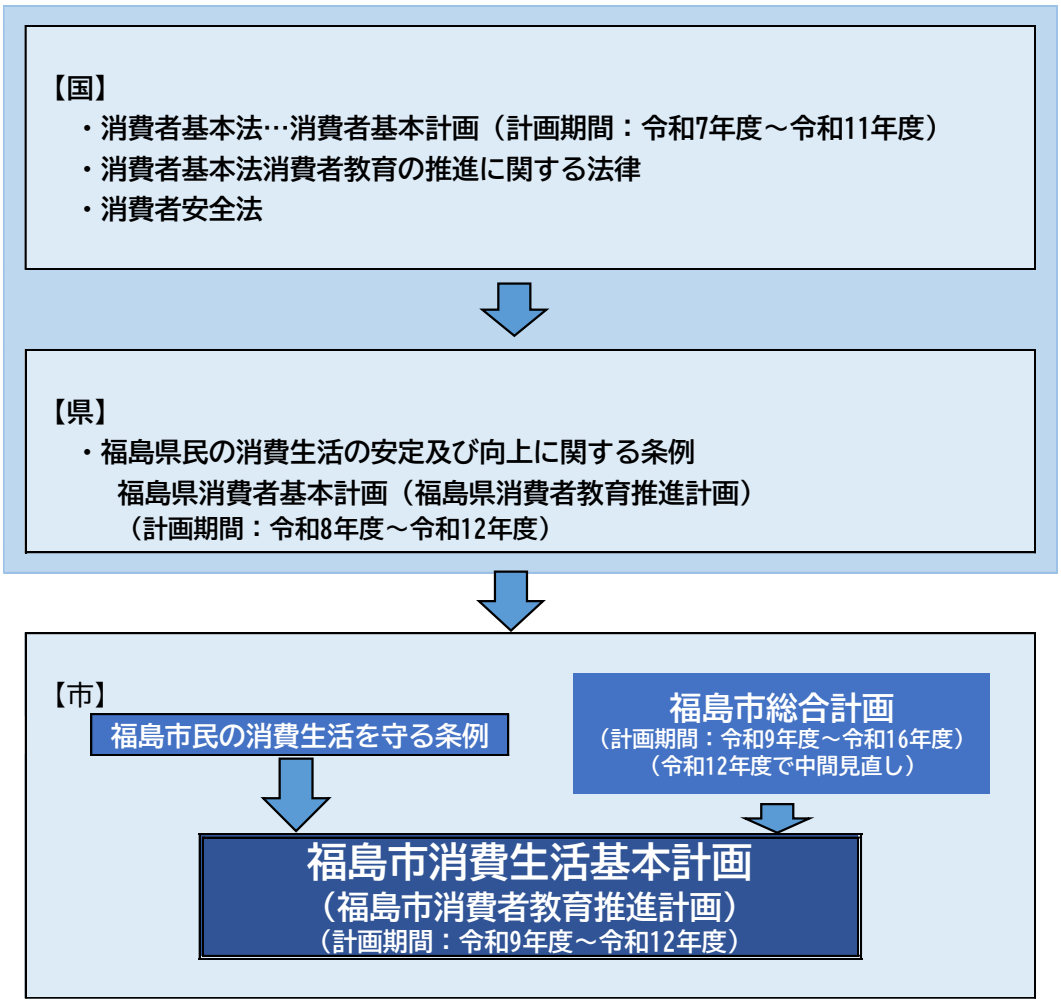
本計画においては、特に消費者行政と親和性の高い目標「12：つくる責任、つかう責任（持続可能な消費と生産）」を中心に、各目標間の相互連関にも十分留意しながら、持続可能な消費行動の定着に向けた具体的取り組みを強化・加速させていきます。



（１）計画の位置づけ



（２）計画の策定体制等



第２章　消費者を取り巻く現状

高齢化やデジタル化の急速な進展に伴い、消費者を取り巻く社会環境は大きく変化しています。特にインターネット取引の定着により、海外事業者との直接取引が日常化するなど消費生活のグローバル化が進む一方、言語や商慣行の違い、意思疎通の不全に起因する国際的な消費者トラブルが増加しています。

また、デジタル社会の進展は、消費生活の利便性を飛躍的に高めた反面、高度化・巧妙化するリスクを増大させています。従来、消費者トラブルは主として高齢者等に偏在すると捉えられてきましたが、今日のデジタル社会においては、年齢や属性を問わず「すべての消費者がトラブルのリスクに直面し得る」という新たな課題が顕在化しています。

こうした構造変化を踏まえ、従来の消費者概念や「消費者が有する脆弱性」に対する捉え方を抜本的に転換し、あらゆる消費者を視野に入れた多角的な対応を推進する必要があります。

１　社会構造の変化と消費者トラブルの現状

（１）人口減少・高齢化に伴う消費者被害の深刻化

我が国の高齢化率は 29.4%（内閣府「令和 8 年版 高齢者白書」）に達しており、団塊ジュニア世代が 65 歳以上となる 2040 年（令和 22 年）には 34.8%に上昇すると推計されています。

これに対し、本市の高齢化率は 32.2%（「福島市人口ビジョン」）と国の平均を上回って推移しており、2040 年には 39.7%に達すると見込まれています。また、単身高齢者の増加など世帯構成の小規模化も著しく進んでいます。

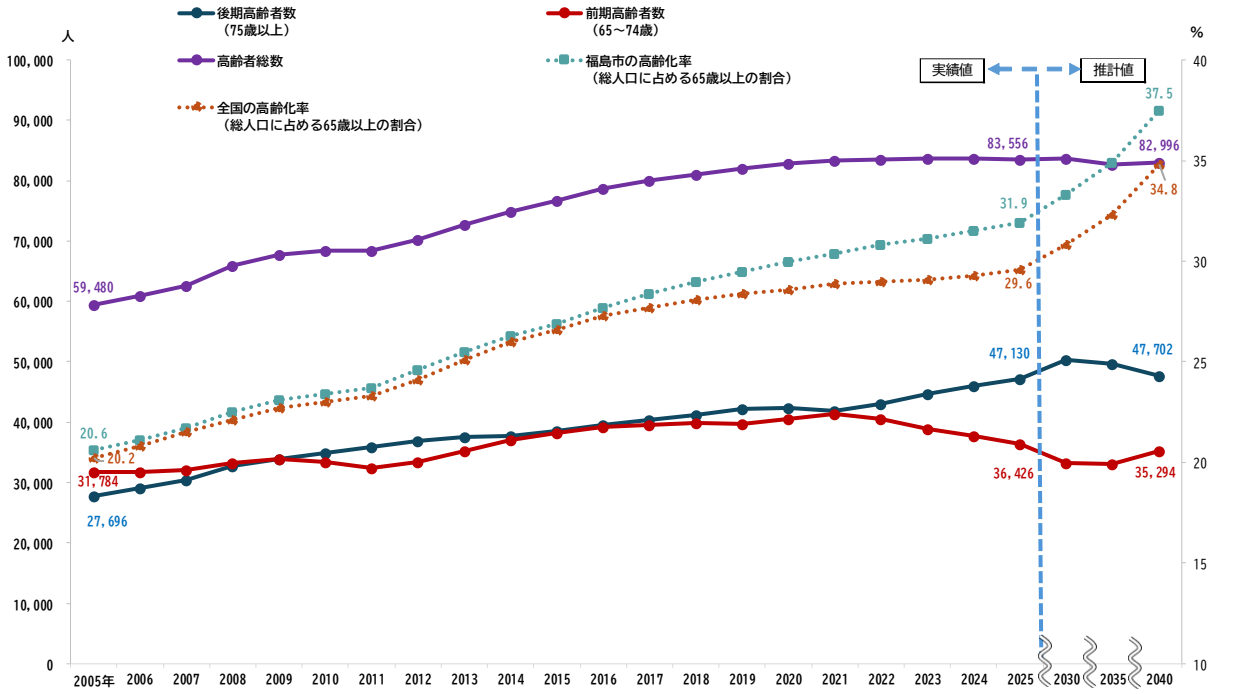
人口減少や高齢化、単身世帯の増加は、地域コミュニティの希薄化や孤立化を招く要因となっており、消費者がトラブルに直面した際に問題を一人で抱え込み、被害が長期化・深刻化するリスクが高まっています。加えて、加齢に伴う身体機能や認知機能の低下により、消費生活上の配慮を要する高齢者の増大が見込まれることから、年齢や配慮の程度にかかわらず、すべての市民が地域社会の中で安全・安心な消費生活を営むことができる包摂的な見守り・支援体制の構築が不可欠となっています。

（２）グローバル化の進展に伴う新たな消費者課題

地域社会において、全国的な人口減少と高齢化が進行する中、在留外国人住民の増加が進んでいます。本市においてもその傾向は顕著であり、令和 7 年には 2,458 人（「福島市人口ビジョン」）に達しています。それに伴い、外国人住民が日常の契約や手続きを行う際、言語や商慣行の違いから消費生活トラブルに直面する事例も生じており、在留外国人への消費者支援は行政として取り組むべき課題となっています。

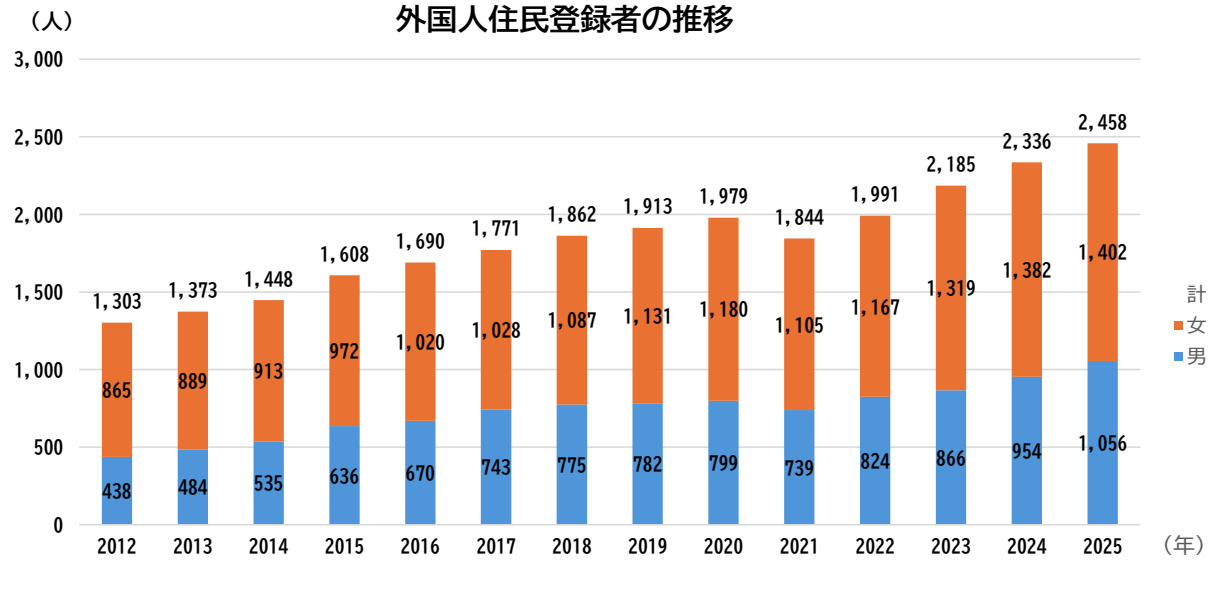
また、グローバル化の進展は、消費生活の利便性向上や選択肢の拡大、低価格化といった多くの恩恵をもたらす一方で、越境取引に起因するトラブルへの対応も含め、新たな課題を浮き彫りにしています。

高齢者（６５歳以上）数と高齢化の状況



出典：福島市データブック２０２６

外国人住民登録者数



出典：福島市データブック２０２６

２　デジタル技術の飛躍と消費者トラブルの現状

デジタル化や ICT 技術の飛躍的進展は、インターネット取引の定着や決済手段の多様化をもたらし、時間や場所の制約を受けない利便性の高い消費生活を実現しました。また、生成 AI 等の利活用や購買データの分析に基づく「ターゲティング広告」の普及は、個別ニーズに即した消費選択を可能にしています。

しかしその一方で、情報量の膨大さや取引手段の高度化・複雑化は、消費者の自立的な意思決定を揺るがす要因ともなっています。特に、SNS 上のパーソナライズされた広告をきっかけとした取引において、「１回限りの試しのつもりが定期購入契約になっていた」「購入回数の縛りや高額な解約金が設定されていた」といったトラブルが頻発しています。情報の非対称性や取引スピードの速さに惑わされ、意図しない契約に巻き込まれるリスクは全世代に広がっており、デジタル社会に即応した消費者被害防止策の強化が求められています。

