

消費者教育・学習支援の在り方について

— 報告 —

平成 20 (2008) 年 3 月

横浜市消費生活審議会

はじめに

横浜市では、平成 17(2005)年 12 月 28 日に横浜市消費生活条例（以下「条例」という。）－平成 8(1996)年 3 月制定－を一部改正した。

これは、平成 16 年 6 月に消費者政策の基本的枠組みである「消費者保護基本法」が 36 年ぶりに大幅に見直され「消費者基本法」（以下「基本法」という。）として公布・施行されたことに由来する。

基本法に対応した条例の改正に際しては、基本法の改正点を踏まえて多くの事項が新たに盛り込まれた。

消費者教育に関しては、「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させる。」（基本法第 17 条）という基本法の趣旨を条例の『学習条件の整備及び消費者教育の推進等』（条例第 13 条）に取り入れることとした。

現在消費者生活に関する問題が、児童から高齢者まで広い世代で、様々な場所で発生しており、それぞれの世代・場所での被害救済の上からも消費者教育を充実させることの重要性が増している。

このような時代背景の中で行われた条例改正の趣旨に鑑み、平成 18(2006)年 10 月からはじまった第 6 次の消費生活審議会では「消費者教育・学習支援の在り方について」の専門部会を設置し消費者教育・学習支援の施策実施への方向性を検討、審議し、今般、報告書としてとりまとめた。

目 次

- 1 消費者教育・学習支援の意義
- 2 消費者教育・学習支援の現状と課題
 - (1) 学校における消費者教育・学習支援
 - (2) 家庭における消費者教育・学習支援
 - (3) 地域における消費者教育・学習支援
 - (4) 職域における消費者教育・学習支援
- 3 消費者教育・学習支援の体系化と推進
 - (1) 消費者教育の理念
 - (2) 消費者教育体系化の基本方針
 - (3) 消費者の年齢や発達段階への配慮
 - (4) 消費者教育の目標設定
 - (5) ライフステージに応じた領域別目標
- 4 今後の方向
 - (1) 学校における消費者教育・学習支援
 - (2) 家庭における消費者教育・学習支援
 - (3) 地域における消費者教育・学習支援
 - (4) 職域における消費者教育・学習支援

参考資料

- (1) 審議経過
- (2) 審議会委員名簿
- (3) 横浜市消費生活条例

1 消費者教育・学習支援の意義

現在の消費者を取り巻く社会経済環境は、激しく大きく変化している。

インターネットの普及により世界中の商品を家に居ながらにして、瞬時に注文することができ、流通システムの発展により、短時間で世界のあらゆる場所からあらゆる場所への商品の配送が可能となった。

以前は、不可能と思われていたことの多くが、現在では可能となっている。

このような消費生活の利便性が向上する一方、従来は想像もできなかった消費者トラブルが次々と発生してきている。

IT化の推進により著しい勢いで増加している携帯電話やパソコンは、架空・不当請求の魔の手を未成熟な小・中・高校生にまで広めてしまった。

さらに、加速度的に進む高齢化・核家族化の進展は、地域で孤立する独り暮らしの高齢者を増やし、悪質事業者の格好の標的とさせてしまった。

消費者の権利を守ることが地方自治体の責務ではあるが、すべての消費者を24時間守ることは、極めて困難な状況である。

市民一人ひとりが安心して豊かな消費生活を営むためには、すべての市民が主体性のある消費者にならなければならない。そのために、幅広い世代を対象とした、様々な場での消費生活に関する教育・学習支援の機会を創り出すことが必要となる。

2 消費者教育・学習支援の現状と課題

(1) 学校における消費者教育・学習支援

学校における消費者教育は、消費者教育の一般的で最も基礎となるものと位置づけられる。

社会生活を営む上で必要な基本的な事柄を学ぶと同時に、消費者としての権利と責任の第一歩を家族以外の者から最初に教えられる場でもある。まずは、児童・生徒に対して基礎的な消費者教育を行うことで、今後の人生におけるすべての学習の種となるべき素養を涵養する場となる。