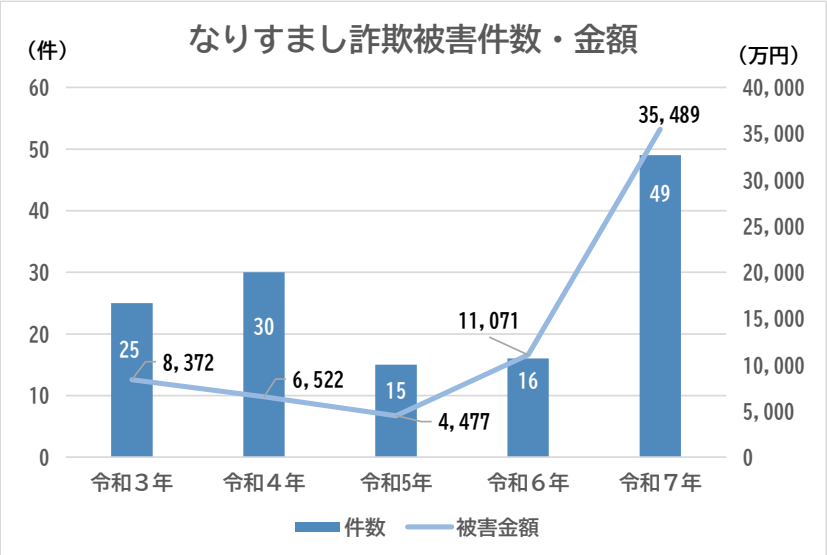
３　なりすまし詐欺被害の増加

親族を装い「会社のお金を使い込んだ」等と騙すオレオレ詐欺や、自治体職員等を名乗り「医療費の還付金がある」と虚偽を伝えて ATM 操作をさせる還付金詐欺など、高齢者を主な標的とした「特殊詐欺」の被害は後を絶ちません。

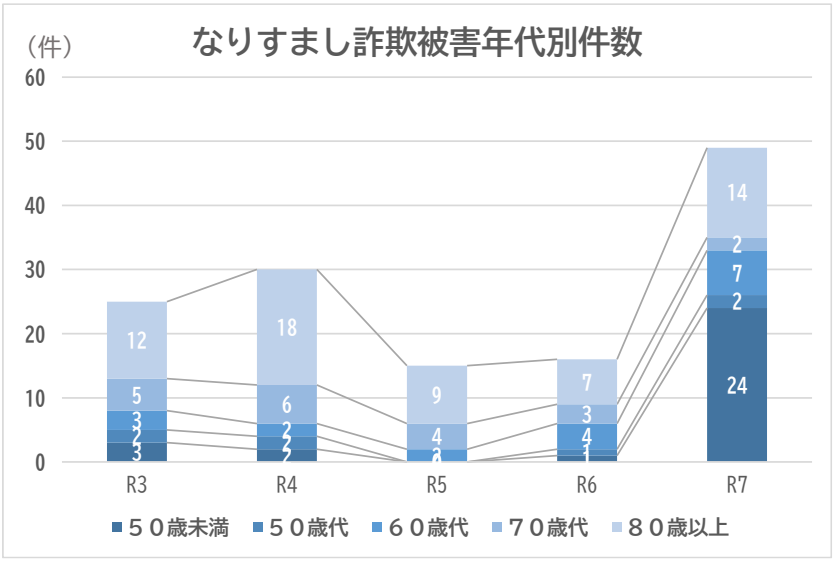
最近では、警察官や検察官などの公的機関になりすまし、「口座が犯罪に利用されている」「このままだと逮捕される」等と強い不安をあおって金銭や暗号資産を要求する手口が横行しており、高齢者にとどまらず若年者へも被害が急増しています。

さらに、SNS 上の広告等で著名人や投資家になりすまし、偽の投資アプリやグループチャット等へ誘導した上で、「確実に利益が出る」と見せかけて資金を振り込ませ、出金時には「税金や手数料が必要」と称して一層の金銭を騙し取る「SNS 型投資詐欺」も急増しています。

このように、詐欺の手口は非対面で行われ、デジタル技術の悪用によって高度化・巧妙化・多様化を遂げており、被害対象はあらゆる世代へと拡大するとともに、１件あたりの被害金額も極めて高額化するなど、深刻な社会問題となっています。



●令和 7 年には被害件数 49 件、被害金額 3 億 5 千万円と、被害件数、金額とも前年の 3 倍超となっている。



●令和 7 年は、50 歳未満の被害件数が劇的に増加。SNS や無料アプリを使った詐欺の広がりによるものと思われる。

4　緊急時、非常時における消費行動の変化

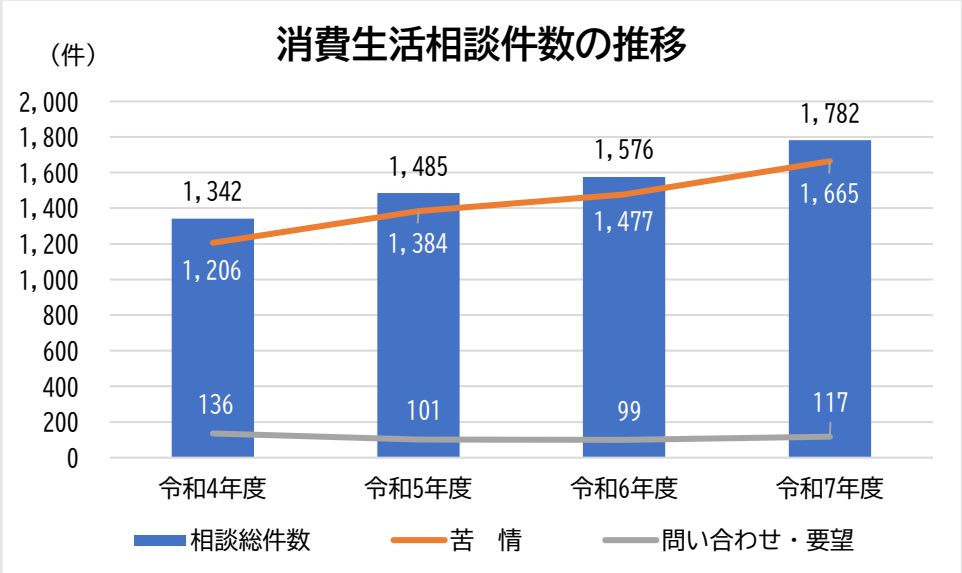
平成 23 年の東日本大震災や令和 3 年・4 年の福島県沖地震をはじめ、近年は想定を超える大規模な自然災害や豪雨・台風被害が激甚化・頻発化しています。災害発生直後には、保険金請求代行トラブルや住宅の悪質な点検・補修工事など、被災者の不安心理に付け込んだ不適正取引や悪質商法に関する相談が多発する傾向にあります。

また、感染症の拡大に伴う衛生用品等の品薄や、気候変動・猛暑による農作物の供給不足に際しては、SNS 等での情報拡散を端緒とした買い占め・買い控えが助長され、価格の急騰や市場の混乱を招く事態が生じました。さらに、緊迫する国際情勢や地政学リスクの長期化は、エネルギー価格や穀物・食料品の価格高騰を引き起こし、消費者物価指数の上昇とともに市民の家計を大きく圧迫しています。

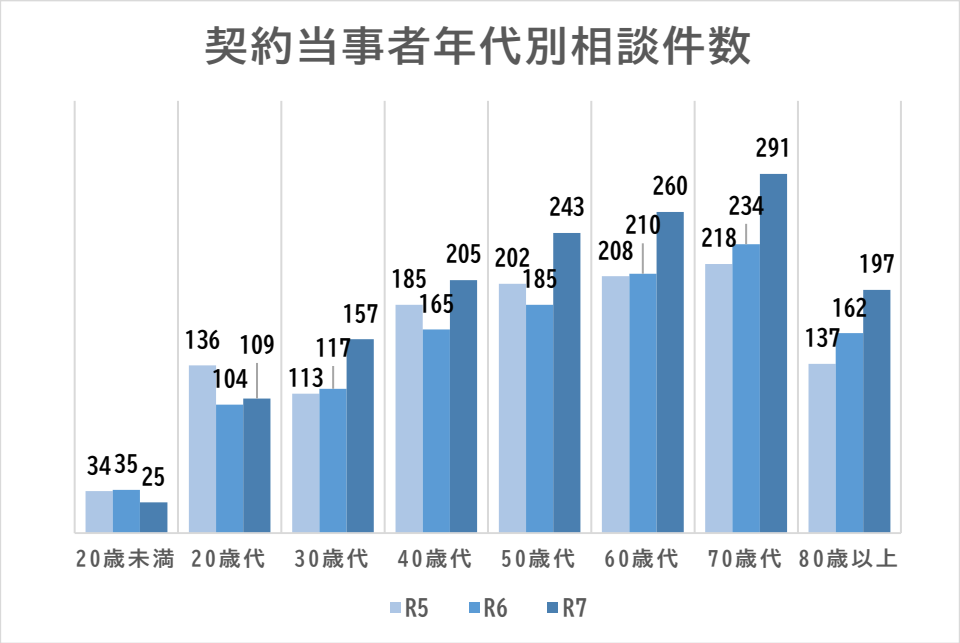
こうした緊急時・非常時においても市民の安全・安心な消費生活を確保するためには、不確定な情報に惑わされず冷静な対応を促す「正確かつ迅速な情報発信」を行うとともに、平常時からの「日常備蓄（ローリングストック）」の推進や、災害時等における悪質商法への注意喚起など、予期せぬリスクに備える取組の強化が不可欠です。

5　消費生活相談の状況

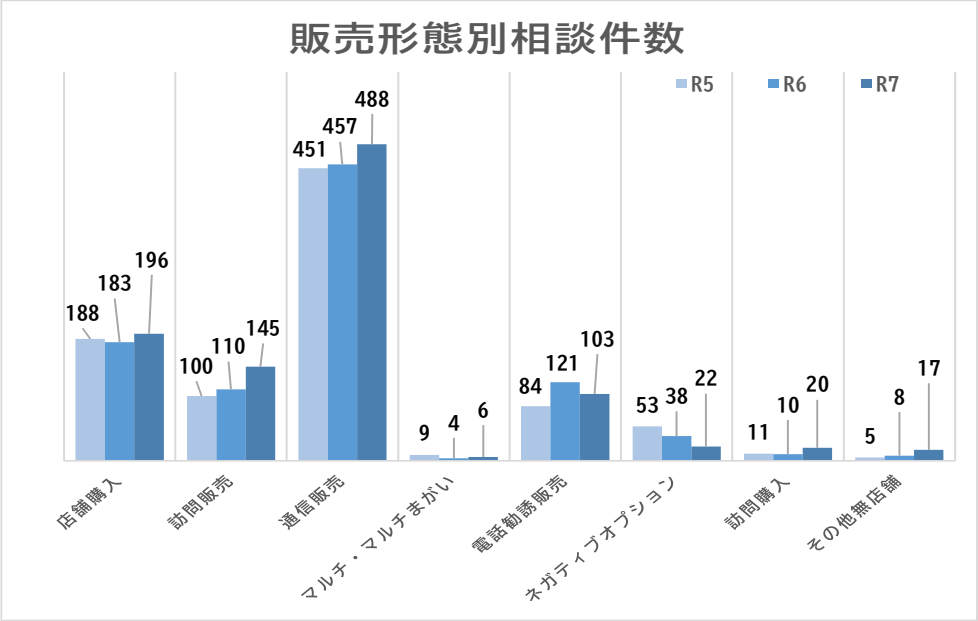
本市の令和 7 年度の消費生活相談件数は、1,782 件で、前年度に比べて 206 件の増加（前年度比 113.1%）となっています。問い合わせ・要望は年々減少傾向でしたが、令和 7 年度は苦情（購入した物や受けたサービスへの苦情）とともに前年度を上回りました。



●相談件数は増加している。店舗への問合せや要望はほぼ横ばいとなっており、製品やサービスへの苦情が増加している。



●年齢が上がるごとに相談件数が増加。相談件数が最も多いのは 70 歳代で 291 件（16.3%）。すべての世代において相談件数が増加している。



●販売購入形態別では、通信販売の相談件数が増加しており、488 件（27.3%）を占めている。デジタルの進展により、インターネットや SNS を用いて契約する通信販売の相談件数が増えている。

6　消費者教育の状況

本市では、消費者被害の未然防止および市民の「消費者力[1]」の向上を目指し、学校や地域社会と連携した消費者教育・啓発事業を推進しています。

小学校では、契約の概念、お小遣いや衣食住、環境配慮、インターネットのリスク等を体系的に学べる副読本を作成し、小学 5 年生の学習用端末へ配信・活用しています。中学校においては、スマートフォンや SNS 利用に伴うトラブル防止啓発資材を配布しています。

また、成年年齢引下げを踏まえ、高校・大学等においては、契約の仕組みや詐欺被害防止に関する「出前講座」を実施しています。さらに、「二十歳の集い」会場での注意喚起動画の放映や特設 Web サイトでの「消費者ホットライン（188)」の周知など、若年者に向けたタイムリーな啓発に努めています。

地域においては、学習センターでの各種講座をはじめ、消費生活センターによる出前講座や消費生活学習会による啓発活動を展開しています。また、高齢者等の見守り支援として、地域包括支援センターによる訪問時の啓発や、地区の民生委員・児童委員と連携した高齢者世帯への個別訪問を実施し、なりすまし詐欺や悪質商法に関する情報提供と対処法の周知を図っています。