これは、単に文字や計算と言った単なる知識を教えるということではなくて、その奥に存在する「お金の有効な使い方」「他人にだまされない」

といった、生きていく上で必要不可欠な知恵ということも含めて教えてやることを意味している。

しかし、現在はこの「教えてやる」という教育が、知識のためだけの単なる情報伝達に陥りがちとなっている。

さらに、混迷する今の教育現場では、この知識のためだけの教育ですら十分行われない場合もあり、消費者教育・学習支援まで手が回らない状況も出現している。

このような状況では、多くの若者が、主体性のある消費者として十分な研鑽を積まないうちに、社会へ送り出されることになり、巧みな悪質事業者の前にさらされている。

高校、大学においては、多くの学生がアルバイトなどにより実社会の経験を通じて事業者の一員としての認識が、芽生えることがあるものの、逆に加害者になる可能性も秘めた、危険な状況に置かれていると言える。

(2) 家庭における消費者教育・学習支援

家庭における消費者教育・学習支援のスタートは、一人の消費者における生涯続けられる消費生活のスタートラインにあたるものである。

最も早い時期から行われる教育・学習であり、人としての基本的な生活習慣の原点となるものである。

また、家庭というマンツーマンでこまやかな接触の中で、時間をかけて消費者の成長にあわせて段階的に行われ、一人の人間の人格形成にも大きな影響を与える極めて重要な役割を担うものでもある。

しかし、ほとんどの家庭において、教育・学習支援者である保護者は、特に消費者が就学前の場合、このような認識は残念ながらもっていない。

また、そのための教材・プログラムも十分であると言えない状況でもある。

さらに、近年の著しい生活形態の変化に伴い、家庭教育に費やす時間も、決して十分とは言えない。また、DVや育児放棄、児童虐待等家庭環境が崩壊している場合もあり、消費者教育がまったくなされていないケースもある。

(3) 地域における消費者教育・学習支援

地域においては、消費生活推進員、様々な消費者団体、民生委員等がそれぞれ活動しているが、その重要性に対する理解や地域の体制は、それぞれの地域により差があり、その結果消費者教育・学習支援の機会の偏りが存在し、全体としては必ずしも十分とは言えない。

消費生活推進員にあっては、現在の制度が発足してから25年以上が経過しており、さまざまな問題や課題が発生してきている。

その改善策については、それぞれの立場の人が異なる意見を持っており、また、実際に事業を行う各区役所間でも見解が異なっている。

今日、地域の連帯感はますます希薄になる傾向がある反面、地域における消費者教育・学習支援の要請はますます高まっており、地域の学習支援の新たな形態を積極的に検討していく必要がある。

(4) 職場における消費者教育・学習支援

職場では、多くの人が事業者の一員としての立場で活動している。

そのため、対極にある消費者教育・学習支援に関しては、ほとんどの職場であまり配慮がなされていないのが実態である。

職場には、当然事業者としての情報は溢れているが、企業や所属する組織に対して消費者教育・学習支援に関する情報が、提供されることは極めて少ない。

また、昨今の食品メーカーの不祥事に見られるように、事業者のコンプライアンス体制が、必ずしも確立していない組織もあり、職場は、最も消費者教育・学習支援の遅れた場と言える。

なお、学校を教職員たちにとっての「職場」と考えた場合は、極めて消費生活に関する情報量が乏しい場と言える。これは小中高では、児童・生徒への消費者教育が十分とは言えないが、その実施により反射的に教職員に伝わることもあるが、幼稚園や大学等においては、そもそも学生などに対する消費者教育がなされていないケースが多く、教職員には伝わりにくいものと考えられる。

3 消費者教育・学習支援の体系化と推進

(1) 消費者教育の理念

基本法では、消費者の権利を第2条で「消費生活における基本的な需要が満たされること」「健全な生活環境が確保されること」「消費者の安全が確保されること」「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ること」「消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供されること」「消費者の意見が消費者政策に反映されること」「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」であると規定している。

これは、消費者は消費者自らの役割を認識して、主体的に判断、選択し、行動することを示し、消費者としての権利の実現に向け、必要とする情報を収集し、合理的に判断・選択することを意味しており、そういった主体性のある消費者になることを目指し消費者教育を行っていく必要がある。

(2) 消費者教育体系化の基本方針

基本法では、第17条で国が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り消費生活について学習する機会が広く求められている状況を考慮し、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よう求めている。

また、消費者の自立の支援に当たっては、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としている。

これは、消費者教育・学習支援が、消費者が「人生におけるその時々々のステージ（以下「ライフステージ」という）」で、それぞれの状況にあった形で行われることを、また、消費者が消費生活に関する必要な情報を学習する上で、場による制限を受けないことを意味している。例えば、学校では、生徒や学生の学習状況を考慮し、地域では地域の特性を活かし、家庭では家庭生活に負担をかけず、職場では、本来業務を阻害

することなく消費者教育・学習支援が十分行われるような環境が整えられる必要がある。

また、消費者はそれぞれの年齢に即した方法で、例えて言えば若者は若者にわかる言葉で、高齢者は高齢者に理解できる早さで、自立のための支援が行われることが必要とされている。

(3) 消費者の年齢や発達段階への配慮

消費者契約法では、消費者とは「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く個人」という定義をしている。

つまり、消費者は「事業者」以外のすべての個人ということで、年齢や職業等の属性には一切関係がない。乳幼児から高齢者まであらゆる年齢・職業の消費者がいる。年齢や職業が異なれば、それぞれ消費生活に関する知識・経験等の力が大きく異なる。そのため、それぞれの年齢・職業等の違いに応じた特性を活かした対応や、発達段階に応じた配慮が必要となって来る。

(4) 消費者教育・学習支援の目標設定

基本法では、第7条で「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。」「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に努めなければならない。」と消費者のあるべき姿を規定しており、これが目指すべき目標と言える。

(5) ライフステージに応じた領域別目標

内閣府の「消費者教育の総合的推進に関する調査研究」（平成19年3月）では、「ライフステージ」を学校就学前の「幼児期」、集団生活を始めた「児童期」、自立意識が芽生えた中高生の「少年期」、成人となった大学生、社会人である「成人期」、さらに高齢化社会の進展を踏まえ成人期の後半を「成人期（高齢期）」と分類している。そして、このステージ

ごとに「安全」「契約・取引」「情報」「環境」という領域を設定し、それぞれのステージにおける目標を設定している。

また、これらのライフステージは、基本法で言うところの「学校、地域、家庭、職域」とも連動していると言える。

4 今後の方向

(1) 学校における消費者教育・学習支援

ア 児童期（小学生）

消費者教育に関する学習は、特定の「教科」としては行われるものではないため、各科目の中に消費者教育的要素を取り入れる工夫を行うべきである。

また、小・中・高校までの一貫した消費者教育体系の考え方が必要であり、それぞれの段階にあわせたライフステージ別の消費者教育を行う考え方が必要である。

イ 少年期（中学・高校生）

中学・高校生が購入可能な商品・サービスが、多様化かつ高額化しているとともに、その購入を携帯電話・インターネットを使うことにより保護者に知られずに行うことが可能となった。

また、ファミリーレストラン、コンビニエンスストア等の手軽にアルバイト可能な場が増加したことにより、比較的容易な収入獲得機会が増えた。

さらに、ネットオークションの発達により、中学・高校生自身が売り手となり、消費者契約の主体者となることも可能となった。

その結果として、被害者だけでなく知らず知らずのうちに消費生活トラブルの原因者となってしまうことも十分考えられる。

また、現在の中学・高校生は、昔と異なり、携帯電話、デジタルオーディオ等の市場動向を左右しかねない程の重要な消費者となっており、もはや一人前の重要な消費者として位置づけ、その視点からの教育が、ますます不可欠となっている。