これら各種取組を展開しているものの、社会環境の急速な変化に伴い、全世代において消費生活相談件数は増加傾向にあります。今後は、ライフステージに応じた体系的かつ継続的な消費者教育を一層推進するとともに、すべての市民が主体的に判断し、安全・安心な消費生活を営むことができる基盤づくりに努める必要があります。

7　循環型消費生活の現状

これまでの「大量生産・大量消費・大量廃棄」型の経済社会から脱却し、資源の有効利用や環境負荷の低減を図る「循環型社会（サーキュラーエコノミー）[2]」への転換が強く求められています。環境や資源に配慮した自発的な消費行動および事業活動は、持続可能な社会の実現のみならず、社会に貢献する「消費者市民」の育成においても極めて重要な役割を果たします。

循環型社会の形成に向けては、3R（リデュース・リユース・リサイクル）によるごみの削減にとどまらず、製品の長寿命化やシェアリングなどを通じて、資源の価値を長く保ち続ける「サーキュラーエコノミー」を前提としたライフスタイルへの転換が必要です。

さらに、日々の消費生活において「必要な分だけ購入する（食品ロス削減)」「ごみの発生

[1] 消費生活に関する知識を適切な行動に結びつけることができる実践的な力。違和感に「気づく力（批判的思考力)」、きっぱりと「断る力」、一人で抱えず「相談する力」

[2] 大量生産、大量消費、大量廃棄型の経済社会から転換し、再生可能な資源の利用を促進し、サービス化を通じて資源・製品の価値を回復、維持または付加することによる価値の最大化を目指す取り組み

を抑え資源循環に協力する」といった行動の実践は、家庭部門における省エネルギーや資源の安定供給に寄与します。地域経済の活性化や人・社会・環境に配慮した商品やサービスを選択する、いわゆる「エシカル消費[3]」の概念を一層普及させ、持続可能な消費行動の定着を図る必要があります。

[3] 「エシカル」＝「倫理的な」という意味。地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・環境に配慮した消費行動のこと

第３章　福島市消費生活基本計画〔令和３年度～令和８年度〕評価

計画の達成状況を確認する具体的な指標として設定し、達成状況については下記のとおりとなりました。

Ⅰ　安全で安心できる消費生活の確保

指標	説明	基準値（R元）	現状値（R7）	目標値（R8）	分析・理由	担当課
消費者講座及び 学習会参加者数	自立した消費者となるための学習機会の提供状況をはかる指標です。講座や学習会など開催の広報周知により年間受講者数１割増を目指します。	2,239人	1,407人	2,500人	コロナ禍において、講座や学習会の参加者が減少、現在は回復傾向にあるものの、目標には届きませんでした。 今後も、くらしに即した身近な消費者問題や悪質商法等への対処法について啓発していきます。	生活課
市民１人あたりの 学習センター利用回数	「学習センター利用者数を当該年度人口で除した値」から、学習センターの利用による生涯学習への取組状況をはかる指標です。	4.0回	4.1回	4.5回	コロナ禍において、学習センター等の施設利用が減少、現在は回復傾向にあるものの、目標値には届きませんでした。	生涯学習課
「内容をよく理解出来た」 と回答した受講者の割合	内容をよく理解出来た講座参加者の割合により啓発の取組みの成果をはかる指標です。理解度が高い参加者の割合について、8割を目指します。	（参考値） 59.7% ※一部のアンケート集計による	72.7%	80%	企画する内容や講師によって理解度に差が出ていることが分かりました。令和5年度に実施した生命保険に関する講座のアンケート結果が低かったため、全体として目標値には届きませんでした。	生活課
インターネット利用に関する 家庭内でのルールを決めて いる家庭の割合 （家庭内での話し合いを含む） ※インターネット安全 利用研修参加者へのアンケート	インターネットやＳＮＳ等を介したトラブル防止のための家庭内での対策状況をはかる指標です。	（参考値） 77.2% ※家庭内のルール設定のみ	― R4現状値 87.1%	―	インターネット安全利用研修が令和4年度をもって終了したことから、アンケート結果による現状値を出すことはできませんでした。	こども政策課

【成果と課題】

自立した消費者の育成および支援に向け、継続的な学習機会の提供に努めてまいりました。しかしながら、計画期間中の新型コロナウイルス感染症拡大に伴う外出・活動自粛等の影響を受け、行動制限の解除後においても、講座等の参加者数や施設の利用回数は回復に至っておらず、今後の課題となっています。「くらしの講座」をはじめとする各種学習事業においては、受講者アンケートの結果や社会情勢の変化を分析し、市民の関心や社会ニーズに即した企画を取り入れることで、参加率の向上と学びの定着を図ってまいります。

Ⅱ　循環型消費生活の形成

指標	説明	基準値（R元）	現状値（R7）	目標値（R8）	分析・理由	担当課
1人1日あたりの生活系ごみ（資源物・集団資源回収除く）の排出量	ごみの減量化や資源物の分別徹底の達成度により、循環型社会の充実度をはかる指標です。計画期間中のできるだけ早期の達成を目指します。	770ｇ	562ｇ	530ｇ	ごみ減量大作戦やキエーロの利用呼びかけ、出前講座などによりごみを減らす啓発や意識づけを行ってきましたが、目標値には届きませんでした。	ごみ政策課
市内産食材を学校給食に使用した回数の割合	「福島型給食推進事業」の集計による「市内産食材を学校給食に使用した回数の割合」から、地域の農産物や食文化に触れる機会の状況をはかる指標です。	（参考値）70% ※主食に市内産米飯を使用した場合の値	81.8%	85%	米飯は市内産米100%の使用を維持することができたが、近年の猛暑の影響や生産流通量の少ない市内産生鮮野菜の確保が困難な状況にあるなか、可能な限り市内産食材の使用に努めました。	教育施設管理課

【成果と課題】

ごみの減量化および分別の徹底に向けた啓発活動を実施した結果、減少傾向を示しておりますが、目標は達成できておりません。計画目標の達成に向け、資源にできない燃やすごみのうち、約４割を占める生ごみに焦点をあてた「生ごみゼロチャレンジ！」事業を継続いたします。また、小・中義務教育学校を対象に食品ロス削減の出前講座を行うなど、子どもたちの環境教育を通じて家庭におけるごみ減量等の意識向上を図り、さらなるごみの減量や資源化の推進に努めてまいります。

第４章　計画の基本的方向

デジタル技術の飛躍的な進歩や社会構造の変化に伴い、消費者を取り巻く取引環境は急激に変化・複雑化しており、消費者被害の防止や消費者教育の重要性はこれまで以上に高まっています。

こうした中、すべての消費者が安心して参画できる公正な取引環境を確保するとともに、全世代における「消費者力」を向上させ、持続可能で多様性が尊重される包摂的な社会を実現することが不可欠となっています。これらの取り組みは、消費者の安全確保を大前提として成り立つものであり、SDGs（持続可能な開発目標）の達成にも寄与するものです。

本計画では、こうした社会情勢の変化や本市における現状・課題の分析を踏まえ、次の 3 点を今期の重点課題として設定し、各種施策を総合的に推進してまいります。

１　消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施

インターネットや SNS の普及に伴い、事業者間取引のみならずフリマアプリ等の個人間取引が急増しています。これに伴い、相手方が匿名であること等に起因する被害回復の難しさが新たな課題となっています。また、消費行動の簡便化・手軽さを背景に、トラブルは高齢者にとどまらず全世代へ拡大・多様化しています。

こうした状況に対応し、市民が主体的に判断し行動できる「自立した消費者」を育成するためには、各ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進が不可欠です。あわせて、詐欺被害の手口に関する情報のみならず、製品・事故トラブルの未然防止に向け、危険性のある製品やサービス等のリスク情報を機動的に収集・発信する体制の強化が求められています。

被害の未然防止と安全・安心な消費生活の実現に向け、合理的な意思決定ができる消費者の育成を強力に推進します。

２　消費者被害の防止

本市における消費生活相談件数は増加傾向にあり、相談者の年代別では依然として高齢者の割合が高いものの、近年は若年者を含む幅広い世代において増加が見られます。

デジタル社会の進展に伴い、SNS の普及や AI 技術を活用した個別最適化広告（ターゲティング広告）等により消費生活の利便性が向上した一方で、消費者の意図しない取引や予期せぬ契約トラブルに関する相談が後を絶ちません。さらに、公的機関を騙る詐欺や巧妙化する悪質商法による被害も深刻化しています。

こうした複雑・巧妙化する被害を未然に防止するためには、最新の手口に応じた迅速な注意喚起や情報発信を行うとともに、関係機関との緊密な連携のもと、情報提供の充実と啓発活動を一層強化し、「騙されない消費者」の育成と被害防止体制の確立を図る必要があります。

3　配慮を要する消費者等の見守りの推進

従来、消費者被害防止における見守り活動は、被害に遭いやすい高齢者を主な対象として展開されてきました。しかし、デジタル化の急激な進展や社会構造の変化、さらには大規模災害等の緊急・非常時においては、誰しもが冷静な判断力を失い、不当な不利益を被る「消費者の脆弱性」に直面するリスクを抱えています。そのため、社会の変化に伴う多様な脆弱性を踏まえた柔軟な対応が求められています。

特に、認知機能が低下した高齢者や障がいのある方、判断力が未熟な若年者、日本語によるコミュニケーションが十分でない外国人などは、自らの権利を適切に行使することが困難な場合があり、よりきめ細かな配慮と支援が必要な「配慮を要する消費者」です。こうした特性を踏まえ、地域の実情に応じた見守りネットワークの拡充や活性化を推進することが急務となっています。

あわせて、若年者に対しては、被害防止の観点にとどまらず、持続可能な社会の形成に向けて主体的に参画・行動できるよう、意識啓発や環境整備を一体的に推進していく必要があります。

（1）高齢者等への対応

高齢化や単身世帯化のさらなる進行に伴い、配慮を要する消費者への支援・対応強化が緊急の課題となっています。本市においては、消費者安全確保地域協議会を有効に活用し、市関係部局や福祉・地域関係機関等の密接な連携のもと、被害防止から救済に至る重層的な見守りネットワークの一層の構築・強化を図ります。

（2）若年者への対応

成年年齢の引き下げにより、18 歳から単独で契約が可能となった一方、社会経験の浅さに付け込んだ悪質商法のターゲットとされるなど、若年者のトラブル拡大が懸念されています。若年者が消費者としてトラブルに直面した際、自らを守るための「気づく力」「断る力」「相談する力」「周囲に働きかける力」を身につけ実践できるよう、学校教育や地域等と連携した消費者力の育成と環境整備を強力に推進します。

（3）外国人への対応

市内に在留する外国人の増加に伴い、言語の壁のみならず、商慣行や生活様式の違いに起因する消費生活トラブルの潜在化が推察されます。今後も増加が見込まれる在留外国人

等に対し、多文化共生センター「Yuiverse（ユイバース）」等の関連部局・施設との強力な連携のもと、多言語による情報提供や消費生活相談窓口の周知・機能強化に取り組みます。

第５章　施策の体系

目　的

- 安全で安心できる消費生活の確保
- 環境保全に配慮した循環型消費生活の形成

基本理念	基本方針	個別施策
１消費者の権利の尊重 1　生命及び健康を侵されない権利 2　適正な表示により選択できる権利 3　不当な取引行為により消費生活を侵されない権利 4　情報の提供を受ける権利 5　消費者教育を受ける権利 6　消費者施策に意見を反映させる権利 7　不当に受けた被害から適切かつ速やかに救済される権利 8　消費者団体を組織し、行動する権利	**Ⅰ　安全で安心できる消費生活の確保**	
	1 消費者教育・啓発の推進	(1) 正しい情報の提供 (2) ライフステージや属性に応じた消費者教育の充実 (3) 消費者の意見の反映 (4) 消費者団体の支援
	2 消費者被害の防止・消費生活相談及び救済の充実	(1) 消費者被害の防止 (2) 消費生活相談・多重債務相談 (3) 被害の救済
	3 商品、サービス等の安全・安心の確保	安全性の確保
	4 取引等の適正化の推進	(1) 不当な取引行為の禁止 (2) 表示・広告の適正化の推進 (3) 計量の適正化の推進
２消費者の支援	5 生活必需物資の安定供給と価格安定	(1) 生活必需物資の安定供給と価格安定 (2) 災害時等における対応
３環境の保全への配慮	**Ⅱ　循環型消費生活の形成**	
	1 循環型消費生活の形成	(1) 循環型ライフスタイルの推進 (2) 環境教育の推進 (3) 地産地消
	2 消費生活基盤の確保	消費生活基盤の確保

第６章　計画推進のための施策

デジタル技術の進展に伴う電子商取引の拡大や消費生活のグローバル化、社会構造の変化による「配慮を要する消費者」の増加、さらには非常時における消費行動の変容など、消費者を取り巻く環境は目まぐるしく変化しています。これらの変化は、消費生活の利便性を飛躍的に高めた一方で、消費者問題を高度化・複雑化させています。