そして、知識を習得させるためだけの教育・学習支援ではなく、

意識を高めて行動できる消費者の育成を目指すものが必要である。

端的に言えば、契約に対する「不自然さ」に気づく能力を醸成することである。

これは学校の教室だけで得られるものではなく、様々な社会経験の蓄積によって培われるものである。そのためには、従来の教員だけでは、必ずしも十分とは言えず、民間企業や団体等の様々な経験・知恵を持った専門家の学校への派遣による学習支援が重要となる。

ウ 大学等

大学生以上については、学生という身分ではあるが、消費生活の範囲においては、一般社会人とほぼ同等で、精神的にも経済的にも自立し、自身の保有する財産を安全かつ有効に管理する能力が求められる。

また、大学生以上の学生においては、遠くない将来に実社会に出ていかなければならない立場にあるため、「世の中の危険」を十分認識し、成人した消費者として、自ら消費生活に関する知識を深め、主体的かつ合理的に行動する役割を担うべく、消費者教育・学習支援を、卒業までの間に実施することが必要となってくる。

具体的には、大学構内での注意喚起のリーフレットの配布に止まらず、教室への出前講座の実施や、消費者教育を盛り込んだインターンシップ等の実施が行われることが望ましい。

(2) 家庭における消費者教育・学習支援

ア 幼児期

幼児期の消費者教育・学習支援は、ほとんどの場合それと意識されず、遊びの中で基礎的なことが段階的に行われて、幼児がそれを順次認識していくことになる。

しかし、そのために必要な教材・プログラムは十分あるという状況ではないため、効果的に行われているとは言い難い。

そのため幼年期の保育・教育にあたる保育所・幼稚園また、地域子育て支援センターに対しても、消費生活総合センター等の協力支

援の下に消費者教育・学習支援が行われることが望ましい。

イ 成人期（親として）

幼児期の教育・学習支援者は、成人期に達した消費者である保護者が行うことになる。そのため、保護者はまず支援者として、消費生活に関して必要な知識を習得し、自主的かつ合理的に行動する消費者にならなければならない。保護者は、支援者になるためにも自ら学習しなければならない。

（3）地域における消費者教育・学習支援

ア 団体等との協働

横浜市では、消費者団体等との協働によって、地域における消費者トラブルや消費者被害の防止を図るために、消費者に対する教育・啓発講座や消費生活相談事業を実施する団体を平成18年から募集し、審査に合格した団体について補助金を交付している。

イ 消費者行政による消費者教育・学習支援

経済社会環境の変化に対応して、主体的に判断行動し、豊かな消費生活を営むことのできる自立した消費者を育成するため、昭和62年から消費者教育、特に学校における消費者教育推進のための事業を行っている。

事業内容は、教育現場で実践している教員を中心にした「消費者教育ワーキンググループの運営」、授業実践事例などを盛り込んだ「教員向けWeb消費者教育情報NICEの作成」、講演会や施設見学などの「消費者教育講座（教員研修）の実施」、小・中・高校の特定学年を対象とした学習資料として「児童・生徒向け学習資料の発行」、教材用ビデオ、CD-ROMなどの「消費者教育ライブラリーの貸出」がある。

今後とも、費用対効果を考慮しながらも事業の充実を目指して行くべきである。

(4) 職域における消費者教育・学習支援

ア 事業者・事業者団体との連携による消費者教育・学習支援

社員研修等の場の消費者教育・学習支援は、社会人の特に若年層における消費者被害の未然防止のためだけでなく、企業内の消費者問題に対する認識を高め、結果として適切な事業者活動の推進や業績向上にもつながることになる。

専用の研修施設・専任の研修担当をもつ大規模な企業体等では、きめ細かな研修が行われおり、消費者教育に関しても十分と言えないまでも実施はされている。しかし、中小規模の企業体等では、消費者教育・学習支援に関する研修などはほとんど行われていない。

そこで、社会人の中でも最も被害に遭いやすく、また、被害額が大きくなりがちな新入社員については、大規模な企業体等では通常の新人研修の中で、単独での開催が難しい中小規模の企業体等にあっては、事業者組合や協議会等の事業者団体により、新人研修を行うことが必要である。

また、職場において悪質商法のターゲットになりやすいものの一つとしてあげられるものに「退職金」がある。悪質事業者は、利殖や投資話をからめて、持ちなれない高額な退職金をもらったばかりの退職者を狙ってくる。そのために、退職直前の社員等に対しても退職後の生活設計を壊さない、被害防止という観点から研修を実施すべきである。

イ 消費者行政による消費者教育・学習支援

新入社員や退職直前の社員等だけに限らず、社員等全般についても、十分な消費者教育・学習支援を行う必要がある。そのために、行政は各種啓発資料の配布、研修への積極的な講師派遣等の援助を行う必要がある。

事業者側に消費者教育・学習支援の支援体制が整っている場合は、消費生活総合センター等の行政組織と連携体制を密にすることにより、事業者及び従業員双方に対してより効果的な支援が可能となる。

審 議 経 過

開催日	主な審議事項
平成18(2006)年 11月24日	【第6次第1回消費生活審議会】 会長、副会長の選出後二つの専門部会「消費者教育・学習支援部会」「消費者団体等協働促進事業審査評価部会」の設置が決定された。 会長により「消費者被害救済部会」(9名)「消費者教育・学習支援部会」(7名)「消費者団体等協働促進事業審査評価部会」(3名)が指名、決定された。
平成19(2007)年 2月28日	第1回 消費者教育・学習支援部会(専門部会) (1) 消費者教育・学習支援部会の予定について (2) 横浜市における消費者教育・啓発活動の現状等について (3) 次回開催予定について
6月19日	第2回 消費者教育・学習支援部会(専門部会) (1) 消費生活推進員制度について (2) 報告者案骨子案について (3) 次回開催予定について
10月23日	第3回 消費者教育・学習支援部会(専門部会) (1) 報告書(案)について
11月30日	【第6次第2回消費生活審議会】 (1) 報告書(案)についての審議

第6次横浜市消費生活審議会委員名簿

(平成19年10月1日現在)

No	所属	委員氏名	所 属
1	◇	いそむら ひろこ 磯村 浩子	(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 消費生活研究所所長
2	□	いとう ひであき 伊藤 秀秋	(社)日本訪問販売協会 専務理事
3	□	おおおか ひでみ 大岡 秀海	(社)日本通信販売協会 常務理事
4	◇	おにつか りょうこ 鬼塚 涼子	市民委員
5	◇	かいどう かずあき 貝道 和昭	(社)横浜市工業会連合会 会長
6	□	かみたに あいこ 上谷 愛子	消費生活コンサルタント横浜会
7	□	さとう とうじ 佐藤 東司	(社)全国信販協会専務理事
8	○協	たかい かえこ 高井 佳江子	横浜弁護士会
9	■	たけい ともお 武井 共夫	横浜弁護士会
10	協	つのだ まりこ 角田 真理子	明治学院大学法学部 消費情報環境法学科 准教授
11	◇	つるおか れいこ 鶴岡 玲子	横浜市消費生活推進員 代表
12	◎ □	ながい まどか 長井 圓	中央大学法科大学院 教授
13	◆	にしむら たかお 西村 隆男	横浜国立大学教育人間科学部 教授
14	□	はっとり たかこ 服部 孝子	横浜市消費者団体連絡会 事務局長
15	協	ひらかわ かねひろ 平川 兼寛	横浜商工会議所 小売部会 部会長
16	□	みやた たかお 宮田 隆男	横浜弁護士会
17	◇	もうない りょういち 毛内 良一	神奈川県生活協同組合連合会 専務理事
18	□	もろ やすはる 師 康晴	社会福祉法人杜の会 常務理事 SELP・杜 理事長
19	◇	よこやま としお 横山 敏男	家電製品PLセンター センター長