消費者問題の根底には、事業者との間における「情報量」および「交渉力」の構造的な格差が存在します。本市では、事業者に適切な規律を求めつつ、消費者が自ら危険を回避する基本的能力（「気づく・断る・相談する」）に加え、デジタルリスクへの理解や情報の真偽を見極める批判的思考力（メディアリテラシー）を養うため、消費者教育や相談体制等の充実・強化を図り、安全・安心な消費生活の確保を目指します。

特に、近年被害が深刻化している「なりすまし詐欺」や「暗号資産等を悪用した投資詐欺」等に対しては、関係機関と緊密に連携したタイムリーな注意喚起と見守り体制を強化し、被害防止・拡大防止に全力を挙げます。

さらに、持続可能な社会の実現に向け、消費者と事業者の協働による社会的課題の解決を推進します。過剰な要求やカスタマーハラスメントの防止をはじめ、事業者や働く人を尊重し、人や社会・環境に配慮した「エシカル消費」の普及啓発、3R の推進などによる資源の循環利用、食品ロス削減やごみ減量化など、環境負荷を低減し資源消費を最小化する持続可能な消費行動を強力に後押ししていきます。

Ⅰ　安全で安心できる消費生活の確保

基本方針１　消費者教育・啓発の推進

消費者と事業者の間には、保持する情報量や交渉力に構造的な格差が存在します。特に成年年齢引き下げ以降、若年者の自立支援が急務となっており、若年者を対象とした消費者教育の一層の充実が求められています。

私たちは誰もが生涯にわたり消費者であり、自立した主体として対等に取引を行うとともに、公正で持続可能な「消費者市民社会」の形成を担う一員でもあります。そのためには、消費者被害を回避するための基本的能力である「消費者力（気づく力・断る力・相談する力）」を育むとともに、事業者や働く人を尊重し、過剰な要求やカスタマーハラスメント（不当要求等）を行わない「配慮ある消費行動」を促し、健全な市場の形成に参画する意識を醸成していく必要があります。

本市では、すべての消費者がライフステージに応じて体系的かつ継続的に消費者教育を受けられる環境を整備し、自立した消費者の育成に向けた各種啓発・施策を強力に推進します。

個別施策１　正しい情報の提供

（１）情報の提供

・消費生活センターの役割や機能について周知に努めます（生活課）

・消費生活に関する情報を多様な機会を利用して積極的に提供します（生活課）

・悪質商法やなりすまし詐欺、製品事故などの情報を提供し、消費者被害の発生・拡大防止に努めます（生活課）

・健康寿命延伸のため、栄養・食生活などの健康に関する正しい知識の普及を行います（健康づくり推進課）

（２）各種媒体による情報提供

・市政だよりやホームページ、SNS 等各種媒体により、消費生活情報を提供します（生活課・広聴広報課）

・消費生活センター情報コーナーにおけるパネル展示により、常時消費生活に関する情報を提供します（生活課）

個別施策２　ライフステージや属性に応じた消費者教育の充実

（１）自立した消費者育成のための支援

・消費者団体、事業者、国等関係機関と連携し、消費者講座、学習会等を開催します（生活課）

・消費生活に関する出前講座を行います（生活課・広聴広報課）

・市民へ消費者トラブルに関する啓発資料を配布します（生活課）
・消費者団体等と連携しながら、消費者月間（毎年５月）事業を行います（生活課）
・各種団体等へ消費生活学習機材を貸し出します（生活課）

（２）高齢者等に対する消費者教育の充実

・消費者団体、事業者、国等関係機関と連携し、消費者講座、学習会等を開催します（生活課）（再掲）
・消費生活に関する出前講座を行います（生活課・広聴広報課）（再掲）
・市民へ消費者トラブルに関する啓発資料を配布します（生活課）（再掲）
・各種団体等へ消費生活学習機材を貸し出しします（生活課）（再掲）
・高齢者の消費生活安定向上のため、地域包括支援センター職員訪問時や各種研修会の開催による啓発に努めます（長寿福祉課）

（３）若年者に対する消費者教育の充実

・教育委員会の監修のもと副読本を作成し、学校における消費者教育を支援します（生活課・上下水道局経営企画課）
・小・中義務教育学校等に対して各ライフステージにあった消費者教育について、外部講師等の活用も踏まえた出前講座を実施し、啓発に努めます（生活課）
・児童・生徒・学生などの若年者に対し、出前講座を実施し、啓発を図ります（こども政策課・上下水道局経営企画課）
・体験活動を通して消費者市民意識[4]の醸成や豊かな心の育成を図ります（学校教育課）
・児童・生徒・学生へ出前講座による環境教育の推進を図ります（ごみ政策課）

（４）エシカル消費の普及啓発

・出前講座開催時に啓発資料を配布するほか、若年者に対して市の公式 LINE などデジタルを活用した啓発に努めます（生活課）
・環境への負荷の低減に資する農産物[5]の情報を収集し、周知に努めます（農業振興課）

個別施策３　消費者の意見の反映

・「福島市民の消費生活を守る対策会議」において協議・検討を行うにあたり消費者の意見反映に努めます（生活課）

個別施策４　消費者団体の支援

・消費者団体が行う実態調査、学習等に対する支援を行います（生活課）
・消費者団体と市で消費者月間記念事業や消費生活展を共催で実施します（生活課）

---

[4] 「消費者市民意識」とは、自らの消費行動が社会や環境、未来にどのような影響を与えるのかを理解し、社会の一員として主体的・積極的に社会の発展に関わっていく意識

[5] 有機農産物や減農薬、化学肥料の適正使用により栽培された農産物、輸送時の CO2 排出減につながる地産地消の取組みなどを想定した農産物

基本方針２　消費者被害の防止・消費生活相談及び救済の充実

社会情勢の変化を悪用した新たな「なりすまし詐欺」や悪質商法による被害が深刻な社会問題となっています。さらに、インターネットや SNS を介したデジタル取引の普及に伴い、消費者被害は一層増加し、手口も多様化・複雑化しています。

こうした複雑化する被害を未然に防止するため、最新の手口やリスクに関する情報提供を適時適切に実施します。あわせて、万が一被害に直面した場合でも早期に救済や状況改善を図れるよう、消費生活相談や多重債務相談の体制を強化・充実させます。さらに、国民生活センター、県、警察等の関係機関との緊密な連携のもと、情報共有と相互協力の強化を図り、市民の安全・安心な消費生活を守るネットワークを強固に構築していきます。

個別施策１　消費者被害の防止

（１）なりすまし詐欺・悪質商法等の未然防止

・様々な媒体を通じ、新しい手口や対処方法などを情報提供します（生活課）

・緊急情報の提供により消費者被害の発生・拡大を防止します（生活課）

・消費者啓発ボランティア事業により、家族・知人・地区の方々に注意情報を提供します（生活課）

・高齢者世帯に悪質電話撃退装置の購入費の一部を補助し、高齢消費者のトラブル防止を図ります（生活課）

・一人暮らしの高齢者世帯を訪問し、注意喚起と情報提供を行います（生活課）

・地域包括支援センターより情報提供と注意喚起の講座を行い、消費者トラブルの防止に努めます(長寿福祉課)

（２）高齢者・障がいのある方への支援

・知的障がいのある方・精神障がいのある方に対して成年後見制度の利用を啓発し、権利擁護に努めます（障がい福祉課）

・地域包括支援センター等の地域の見守りや成年後見制度の利用による高齢者の権利擁護に取り組み、被害の未然防止に努めます（長寿福祉課）

・高齢者・障がいのある方の関係部署と連携し、情報提供、相談情報の収集及び啓発に努め、被害の防止を推進します（生活課）

（３）外国人の支援

・在留外国人等に対して、多文化共生センター「Yuiverse（ユイバース）」を活用した消費活動におけるトラブル情報の提供や消費生活センター機能の周知に努めます（生活課）

（４）関係機関との連携

・県や東北の各都市との定期的な情報交換を図るなど連携を強化し、消費者被害の未然防止・拡大防止に努めます（生活課）

・消費者安全確保地域協議会による見守り活動の充実を図ります（生活課）

個別施策２　消費生活相談・多重債務相談

（１）相談員の専門的な知識の向上

・国民生活センターや関係機関による研修を受講し、相談員の知識向上に努めます（生活課）

・県などの関係機関で専門家の助言を受けながら、多様な事例の研究を行います（生活課）

（２）消費生活相談の充実

・消費生活相談員への相談に対し、助言や必要に応じ関係機関等への紹介を行います（生活課）

・消費者からの事業者に対する苦情の申し出について、あっせん[6]等を行います（生活課）

（３）多重債務相談の充実

・多重債務相談に対する助言や関係機関への案内、専門家等各種相談窓口を紹介し、必要に応じて家計改善支援事業をご案内します（生活課）

（４）関係機関・団体との連携

・国民生活センターや県などの関係機関との情報交換により相談体制の充実を図ります（生活課）

・関係機関や各種相談窓口との連携を強化し、相談の円滑化を図ります（生活課）

・弁護士、司法書士等による無料の法律相談を行います（生活課）

個別施策３　被害の救済

（１）苦情のあっせん・調停等による被害の救済

・福島市民の消費生活を守る対策会議苦情処理部会によるあっせん、調停を行います（生活課）

（２）消費者訴訟の援助

・消費者訴訟に要する費用の貸し付けや訴訟活動に必要な援助を行います（生活課）

---

[6] 消費者と事業者の間で生じた商品やサービスへの苦情、問い合わせについて解決のための事業者との交渉の手伝い

基本方針３　商品、サービス等の安全・安心の確保

近年、食品の産地偽装等の不当表示や生活必需品の供給不安に乗じた不当な取引、製品事故による安全上のリスクに加え、住宅修理を巡る訪問販売トラブル、若年者に広がる脱毛エステ等の高額・長期契約や事業者の突発的な倒産に伴う返金トラブルなど、商品やサービスに関する問題は一層多角化しており、消費者の安全・安心に対する不安が高まっています。

こうした消費者への危害や財産的被害を防止し、市民の生命・身体・財産を守るため、最新のリスク情報の適時適切な発信（注意喚起）を徹底します。あわせて、消費者庁をはじめとする国・県・関係機関と強力に連携し、悪質な事業者に対する適切な指導・勧告や関係法令に基づく対処を厳正に行うなど、安全で安心できる消費生活環境の確保に向けた各種施策を積極的に推進します。

個別施策　安全性の確保

（１）商品等の安全の確保

・食品の安全性に関する情報を提供します（生活課）
・食品等の放射性物質の簡易測定を行います（環境衛生課）
・家庭用品品質表示法などによる立ち入り検査の実施と販売店への情報提供を行います（生活課）
・事業者に対する商品説明義務の確認及び指導を行います（生活課）

（２）住宅関係の情報提供・相談

・耐震性や省エネルギー性等の性能が優れている住宅を優良な住宅として認定することで、住宅の品質の確保と、住宅購入者等の安全・安心の確保を図ります（住宅政策課）
・住宅の耐震化の重要性を普及啓発することで耐震改修等を促進し、住宅の安全性の確保を図ります（住宅政策課）
・住宅等の建築または解体の際のアスベストに関する相談を行います（開発建築指導課）

（３）危害の防止

・生命・身体に危害が及ぶ恐れのある商品・サービスに関する情報を収集し、消費者へ提供します（生活課）
・事業者の緊急時（リコールや食品回収情報等）における危害情報の提供に協力します（生活課）
・生命・身体に危害が及ぶ恐れのある商品・サービスに関する情報を把握した際には、関係機関と連携し広く周知することで危害拡大防止に努めます（生活課）

基本方針４　取引等の適正化の推進

近年、通信販売や SNS 等を巡る相談において、事業者による不当な表示や紛らわしい広告に起因するトラブルが多数寄せられています。特に、契約条件が複雑化・わかりにくくなっているケースが多く、消費者が情報の真偽や公正さを見極めること（情報リテラシー）が困難な状況が生じています。

消費者が商品やサービスを自主的かつ合理的に選択し、契約トラブルを未然に防止するためには、事業者における公正な取引ルールの遵守が不可欠です。

本市では、取引行為や表示・広告の適正化に向けた指導・周知を行うとともに、消費生活の基盤となる適正な計量の確保に努め、市民が安心して利用できる公正な取引環境の整備・推進を図ります。

個別施策１　不当な取引行為の禁止

・不当な取引行為による被害の発生・拡大防止のため、関係機関と連携し情報提供を行います（生活課）

個別施策２　表示・広告の適正化の推進

・不適切な表示や広告について関係機関と連携しながら、事業者に対し指導を行います（生活課）

・消費者が的確に商品を選択できるように、表示・広告に関する啓発や情報提供を行います（生活課）

個別施策３　計量の適正化の推進

（１）計量器の定期検査の実施

・取引・証明に使用する特定計量器の定期検査を行います（にぎわい商業課）

（２）立入検査の実施

・適正な計量の実施を確保するため、商品量目立入検査をはじめとした、事業所等への立入検査を行います（にぎわい商業課）

（３）計量に関する啓発事業の実施

・消費者に計量の重要性や正しい計量について理解を深めてもらうため、計量記念日[7]にあわせて「計量ひろば」を開催します（にぎわい商業課）

[7] 1952 年 11 月 1 日に「計量法」が公布されたことを記念して制定された記念日

基本方針５　生活必需物資の安定供給と価格安定

近年、激甚化・頻発化する自然災害に加え、国際情勢の急変等に伴う物資の不足や不当な便乗値上げなど、消費生活の基盤を揺るがすリスクが懸念されています。災害時等においても市民生活に必要な物資を確実に確保し、急激な価格高騰等による混乱を防ぐためには、日頃からの備えと適切な管理体制の構築が不可欠です。