◎：会長 ○：副会長

□：消費者被害救済部会 ■：部会長

◇：消費者教育・学習支援部会 ◆：部会長

協：消費者団体等協働促進事業審査評価部会 協：部会長

※ 市民委員は第6次審議会から公募しています。

横浜市消費生活条例

制 定 平成 8 年 3 月 28 日 条例 第 13 号
最近改正 平成 17 年 12 月 28 日 条例 第 100 号

目次

- 第 1 章 総則(第 1 条—第 6 条)
 - 第 2 章 横浜市消費生活審議会(第 7 条—第 12 条)
 - 第 3 章 消費者の主体的活動への支援(第 13 条—第 18 条)
 - 第 4 章 適正な事業活動の確保
 - 第 1 節 安全な商品又はサービスの確保(第 19 条—第 22 条)
 - 第 2 節 適正な表示及び包装の確保(第 23 条・第 24 条)
 - 第 3 節 適正な取引の確保(第 25 条—第 30 条)
 - 第 4 節 生活関連商品等の安定的な供給の確保(第 31 条—第 35 条)
 - 第 5 節 調査、公表等(第 36 条—第 38 条)
 - 第 5 章 消費者被害の救済(第 39 条—第 45 条)
 - 第 5 章の 2 消費生活施策拠点施設(第 45 条の 2)
 - 第 6 章 雑則(第 46 条・第 47 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及び量、交渉力等の格差にかんがみ、消費生活に関し、消費者の主体的活動への支援、適正な事業活動の確保、消費者被害の救済その他横浜市(以下「市」という。)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、市民の安全で快適な消費生活の実現を図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、市、消費者及び事業者は、相互の協力と信頼を基調として、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) 商品又はサービスによって、生命及び身体を侵されることなく消費生活を営むこと。
- (2) 消費生活を営む上で必要な知識について学習し、及び教育を受けること。
- (3) 消費生活を営む上で必要な情報の提供を速やかに受けること。
- (4) 消費生活において、商品又はサービスについての適正な表示により、適切な判断及び自由な選択を行うこと。
- (5) 消費生活において、取引を適正な方法及び条件により行うこと。
- (6) 消費生活において、不当に受けた被害から速やかに救済されること。
- (7) 消費生活に関する施策について意見を表明し、及び参加すること。

2 消費者の主体的活動への支援に当たっては、前項に定める消費者の権利の確立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 消費生活に関する施策の推進は、高度情報通信社会の進展への的確な対応及び消費生活における国際化の進展に配慮して行われなければならない。

(市の責務等)

第 3 条 市は、市民の安全で快適な消費生活の実現を図るため、経済社会の進展に対応した総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

第 3 条の 2 事業者は、その事業活動を行うに当たっては、市が実施する消費生活に関する施策に協力するとともに、安全な商品及びサービスを適正に供給する責務を有する。

- 2 事業者は、その供給する商品及びサービスについて、消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供する責務を有する。
- 3 事業者は、消費者との取引に際して、消費者の知識、経験、財産の状況等に配慮する責務を有する。
- 4 事業者は、消費者との間に生じた苦情を適切かつ速やかに処理するために必要な体制の整備に努め、当該苦情を適切に処理する責務を有する。
- 5 事業者は、その供給する商品及びサービス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。
- 6 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 3 条の 3 消費者は、自ら消費生活に関する知識を深め、主体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自主的な活動に努めるものとする。

(環境への配慮)