平常時・災害時のいずれにおいても市民が安全で安心な消費生活を営めるよう、関係機関や事業者と連携し、生活必需物資の安定供給と適正な価格維持に向けた各種施策を展開します。

個別施策１　生活必需物資の安定供給と価格安定

・生鮮食料品を安定供給するための基幹的拠点として、公設地方卸売市場の機能強化や効率的な管理運営に努めます（市場管理課）

個別施策２　災害時等における対応

（１）生活必需物資の確保

・緊急時事業継続計画に基づき、緊急時にも市場流通の確保と消費者への安定供給に努めます（市場管理課）

・近隣卸売市場との連携を図り、生鮮食料品の確保に努めます（市場管理課）

・災害時の必要物資等の優先的な供給体制の強化に努めます（危機管理室）

・生活必需物資を計画的に備蓄します（危機管理室）

・生活必需物資の供給について、商工会議所等関係団体と連携し、事業者に要請します（産業雇用政策課）

・中小企業を対象に中小企業一般融資にかかる信用保証協会への保証料の補助を行います（産業雇用政策課）

・災害時において公的な給油支援が必要であると判断した場合は、社会福祉施設等へのガソリン等の給油支援を行います(長寿福祉課)

（２)消費生活情報の提供

・災害時等における消費者被害を防止するため、市政だよりやホームページのほか、マスコミと連携して消費生活情報を提供します(生活課・広聴広報課)

Ⅱ　循環型消費生活の形成

地球温暖化に伴う気候変動は、異常気象による農作物の不作や感染症リスクの拡大など、私たちの身近な消費生活や生命に深刻な影響を及ぼしています。また、生産活動に伴う天然資源の減少や枯渇、日常生活から排出される廃棄物処理問題も解決すべき重要な課題です。

私たち一人ひとりの消費行動が社会や地球環境に直接的な影響を与えることを強く自覚し、環境負荷の少ない商品の選択や省エネルギーの実践をはじめ、持続可能な消費活動を主体的に展開していくことが求められています。

本市では、環境に配慮したライフスタイルへの転換を目指し、市民、事業者、行政が一体となった「協働」のもと、資源循環と脱炭素を推進する循環型社会の形成に向けた各種施策を展開します。

基本方針１　循環型消費生活の形成

環境問題は、現世代のみならず将来世代の暮らしにも深刻な影響を与え、持続可能な社会の基盤そのものを揺るがしかねない極めて重大な課題です。

本市では、市民一人ひとりが日々の消費行動と環境との関わりを意識し、省資源・省エネルギーや環境配慮型商品の選択など、環境負荷の少ないライフスタイルへの転換を目指します。

市民、事業者、行政がそれぞれの責務と役割のもとで緊密に連携・協働し、資源が循環する持続可能な消費生活の形成に向けた取り組みを推進します。

個別施策１　循環型ライフスタイルの推進

（１）省エネルギーの推進

・温室効果ガスの排出抑制のため、省エネ省資源対策等の普及啓発のための出前講座などを実施します(環境政策課)

（２）再生可能エネルギーの推進

・地域と共生する再生可能エネルギーの普及促進を図るため、市民等へ各種情報提供を行います（環境政策課）

・助成制度により、家庭への住宅用太陽光発電システム等、再生可能エネルギー導入を推進します（環境政策課）

（３）グリーン購入の推進

・環境への負荷の少ない商品等の購入を呼びかけます（環境政策課）

（４）リサイクル等の推進

・資源の再利用及びごみの減量を図るため資源回収活動を奨励し、活動費用を助成します（ごみ政策課）

・クリーンセンターにおける廃棄物発電などの余熱利用を推進します（環境施設整備課）
・小型家電リサイクル法による再資源化の促進及び製品プラスチックなどの新たな資源化回収ルートを構築します（ごみ政策課）
・新聞紙・雑誌・段ボールなど資源物の店頭回収の利用促進を図ります（ごみ政策課）
・「ジモティー[8]」や「おいくら[9]」の利用促進を図るほか、古着や古紙などのイベント回収を実施するなど、リユースを推進します（ごみ政策課）

（５）循環型経済（サーキュラーエコノミー）の推進
・資源の再利用や廃棄物に新たな価値を見出す取り組みにより地域経済の活性化に努めます（ごみ政策課）

（６）食品ロスの削減
・食品ロス削減のため、パネル展や無料アプリ「ふくしまタベスケ[10]」などを推進します（ごみ政策課）

（７）環境衛生の向上
・下水道や合併浄化槽の普及を促進し、水質の保全に努めます（上下水道局下水道管理課）

（８）水源環境保全活動の推進
・良質で安全な水道水の水源を保護するため、市民や関係機関との協働により水源環境保全活動を実施します（上下水道局経営企画課）

個別施策２　環境教育の推進

（１）環境教育の推進
・生活学習車による施設見学等の自主的学習の支援を行います（生活課）
・省エネ・省資源対策等の普及啓発のための出前講座を実施します（環境政策課）
・小学生を対象とした環境学習副読本の配布や環境学習講座の実施など、環境教育を推進します（環境政策課）
・環境学習副読本の配布や環境教材の貸し出しなど環境教育を推進します（環境政策課）
・環境教育の推進及びエシカル消費につながる出前講座を実施します（ごみ政策課）

個別施策３　地産地消

（１）地産地消の推進
・福島県くだもの消費拡大委員会が行う地元特産果物の消費拡大・普及啓発事業により地産地消の大切さについて理解を深めます（農業振興課）
・幼稚園、保育所における地場産物使用により地産地消を推進します（幼保支援課）

---

[8] 不要品を地域内で有償または無償で譲ることができるサービス
[9] 不要品を買取店に一括見積依頼ができるサービス
[10] 食品ロス削減を目的に福島市内のお店と市民をつなぐ、フードシェアリングサービス

基本方針２　消費生活基盤の確保

高速交通網の整備に伴う都市間競争の激化や、郊外型大型店舗の台頭などにより、商業を取り巻く環境は急速に変化しており、身近な地域商店街の衰退が懸念されています。こうした環境変化は、高齢者をはじめとする「買い物弱者（買い物困窮者）」の日常的な買い物を困難にするなど、地域の消費生活基盤を揺るがす深刻な課題を生み出しています。

誰もが地域で安心して買い物を続けられるよう、市、事業者、消費者が一体となり、買い物環境の整備と魅力ある商店街の維持、形成に力強く取り組みます。

個別施策１　消費生活基盤の確保

（１）地域商店街の振興

・福島市商業まちづくり基本構想に基づき魅力ある商店街の形成に努めます（にぎわい商業課）

・大規模小売店舗立地法による店舗周辺の生活環境の保持に努めます（にぎわい商業課）

（２）高齢者の消費生活基盤の確保

・シルバーパスポートを活用した高齢者の積極的な社会参加の促進と高齢者等の移動手段としての公共交通機関の利用促進を図ります（交通政策課）

基本方針Ⅰ.Ⅱにおける指標

基本方針Ⅰ.Ⅱに基づく目標指標（成果を図るための具体的な数値）を設定し、達成状況の確認を行います。

Ⅰ　安全で安心できる消費生活の確保

指標	現状値(R7)	目標値	説明
消費者講座及び学習会参加者数	1,025人 ※イベント参加者を除く	毎年 1,200人以上	自立した消費者となるための学習機会の提供状況をはかる指標です。 講座や学習会の参加人数について年間受講者数の増加を目指します。
「内容を理解出来た」と回答した受講者の割合	（参考値） 92.0% ※ 一部のアンケート集計による	毎年 90%以上	内容を理解出来た講座参加者の割合により啓発の取組みの成果をはかる指標です。 理解度が高い参加者の割合について、9割を目指します。
学校等における出前講座の回数	0回	毎年 10回以上	各ライフステージに合った出前講座を行うことで、若年者への取組みの成果をはかる指標です。 毎年10回以上を小・中学校等で講座を開催することを目指します。
消費者啓発ボランティアによるのべ活動回数	54回	毎年 60回以上	消費者啓発ボランティアが家族、知人、地域の方々に対して消費に関する注意情報を提供することにより、啓発及び見守りの成果をはかる指標です。ボランティア全体で毎年60回以上の活動を目指します。
消費生活に関する市公式LINEでの啓発回数	16回 ※臨時啓発を除く	毎年 20回以上	市の公式LINEで消費者の保護に資する内容を発信します。 月に1～2回を目途にタイムリーな啓発を行い、自立した消費者の育成に向けた支援の進捗を図るための指標です

Ⅱ　循環型消費生活の形成

指標	現状値(R7)	目標値(R12)	説明
1人1日あたりの生活系ごみ（資源物・集団資源回収除く）の排出量	562ｇ	480g	ごみの減量化や資源物の分別徹底の達成度により、循環型社会の充実度をはかる指標です。計画期間中のできるだけ早期の達成を目指します。
水源保全活動の参加人数	26人	120人	市民と協力して水源保全活動を実施し、良質で安全な水道水の水源を保護するため、水源保全活動参加人数の目標達成を目指します。

福島市民の消費生活を守る条例

平成 18 年 3 月 30 日
福島市条例第 13 号

目次

第 1 章　総則（第 1 条～第 8 条）
第 2 章　消費者の支援（第 9 条～第 14 条）
第 3 章　危害の防止（第 15 条～第 17 条）
第 4 章　不当な取引行為の禁止（第 18 条～第 20 条）
第 5 章　表示等の適正化（第 21 条～第 25 条）
第 6 章　生活必需物資の確保（第 26 条～第 28 条）
第 7 章　災害時における安定した消費生活の確保（第 29 条～第 31 条）
第 8 章　福島市民の消費生活を守る対策会議（第 32 条～第 35 条）
第 9 章　調査、勧告及び公表（第 36 条～第 38 条）
第 10 章　雑則（第 39 条～第 41 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の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、基本理念を定め、市及び事業者の責務並びに消費者の役割を明らかにし、市が実施する施策について必要な事項を定めることにより、市民の安全で安心な消費生活を確保するとともに、環境の保全に配慮した循環型消費生活の形成に寄与することを目的とする。

（定義）

第 2 条　この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

(1)　事業者　商業、工業、サービス業その他の事業を行う者をいう。

(2)　消費者　事業者が供給する商品若しくはサービスを使用し、若しくは利用して生活する者又は事業者と契約して商品を提供する者であって、事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除いた者をいう。

(3)　商品　消費者が消費生活を営む上において使用する物をいう。

(4)　サービス　消費者が消費生活を営む上において使用し、又は利用するもののうち、商品以外のものをいう。

(5)　消費者団体　消費者の権利又は利益の擁護及び増進を目的として消費者により組織された団体をいう。

（基本理念）

第 3 条　消費者の利益の擁護及び増進に関する施策（以下「消費者施策」という。）は、次に掲げる消費者の権利の尊重及び消費者の支援並びに環境の保全への配慮を基本として、行われなければならない。

(1)　消費生活において生命及び健康を侵されない権利

(2)　消費生活において適正な表示により選択できる権利

(3)　不当な取引行為により消費生活を侵されない権利

(4)　消費生活を営むために必要な情報の提供を受ける権利

(5)　消費生活を営むために必要な消費者教育を受ける権利

(6)　消費者施策に意見を反映させる権利

(7)　消費生活において不当に受けた被害から適切かつ速やかに救済される権利

(8)　消費者の利益を確保するため、消費者団体を組織し、行動する権利

（市の責務）

第 4 条　市は、前条に定める基本理念にのっとり、消費者施策を実施しなければならない。

2　市は、消費者施策を総合的かつ計画的に実施するため、市民の参加と協力のもとに、消費生活基本計画を作成しなければならない。

3　市は、消費者施策を実施するに当たり、環境への負荷の低減その他環境の保全に努めなければならない。

4　市は、毎年、消費者施策の実施状況を取りまとめ、公表しなければならない。

（事業者の責務）

第 5 条　事業者は、事業活動を行うに当たり、危害の防止、表示の適正化及び不当な取引行為の防止に努めなければならない。

2　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しなければならない。

3　事業者は、消費者との取引に当たり、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。

4　事業者は、消費者との間に生じた苦情を処理する体制を整備し、適切かつ迅速に処理しなければならない。

5　事業者は、環境への負荷の低減その他環境の保全に努めなければならない。

6　事業者は、法令を遵守するとともに、市が実施する消費者施策に協力しなければならない。

（消費者の役割）

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するとともに、自主的かつ合理的に行動し、消費者相互の連携を図り、消費生活の向上に努めるものとする。

2　消費者は、消費生活に関し、環境への負荷の低減その他環境の保全に努めなければならない。

（循環型消費生活の形成等）

第 7 条　市、事業者及び消費者は、協働して廃棄物の抑制、再利用及び再資源化を促進することにより、持続可能な循環型消費生活の形成に努めるものとする。

2　市、事業者及び消費者は、協働して有機農産物及び地域農産物の生産、流通及び消費を拡大することにより、安全で安心な循環型消費生活の形成に努めるものとする。

（消費生活基盤の確保）

第 8 条　市、事業者及び消費者は、協働して地域商店街を維持することにより、高齢者その他の生活弱者の地

域における消費生活基盤の確保に努めるものとする。

第2章　消費者の支援

（情報提供）

第9条　市長は、消費者が主体的かつ合理的な消費生活を営むために必要な情報を収集し、これを消費者に提供するものとする。

（教育）

第10条　市長は、消費者が消費生活を営む上で必要な知識及び判断力を修得し、主体的に行動し、並びにその行動が経済社会及び環境に及ぼす影響についての理解を深めるため、消費者教育に係る施策を講ずるものとする。

2　市長は、消費生活に関する消費者の自主的な学習支援のために必要な施策を講ずるものとする。

（消費者団体）

第11条　消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供、意見の表明、消費者に対する教育、消費者被害の防止及び救済その他消費生活の安定及び向上を図るために必要な自主的活動に努めるものとする。

2　市長は、消費者団体の健全かつ自主的な活動が確保されるよう必要な条件の整備に努めるものとする。

（意見の反映）

第12条　市長は、広く消費者の意見を把握し、市が実施する消費者施策に反映させるよう努めなければならない。

2　市長は、消費者の意見が事業者の事業活動に反映されるよう消費者と事業者との対話その他交流の機会の確保に努めなければならない。

（苦情処理）

第13条　市長は、消費者の申出により、消費者と事業者との間で生じた苦情を処理するため、相談、あっせん及び調停に努めるとともに、必要に応じてその結果を公表することができる。

（消費者訴訟の援助）

第14条　市長は、消費者が事業者を相手にして行う訴訟について、次に掲げる要件の全てに該当するときは、当該訴訟に要する費用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)　多数の消費者が、消費生活上同一かつ少額の被害を受けていること。

(2)　消費者が自ら事業者を相手に訴訟を提起することが困難なこと。

(3)　福島市民の消費生活を守る対策会議のあっせん又は調停を経ていること。

第3章　危害の防止

（危害に関する調査及び情報提供）

第15条　市長は、商品又はサービスが消費者の生命若しくは身体に危害を及ぼし、又は健康を損なう疑いがあると認めるときは、当該商品又はサービスについて必要な調査を行うことができる。

2　市長は、前項の調査により、なおその疑いを解消することができず、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、資料の提出その他の方法により、当該商品又はサービスが安全であることの立証を要求することができる。

3　市長は、事業者が前項の立証を行わない場合において正当な理由がないと認めるとき、又は当該事業者が行った立証により安全であることを十分に確認することができないときは、あらかじめ意見を述べ、証拠を提出する機会を与えた上で、当該事業者に対し、再度立証を要求することができる。

4　市長は、事業者が、前項の規定による再度立証の要求に応じないときは、その旨及び再度立証の要求の内容を公表することができる。

5　市長は、第1項から第3項までに規定する調査又は立証の結果により、消費者の生命、身体又は健康の安全を確保するために必要があると認めるときは、消費者に対し、当該調査又は立証の経緯その他必要な情報を提供することができる。

（緊急危害防止措置）

第16条　市長は、商品又はサービスがその欠陥により消費者の生命、身体又は健康に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、当該危害を防止するため緊急の必要があると認めるときは、法令に定める措置が採られる場合を除き、消費者に対し、直ちに当該商品又はサービスの名称、これ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情報を提供することができる。

2　前項の規定による情報の提供があったときは、当該商品又はサービスを供給する事業者は、直ちにその供給の中止、回収その他必要な措置を採らなければならない。

（危険な商品又はサービスの提供禁止）

第17条　市長は、商品又はサービスがその欠陥により消費者の生命又は身体に危害を発生させ、若しくは発生させることとなり、又は消費者の健康を損ない、若しくは損なうこととなると認めるときは、法令に定める措置が採られる場合を除き、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、回収その他危害を防止するために必要な措置を採るべきことを指導し、又はあらかじめ意見を述べ、証拠を提出する機会を与えた上で、勧告することができる。

2　市長は、事業者が前項の規定による勧告に従わないときは、その旨及び勧告の内容を公表することができる。

第4章　不当な取引行為の禁止

（不当な取引行為の禁止）

第18条　事業者は、消費者との取引に当たり、次に掲げる行為であって、規則で定めるもの（以下「不当な取引行為」という。）を行ってはならない。

(1)　消費者に対し、販売又は購入の意図を隠し、商品若しくはサービスの品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組み等に関する重要な情報であって、事業者が保有し、若しくは保有し得るものを提供せず、若しくは誤信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いて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こと。

(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、電子計算機の画像面を介して消費者の申込み又は承諾の意思表示の有無を確認する措置を講じず、消費者の取引に関する知識若しくは判断力の不足に乗じ、若しくは消費者を心理的に不安な状態に陥らせる等をして、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こと。

(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こと。

(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、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迫り、又は当該債務の履行をさせること。

(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こと。

(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又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不当に拒否し、又はいたずらに遅延させること。

(7)　商品若しくはサービスを販売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「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こと。

（被害を防止するための情報提供）

第19条　市長は、前条に規定する不当な取引行為が行われている疑いがあると認めるときは、当該取引の仕組み、実態その他の事項を把握するために必要な調査を行うことができる。

2　市長は、不当な取引行為による被害の発生及び拡大を防止するために必要があると認めるときは、消費者に対し、前項に規定する調査の経緯その他必要な情報を提供することができる。

3　市長は、不当な取引行為により消費者に重大な被害が発生し、又は発生するおそれがある場合において、被害の発生又は拡大を防止するため緊急の必要があると認めるときは、消費者に対し、事業者の氏名又は名称その他必要な情報を提供することができる。

（指導、勧告及び公表）

第20条　市長は、事業者が第18条の規定に違反して不当な取引行為を行っていると認めるときは、当該事業者に対し、当該不当な取引行為を是正すべきことを指導し、又はあらかじめ意見を述べ、証拠を提出する機会を与えた上で、勧告することができる。

2　市長は、当該事業者が前項の規定による勧告に従わないときは、その旨及び勧告の内容を公表することができる。

第5章　表示等の適正化

（表示の適正化）

第21条　事業者は、消費者が商品又はサービスの選択を誤ることがないように、品質、取扱方法、単位、価格その他必要な事項を適正かつわかりやすく表示しなければならない。

2　市長は、法令に定めがあるもののほか、商品又はサービスの内容及び取引条件に関し表示すべき事項、表示の方法その他表示に関し事業者が遵守すべき基準を定めることができる。

3　事業者は、前項の基準が定められたときは、当該基準を遵守しなければならない。

（広告の適正化）

第22条　事業者は、その供給する商品又はサービスについての広告を行う場合には、虚偽又は過大な表現その他消費者の適切な判断を誤らせるおそれのある表現を避け、消費者の正確かつ適切な判断に必要な情報を提供するよう努めなければならない。

（計量の適正化）

第23条　事業者は、商品又はサービスの提供において、消費者の不利益となるような計量を行ってはならない。

2　市長は、消費者と事業者との間の取引に当たり、適正な計量が確保されるよう必要な施策を講じなければならない。

（包装の適正化）

第24条　事業者は、商品を包装（容器を使用する場合を含む。以下同じ。）する場合、消費者に危害を及ぼさないように安全な包装をしなければならない。

2　事業者は、消費者の適正な判断を誤らせるような過大又は過剰な包装をしてはならない。

3　市長は、商品の包装に関し、事業者が遵守すべき基準を定めることができる。

4　事業者は、前項の基準が定められたときは、当該基準を遵守しなければならない。

5　事業者は、資源の有効利用に資するため、できる限り簡易な包装に努めるとともに、包装資材が不要となったときは、適正に再利用され、若しくは、再生利用されるよう、又は適正に廃棄されるよう配慮しなければならない。

（アフターサービス）

第25条　事業者は、商品又はサービスを消費者へ提供するに当たり、修理、交換その他のアフターサービスを取引条件とするときは、アフターサービスの内容を明示しなければならない。

第6章　生活必需物資の確保

（流通機構の整備）

第26条　市長は、消費者の日常生活に必要な商品又はサービス（以下「生活必需物資」という。）の安定供給の確保及び価格の安定を図るため、流通機構の整備、事業者の健全な事業活動の育成その他必要な施策の推進に努めなければならない。

（不当な販売行為の禁止）

第27条　事業者は、生活必需物資について円滑な流通を不当に妨げ又は適正な利益を著しく超える価格で販売する行為を行ってはならない。

2　事業者は、生活必需物資について生産、流通等の円滑化及び価格の適正化に努めなければならない。

（緊急時対策）

第28条　市長は、生活必需物資の供給量が不足し、若しくは価格が著しく高騰し、又はそのおそれがあると認めるときは、事業者に対し、当該生活必需物資の供給を要請する等、その確保に必要な措置を講じなければならない。

2　事業者は、前項の規定による要請があったときは、これに応じなければならない。

第7章　災害時における安定した消費生活の確保

（消費生活の迅速な回復）

第29条　市、事業者及び消費者は、災害の発生により消費生活の安定が損なわれるときは、その迅速な回復を図るため、それぞれが積極的役割を果たすとともに、相互に協力するよう努めなければならない。

2　市長は、災害発生時において、安定した消費生活の回復を図るために必要があると認めるときは、生活必需物資の安定的な供給、不当な販売行為の防止等について、事業者に対し、必要な措置を講ずるよう要請するものとする。

3　市長は、前項の規定による措置によってもなお安定した消費生活の回復が困難であると認めるときは、必要に応じて国又は他の地方公共団体に対し、必要な措置を講ずるよう要請するものとする。

（情報提供）

第30条　市長は、災害時においては、迅速かつ正確に消費生活に関する情報の収集及び提供を行う等安定した消費生活の回復に必要な措置を講ずるよう努めなければならない。

（生活必需物資の安定供給）

第31条　事業者は、災害発生時においては、自ら進んで生活必需物資等の安定的な供給その他安定した消費生活の回復のために必要な措置を講ずるとともに、市が実施する施策に積極的に協力するよう努めなければならない。

2　消費者は、災害発生時においては、自ら進んで必要な情報を収集し、適切な判断を行い、冷静かつ合理的に行動するとともに、市が実施する施策に積極的に協力するよう努めなければならない。

第8章　福島市民の消費生活を守る対策会議

（対策会議の設置）

第32条　市長の諮問に応じ、消費者施策について審議するため、市長の附属機関として福島市民の消費生活を守る対策会議（以下「対策会議」という。）を置く。

2　対策会議は、次に掲げる事項について調査審議する。

(1)　消費者施策に関する基本的事項

(2)　第4条第2項に規定する消費生活基本計画の策定に関する事項

(3)　第13条に規定する消費者苦情のあっせん又は調停に関する事項

(4)　第14条に規定する訴訟費用の貸付けに関する事項

(5)　第21条第2項及び第24条第3項に規定する基準に関する事項

(6)　その他消費者施策について市長が必要と認める事項

3　対策会議は、市長に対し、消費者施策について意見を述べることができる。

（対策会議の組織）

第33条　対策会議は、委員12人以内で組織する。

2　委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱する。

(1)　学識経験の有る者

(2)　消費者を代表する者

(3)　事業者を代表する者

(4)　その他市長が必要と認める者

3　委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

4　委員は、再任されることができる。

（部会）

第34条　対策会議に、消費者苦情に関するあっせん又は調停を行わせるため、苦情処理部会を置く。

2　あっせん又は調停については、苦情処理部会の決定をもって対策会議の決定とする。

3　対策会議は、必要があると認めるときは、苦情処理部会のほか、部会を設けることができる。

4　部会の委員は、対策会議の委員のうちから会長が指名する。

（委任）

第35条　この章に定めるもののほか、対策会議の組織及び運営に関し必要な事項は、市長が定める。

第9章　調査、勧告及び公表

（調査及び指導）

第36条　市長は、法令に定めがあるもののほか、事業者が第21条（第2項を除く。）、第23条第1項、第24条（第3項を除く。）、第27条及び第28条第2項の規定に違反するおそれがあると認めるときは、その実態を調査し、適正な事業活動を行うよう指導することができる。

（立入調査等）

第37条　市長は、第13条、第15条第1項、第16条第1項、第17条第1項、第19条第1項、第20条第1項、第21条（第2項を除く。）、第23条第1項、第24条（第3項を除く。）、第27条及び第28条第2項の規定の施行に必要な限度で、事業者に対し、報告を求め、その職員をして事業者の事務所、事業所その他事業に関係ある場所に立ち入らせ、帳簿、書類その他の物件を調

査させ、若しくは関係者に質問させることができる。
2　前項の規定により調査又は質問を行う職員は、その身分を示す証明書を携帯し、事業者等に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等の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解してはならない。
4　市長は、当該事業者が第1項に規定する報告又は立入調査を拒んだときは、書面により、報告又は立入調査に応じるよう要求することができる。
5　市長は、当該事業者が前項の規定による要求を拒んだときは、あらかじめ当該事業者に対し、意見を述べ、証拠を提出する機会を与えた上で、これに応じるよう勧告することができる。
6　市長は、当該事業者が前項の規定による勧告に従わないときは、必要に応じてその経過を公表することができる。
7　市長は、当該事業者が第1項に規定する報告要求に対して虚偽の報告をし、立入調査を妨げ、若しくは忌避し、又は質問に対して答弁せず、若しくは虚偽の答弁をしたときは、あらかじめ当該事業者に対し、意見を述べ、証拠を提出する機会を与えた上で、その旨を公表することができる。
（勧告及び公表）
第38条　市長は、第21条（第2項を除く。）、第23条第1項、第24条（第3項を除く。）、第27条及び第28条第2項の規定に違反すると認めるときは、あらかじめ事業者に対し、意見を述べ、証拠を提出する機会を与えた上で、違反行為を是正するよう勧告することができる。
2　市長は、当該事業者が前項の規定による勧告に従わないときは、その旨及び勧告の内容を公表することができる。
第10章　雑則
（国又は他の地方公共団体との相互協力）
第39条　市長は、消費者施策を推進するに当たり、必要があると認めるときは、国又は他の地方公共団体に対し、協力を求め、又は必要な措置を採るべきことを要請するものとする。
2　市長は、国又は他の地方公共団体が実施する消費者施策について協力を求められ、必要な措置を採るべきことを要請されたときは、これに協力するものとする。
（適用除外）
第40条　第3章の規定は、薬事法（昭和35年法律第145号）第2条第1項に規定する医薬品については、適用しない。
2　第2章（第13条及び第14条に限る。）及び第3章から第6章までの規定は、医師、歯科医師その他これに準ずる者により行われる診療行為及びこれに準ずる行為ついては、適用しない。
（委任）
第41条　この条例の施行に関し必要な事項は、市長が定める。
附　則
（施行期日）
1　この条例は、平成18年7月1日から施行する。
（福島市民のくらしを守る条例の廃止）
2　福島市民のくらしを守る条例（昭和50年条例第42号）は、廃止する。
（特別職の職員で非常勤のものの報酬等に関する条例の一部改正）
3　特別職の職員で非常勤のものの報酬等に関する条例（昭和31年条例第23号）の一部を次のように改正する。
別表中消費者苦情処理委員会委員の項を削る。
附　則（平成26年6月30日条例第28号）
この条例は、公布の日から施行する。

福島市民の消費生活を守る条例施行規則

平成18年6月19日
福島市規則第50号

目次

第1章　総則（第1条―第3条）
第2章　消費者訴訟の援助（第4条―第15条）
第3章　不当な取引行為（第16条―第22条）
第4章　福島市民の消費生活を守る対策会議(第23条―第25条)
第5章　消費者苦情の処理（第26条・第27条）
第6章　勧告及び公表等（第28条―33条）
第7章　補則（第34条・第35条）
附則

第1章　総則

（趣旨）

第1条　この規則は、福島市民の消費生活を守る条例(平成18年条例第13号。以下「条例」という。）の施行について必要な事項を定めるものとする。

（定義）

第2条　この規則において使用する用語の意義は、条例で使用する用語の例による。

（消費生活基本計画の策定）

第3条　条例第4条第2項の消費生活基本計画は、次に掲げる事項を条例第32条第1項に規定する福島市民の消費生活を守る対策会議（以下「対策会議」という。）に諮り、毎年度これを策定するものとする。

(1)　総合的な消費者行政の推進に関する総則的事項
(2)　消費者への情報提供及び教育の推進並びに消費者の組織化に関する事項
(3)　消費者への危害の防止に関する事項
(4)　不当な取引行為に関する事項
(5)　商品又はサービスの内容及び取引条件に関する表示等の適正化に関する事項
(6)　生活必需物資の確保に関する事項
(7)　災害時における安定した消費生活の確保に関する事項
(8)　消費者と事業者との間で生じた苦情の処理及び被害の救済に関する事項
(9)　その他消費者行政の推進に関する事項

2　市長は、前項の消費生活基本計画を策定したときは、速やかにその計画を公表するものとする。

第2章　消費者訴訟の援助

（訴訟費用の範囲）

第4条　条例第14条の規定により貸付けの対象となる消費者訴訟に要する費用の範囲は、次に掲げるものとする。

(1)　民事訴訟費用等に関する法律（昭和46年法律第40号）第2章の規定により裁判所に納める費用の額を限度として、市長が定める額
(2)　弁護士又は司法書士に支払う手数料及び謝金であって、その支払額を限度として市長が定める額
(3)　その他訴訟に要する費用であって、市長が必要であると認めるもの

（訴訟費用の貸付け）

第5条　条例第14条に規定する消費者訴訟に要する費用の貸付けは、次に掲げる要件の全てに該当しなければならない。

(1)　市内に引き続き3月以上住所を有する消費者であること。
(2)　条例第14条第1号に規定する被害の額は、一人につき50万円以下であること。
(3)　同一の被害を受けた者が10人以上いること。ただし、市長が特に必要があると認めるときは、市長の定める人数とする。
(4)　訴訟に要する費用が、その訴訟に係る被害額を超え、又は超えるおそれがあること。

第6条　条例第14条に規定する消費者訴訟に要する費用の貸付金は、無利息とする。

2　貸付金の貸付けを受けた者（以下「借受人」という。）は、連帯して、債務を負担するものとする。

3　貸付期間は、当該消費者訴訟が終了した日の翌日から起算して6カ月以内とする。ただし、市長が特に必要があると認めるときは、市長の定める日までとする。

（貸付けの申請）

第7条　条例第14条の規定により消費者訴訟に要する費用の貸付けを受けようとする者（以下「申請者」という。）は、代表者を定め、福島市消費者訴訟費用貸付金借受申請書(様式第1号)に次に掲げる書類を添えて、市長に提出しなければならない。

(1)　住民票の写し
(2)　委任状

（貸付けの決定）

第8条　市長は、前条の規定による申請があったときは、速やかに調査を行い、対策会議の意見を聴いて、貸付けを行うべきと認めるときは、貸付け及び貸付金の額を決定しなければならない。

2　市長は、前項の規定により貸付け及び貸付金の額を決定し、又は貸付けを行わない旨の決定をしたときは、文書でその旨を申請者に通知するものとする。

（貸付金の交付）

第9条　前条第2項の規定により貸付け及び貸付金の額の決定の通知を受けた申請者は、福島市消費者訴訟費用貸付金借用証書（様式第2号）を市長に提出し、貸付金の交付を受けるものとする。

（追加貸付け）

第10条　借受人は、既に借り受けた貸付金に追加して貸付けを受ける必要が生じたときは、福島市消費者訴訟費用貸付金追加借受申請書（様式第3号）により、追加貸付けを申請することができる。

2　前項の追加貸付けの申請の手続については、第8条及び第9条の規定を準用する。

（貸付金の即時返還）

第11条　市長は、借受人が次の各号のいずれかに該当するときは、貸付金を直ちに返還させることができる。

(1)　当該消費者訴訟を提起しないとき、又は取り下げたとき。
(2)　貸付金をその目的以外に使用したとき。

(3)　虚偽の申請その他不正な手段により貸付けを受けたとき。
(4)　条例及びこの規則に違反し、又は市長の指示に従わないとき。
2　市長は、前項の規定により貸付金を返還させるときは、当該貸付金の交付の日の翌日から起算して返還の日までの日数に応じ、年10.95パーセントの割合で計算した利息を徴収することができる。
（貸付金の返還）
第12条　借受人は、第6条第3項に規定する貸付期間内に、貸付金の全額を一括して返還しなければならない。
2　前項の場合において、借受人が訴訟の結果、相手方事業者から訴訟に要する費用を一括して得ることができなかったとき、又は市長がやむを得ない理由があると認めるときは、当該訴訟が終了した日の翌日から起算して1年以内に分割して返還させることができる。
3　前項の規定により分割返還を受けようとする者は、福島市消費者訴訟費用貸付金分割返還申請書（様式第4号）にその理由を証する書面を添えて、市長に提出しなければならない。
4　市長は、借受人が正当な理由がなく返還すべき日までに貸付金を返還しないときは、当該返還すべき日の翌日から起算して返還の日までの日数に応じ、年10.95パーセントの割合で計算した延滞利息を徴収するものとする。
（貸付金の返還猶予）
第13条　市長は、当該消費者訴訟について上訴が行われたとき、又は市長が特に必要と認めるときは、貸付金の全部又は一部の返還を猶予することができる。
2　前項の規定により貸付金の返還の猶予を受けようとする者は、福島市消費者訴訟費用貸付金返還猶予申請書（様式第5号）にその理由を証する書類を添えて、市長に提出しなければならない。
（貸付金の返還免除）
第14条　市長は、次の各号のいずれかに該当する場合は、貸付金の全部又は一部の返還を免除することができる。
(1)　消費者訴訟の結果、消費者が相手方事業者から金銭等を得ることができなかった場合
(2)　消費者訴訟の結果、消費者が相手方事業者から得る金銭等の額が貸付金の額に満たなかった場合
(3)　その他市長が特に必要と認める場合
2　前項の規定による貸付金の返還の免除を受けようとする者は、福島市消費者訴訟貸付金返還免除申請書(様式第6号）にその理由を証する書類を添えて、市長に提出しなければならない。
（届出事項）
第15条　借受人は、次の各号のいずれかに該当するときは、速やかに文書でその旨を市長に届け出なければならない。
(1)　消費者訴訟を提起したとき。
(2)　消費者訴訟について請求の内容を変更したとき。
(3)　消費者訴訟が終了したとき。
(4)　代表者又は借受人の住所又は氏名に変更があったとき。
(5)　訴訟代理人に変更があったとき。
(6)　相手方事業者の住所、名称及び代表者の変更その他重要な事項の変更があったとき。
2　借受人の相続人は、借受人が死亡したときは、速やかにその旨を市長に届け出なければならない。
3　市長は、必要があると認めるときは、借受人又はその訴訟代理人に対して、当該訴訟の進行状況、貸付金の使用状況その他必要な資料の提出又は報告を求めることができる。

第3章　不当な取引行為

（条例第18条第1号の不当な取引行為）
第16条　条例第18条第1号に規定する不当な取引行為は、次に掲げるものとする。
(1)　商品若しくはサービスの販売の意図を明らかにせず、又は販売若しくは購入以外の目的が主要な目的であるかのように告げて、若しくはそのような広告等で消費者を誘引することにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(2)　商品又はサービスに関し、その品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組みその他の取引に関する重要な情報であって、事業者が保有し、又は保有し得るものを提供しないで、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(3)　商品又はサービスの販売又は購入に当たり、消費者が契約締結の意思を決定する上で重要な事項について、事実と異なること若しくは誤信させるような事実を告げて、若しくは将来における不確実な事項について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こと。
(4)　商品又はサービスの品質、内容若しくは取引条件が実際のものよりも著しく優良若しくは有利であると消費者を誤信させるような表現を用いて契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(5)　商品又はサービスの購入、利用若しくは設置が法令等により義務付けられているかのように説明して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(6)　自らを官公署、公共的団体若しくは著名な法人等の職員と誤信させるような言動等を用いて、又は官公署、公共的団体若しくは著名な法人若しくは個人の許可、認可、後援等の関与を得ていると誤信させるような言動等を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(7)　商品又はサービスの販売又は購入に当たり、事業者の氏名若しくは名称又は住所について明らかにせず、若しくは偽って契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
（条例第18条第2号の不当な取引行為）
第17条　条例第18条第2号に規定する不当な取引行為は、次に掲げるものとする。
(1)　威圧的な言動等を用いて、長時間にわたり反復して、若しくは契約を締結する意思がない旨を表示しているにもかかわらず迷惑を覚えさせるような方法で、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

(2)　商品又はサービスの販売又は購入に関し、消費者の拒絶の意思表示があるにもかかわらず、又はその意思表示の機会を与えることなく、電気通信手段を介して一方的に広告宣伝等を反復して送信することにより契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(3)　商品又はサービスの販売に関し、消費者が電子計算機を用いて申込み又は承諾の意思表示をする場合において、電子計算機の画像面を介して意思表示の有無を確認する措置を講じることなく契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(4)　消費者の年齢、収入等契約を締結する上で重要な事項について、事実と異なる内容の契約書等を作成して、執ように契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(5)　路上その他の場所において消費者を呼び止め、消費者の意に反して執ように説得し、若しくは威圧的な言動等を用いて、その場において、又は営業所若しくはその他の場所へ誘引して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(6)　商品又はサービスを販売又は購入する目的で、無償又は著しい廉価のサービス又は商品の供給を行うことにより、消費者の心理的な負担を利用して執ように契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(7)　商品又はサービスの購入資金に関して、消費者からの要請がないにもかかわらず、貸金業者等からの借入れその他の信用の供与を受けることを勧めて、執ように契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(8)　消費者の取引に関する知識又は判断力の不足に乗じて、取引の内容、条件、仕組み等について必要な説明をしないまま、消費者に著しく不利益をもたらすおそれのある契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(9)　消費者の不幸を予言し、消費者の健康の不安又は老後の不安その他の生活上の不安をことさらにあおる等消費者を心理的に不安な状態に陥らせる言動等を用いて契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(10)　商品又はサービスの販売に関し、消費者が過去に係わった取引に関する当該消費者の情報又は取引に関する情報を利用して消費者を心理的に不安な状態に陥らせ、若しくは過去の不利益が回復できるかのように告げ、又は害悪を受けることを予防し、若しくは現在被っている不利益が拡大することを防止するかのように告げて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(11)　主たる目的が販売以外の目的である商品又はサービスを意図的に無償又は著しい廉価で供給すること等により、消費者を正常な判断ができない状態に陥れて、商品若しくはサービスの購入若しくは販売の契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
(12)　消費者の意に反して、早朝若しくは深夜において、又は消費者が正常な判断をすることが困難な状態のときに、電話をし、又は訪問して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

（条例第18条第3号の不当な取引行為）

第18条　条例第18条第3号に規定する不当な取引行為は、次に掲げるものとする。
(1)　法律の規定が適用される場合に比して、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重し、消費者の利益を一方的に害する条項を設けた契約を締結させること。
(2)　契約に係る損害賠償額の予定、違約金又は契約の解除に伴う清算金の定めにおいて、消費者に不当に高額又は高率な負担を求める条項を設けた契約を締結させること。
(3)　消費者の契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し又は契約の無効の主張をすることができる権利を制限して、消費者に不当な不利益をもたらすこととなる条項を設けた契約を締結させること。
(4)　消費者が購入又は販売の意思表示をした主たる商品又はサービスと異なるものを記載して、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書等を作成させること。
(5)　消費者にとって、不当に過大な量の商品若しくはサービス又は不当に長期にわたって供給される商品若しくはサービスの購入を内容とする契約を締結させること。
(6)　当該契約に関する訴訟について、消費者に不当に不利な裁判管轄を定める条項を設けた契約を締結させること。
(7)　商品又はサービスの購入に伴って消費者が受ける信用が、その者の返済能力を超えることが明白であるにもかかわらず、そのような信用の供与を伴った契約を締結させること。
(8)　債務不履行若しくは債務履行に伴う不法行為又は契約の目的物の瑕疵により生じた消費者に対して事業者が負うべき損害賠償責任の全部若しくは一部を不当に免除し、若しくは瑕疵に係る事業者の修補責任を一方的に免責させる条項を設けた契約を締結させること。
(9)　クレジットカード、会員証、パスワード等の商品の購入又はサービスの提供を受ける際の資格を証するものが、第三者によって不正に使用された場合に、消費者に不当にその責任を負担させる条項を設けた契約を締結させること。

（条例第18条第4号の不当な取引行為）

第19条　条例第18条第4号に規定する不当な取引行為は、次に掲げるものとする。
(1)　消費者、その保証人等法律上支払義務のある者（以下「消費者等」という。）を欺き、威迫し、若しくは困惑させ、又は正当な理由なく早朝若しくは深夜に電話をし、若しくは訪問する等の不当な手段を用いて、債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。
(2)　消費者等を欺き、威迫し、若しくは困惑させて預

金の払戻し、生命保険の解約又は借入れを受けること等により消費者等に金銭を調達させ、債務の履行をさせること。

(3) 消費者等に対して、正当な理由がないにもかかわらず、消費者等に不利益となる情報を信用情報機関若しくは消費者等の関係人に通知し、又はインターネットその他の情報伝達手段により情報を流布する旨の言動を用い、心理的圧迫を与えて債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。

(4) 契約の成立又は有効性について消費者等が争っているにもかかわらず、契約が成立し、又は有効であると一方的に主張して強引に債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。

(5) 消費者の関係人で法律上支払義務のないものに、正当な理由なく電話をし、又は訪問する等の不当な手段を用いて、契約に基づく債務の履行について執ように協力を要求し、又は協力をさせること。

(6) 事業者の氏名若しくは名称若しくは住所について明らかにせず、又は偽ったまま、消費者等に対して強引に債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。

(条例第18条第5号の不当な取引行為)

第20条 条例第18条第5号に規定する不当な取引行為は、次に掲げるものとする。

(1) 履行期限を過ぎても契約に基づく債務の完全な履行をせず、又は消費者からの再三の履行の督促に対して適切な対応をすることなく債務の履行を拒否し、若しくは引き延ばし、商品又はサービスを契約の趣旨に従って供給しないこと。

(2) 法令の規定等により消費者に認められている財務書類の閲覧権、事実又は情報の開示を請求できる権利等の行使を拒否し、閲覧、開示等を拒むこと。

(3) 継続的に商品又はサービスを供給する契約を締結した場合において、正当な理由なく取引条件を一方的に変更し、又は債務の履行が終了していないにもかかわらず消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること。

(条例第18条第6号の不当な取引行為)

第21条 条例第18条第6号に規定する不当な取引行為は、次に掲げるものとする。

(1) 消費者のクーリング・オフの権利の行使に当たり、これを拒否し、黙殺し、威迫し、又は術策、甘言等を用いて、当該権利の行使を妨げ、契約の成立又は存続を強要すること。

(2) 消費者のクーリング・オフの権利の行使に当たり、口頭による行使を認めておきながら、後に書面によらないことを理由として、又は消費者のクーリング・オフの権利の行使を妨げる目的で、消費者の自発的意思を待つことなく商品又はサービスの使用若しくは利用をさせて、契約の成立又は存続を強要すること。

(3) 消費者のクーリング・オフの権利の行使に当たり、手数料、送料、サービスの対価等法令上根拠のない要求をして当該権利の行使を妨げ、契約の成立又は存続を強要すること。

(4) 継続的に商品又はサービスを供給する契約を締結した場合において、消費者の正当な根拠に基づく中途解約の申出に対して、これを不当に拒否し、解約に伴う不当な違約金、損害賠償金等を要求し、威迫する等をして、契約の存続を強要すること。

(5) 前各号に掲げるもののほか、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又は契約の無効の主張に当たり、これを不当に拒否し、不当な違約金、損害賠償金等を要求し、威迫する等をして契約の成立又は存続を強要すること。

(6) 消費者のクーリング・オフの権利の行使その他契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し又は契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、法律上の返還義務、原状回復義務、損害賠償義務等の履行を正当な理由なく拒否し、又は遅延させること。

(条例第18条第7号の不当な取引行為)

第22条 条例第18条第7号に規定する不当な取引行為は、次に掲げるものとする。

(1) 立替払、債務の保証その他の与信に係る債権及び債務について、重要な情報を提供せず、又は誤信させるような表現を用いて、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等の締結をさせること。

(2) 与信が消費者の返済能力を超えることが明白であるにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等の締結をさせること。

(3) 販売業者等(商品若しくはサービスを販売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をいう。以下同じ。)の行為が、第16条から第18条までに規定するいずれかの行為に該当することを知りながら、又は与信に係る加盟店契約その他の提携関係にある販売業者等を適切に管理していればそのことを知り得べきであるにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等の締結をさせること。

(4) 与信契約等において、販売業者等に対して、生じている事由をもって消費者が正当な根拠に基づき支払を拒絶できる場合であるにもかかわらず、正当な理由なく電話をし、又は訪問する等の不当な手段を用いて、消費者若しくはその関係人に債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。

第4章 福島市民の消費生活を守る対策会議

(会長及び副会長)

第23条 対策会議に会長及び副会長を置き、委員の互選により選任する。

2 会長は、会務を総理し、対策会議を代表する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、その職務を代理する。

(会議)

第24条 対策会議の会議は、会長が招集する。ただし、委員の任期満了等に伴い新たに組織された対策会議の最初に開催される会議は、市長が招集する。

2　会長は、対策会議の会議の議長となる。
3　対策会議の会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。
4　対策会議の議事は、出席した委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

（部会）

第25条　条例第34条第1項の苦情処理部会及び同条第3項の部会（以下「部会」という。）は、委員5人以内で組織する。
2　部会に部会長及び副部会長を置き、当該部会に属する委員の互選により選任する。
3　部会長は、部会の会務を総理し、調査審議の経過及び結果を対策会議に報告するものとする。
4　副部会長は、部会長を補佐し、部会長に事故があるときは、その職務を代理する。
5　前条の規定は、部会の会議について準用する。
6　対策会議の決定により各部会の所掌に属することとされた事項については、当該部会の決定をもって対策会議の決定とすることができる。

第5章　消費者苦情の処理

（苦情処理の付議）

第26条　市長は、消費者から苦情の申出があった場合において必要があると認めるときは、苦情処理部会に対し、その苦情のあっせん又は調停について付議するものとする。
2　市長は、前項の規定による付議をしたときは、その旨を当該苦情の申出者及びその相手方となるべき事業者（以下「当事者」という。）に通知するものとする。

（苦情の処理等）

第27条　苦情処理部会は、前条第1項の規定により苦情のあっせん又は調停について付議されたときは、適切かつ迅速に処理を行うものとする。
2　前項の場合において、苦情処理部会は、必要があると認めるときは、当事者の出席を求め、又は関係書類若しくは物件等の提出を求めることができる。
3　苦情処理部会は、あっせん又は調停において当事者間に合意が成立したときは、調書を作成し、その旨を市長に報告するものとする。あっせん又は調停において、当事者間に合意が成立せず、又はその見込みがなく、あっせん又は調停を打ち切ったときも、同様とする。

第6章　勧告及び公表等

（意見を述べる機会の付与の方式）

第28条　条例第17条第1項、第20条第1項、第37条第5項及び第7項並びに第38条第1項に規定する意見を述べ、証拠を提出する機会（以下「意見を述べる機会」という。）を付与する方式は、市長が口頭でることを認めたときを除き、意見を記載した書面（以下「意見書」という。）を提出してするものとする。
2　意見を述べるときは、証拠書類等を提出することができる。

（意見書提出の通知）

第29条　市長は、意見を述べる機会を付与するときは、意見書、証拠書類等の提出期限（口頭による意見を述べる機会の付与を行う場合には、その日時）の7日前までに、当該事業者に対し、次に掲げる事項を書面により通知しなければならない。
(1)　予定される勧告の内容及び根拠となる条例等の条項
(2)　勧告の原因となる事実
(3)　勧告に従わないときは、その旨及び勧告の内容が公表されること（条例第37条第7項にあっては、その旨が公表されること。）。
(4)　意見書、証拠書類等の提出先及び提出期限（口頭による意見を述べる機会の付与を行う場合には、その旨並びに出頭すべき日時及び場所）
2　市長は、勧告又は公表に係る事業者の所在が判明しない場合においては、前項の規定による通知を、その者の氏名、前項第4号に掲げる事項及び市長が前項各号に掲げる事項を記載した書面をいつでもその者に交付する旨を福島市公告式条例（昭和25年条例第25号）第2条第2項に定める掲示場に掲示（以下「掲示」という。）することによって行うことができる。この場合においては、掲示を始めた日から14日を経過したときに、当該通知がその者に到達したものとみなす。

（意見録取書の作成）

第30条　第28条第1項の規定により口頭による意見を述べる機会の付与を行う場合において、市長の指定する職員は、意見録取書を作成し、意見の要旨を明らかにしておかなければならない。

（意見書の不提出等）

第31条　市長は、正当な理由なく、提出期限までに意見書が提出されない場合又は口頭による意見を述べる日時に当事者が出頭しない場合には、改めて意見を述べる機会の付与を行うことを要しない。

（公表及び情報提供）

第32条　条例第13条、第15条第4項、第17条第2項、第20条第2項、第37条第6項及び第7項並びに第38条第2項の規定による公表は、掲示により行うほか、広く市民に周知できる方法により行うものとする。
2　条例第15条第5項、第16条第1項、第19条第2項及び第3項並びに第30条の規定による情報の提供は、掲示により行うほか、広く市民に周知できる方法により行うものとする。

（基準の公表）

第33条　条例第21条第2項及び第24条第3項の規定により基準を定めたときの公表は、掲示により行うほか、広く市民に周知できる方法により行うものとする。

第7章　補則

（身分証明書の携帯等）

第34条　条例第37条第2項の身分を示す証明書は、様式第7号のとおりとする。

（委任）

第35条　この規則に定めるもののほか、必要な事項は、別に定める。

附　則

1　この規則は、平成18年7月1日から施行する。

（福島市民のくらしを守る条例施行規則の廃止）

2　福島市民のくらしを守る条例施行規則（昭和51年規

則第8号)は、廃止する。

附　則（平成26年6月30日規則第29号）

この規則は、公布の日から施行する。

福島市消費生活基本計画

（福島市消費者教育推進計画）

＜令和 9 年度～令和 12 年度＞

福島市市民・文化スポーツ部生活課消費生活センター
〒960-8601　福島市五老内町３番１号
TEL　　024-525-3774
FAX　　024-528-2478