第4条 市、消費者及び事業者は、良好な環境が市民の健康で文化的な生活に欠くことのできないものであることを認識し、消費生活が環境に配慮して営まれるよう、それぞれが積極的な役割を果たすものとする。

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、消費者及び事業者が環境への負荷(人の活動により環境に加えられる影響であって、環境の保全上の支障の原因となるおそれのあるものをいう。次項及び第4項において同じ。)の低減を図ることができるよう努めなければならない。

3 消費者は、商品の選択、使用若しくは廃棄又はサービスの選択若しくは利用に際して、環境への負荷を低減するよう努めなければならない。

4 事業者は、事業活動を行うに当たっては、環境への負荷の低減及び消費者の環境に配慮した自主的な努力への協力に努めなければならない。

(国又は他の地方公共団体との相互協力)

第5条 市は、消費生活に関する施策を実施するに当たり、必要があるときは、国又は他の地方公共団体に対して、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実施する消費生活に関する施策について、協力を求められたときは、これに応ずるものとする。

(国又は県への措置要求等)

第6条 市長は、市民の安全で快適な消費生活の実現を図るために必要があると認めるときは、国又は神奈川県に対して、意見を述べ、又は必要な措置をとるよう求めるものとする。

第2章 横浜市消費生活審議会

(設置)

第7条 市長の諮問に応じ、消費生活に関する重要な事項を調査審議し、消費者被害の救済に関するあっせん及び調停を行い、並びに消費者の消費生活に係る訴訟の援助に関する事項を調査審議するため、市長の附属機関として、横浜市消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

2 審議会は、消費生活に関する重要な事項について、市長に意見を述べることができる。

(組織)

第8条 審議会は、委員20人以内をもって組織する。

2 委員は、次の各号に掲げる者のうちから、市長が任命する。

(1) 学識経験のある者

(2) 消費者

(3) 事業者

(4) 前3号に掲げる者のほか、市長が必要と認める者

(委員の任期)

第9条 委員の任期は、2年とする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

2 委員は、再任されることができる。

(会長及び副会長)

第10条 審議会に、会長及び副会長1人を置く。

2 会長及び副会長は、委員の互選によって定める。

3 会長は、審議会を代表し、会務を総理し、会議の議長となる。

4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(部会)

第11条 審議会に、規則で定めるところにより、部会を置くことができる。

2 部会の委員は、審議会の委員のうちから、会長が指名する。

3 部会に、部会長を置き、部会長は、部会の委員の互選によって定める。

(専門委員)

第12条 審議会に、特別の事項を調査研究させる必要があるときは、専門委員を置くことができる。

2 専門委員は、学識経験のある者その他市長が必要と認める者のうちから、市長が任命する。

3 専門委員は、当該特別の事項に関する調査研究が終了したときは、解任されたものとする。

第3章 消費者の主体的活動への支援

(学習条件の整備及び消費者教育の推進等)

第13条 市は、消費者の消費生活に関する自発的な学習等を支援するため、必要な条件の整備に努めるものとする。

2 市は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて、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教育の推進及び知識の普及に努めるものとする。

(情報の提供等)

第14条 市は、消費者が経済社会の変化に対応した消費生活を営むために必要な情報の収集、整理及び消費者への速やかな提供に努めるものとする。

(消費者の意見の反映)

第15条 市長は、市民の安全で快適な消費生活の実現に資するため、広く消費者の意見、要望等を把握し、市の消費生活に関する施策に反映させるよう努めるものとする。

(消費生活推進員)

第 16 条 市長は、市民の安全で快適な消費生活の推進に熱意と識見を有する者のうちから、消費生活推進員を委嘱することができる。

2 消費生活推進員は、消費生活に関する知識の普及及び消費者の自主的な活動を推進するとともに、市が実施する消費生活に関する施策への協力その他の活動を行う。

(消費者団体の自主的な活動の促進)

第 16 条の 2 市長は、市民の安全で快適な消費生活の実現に資するため、消費者団体の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。

(消費者と事業者の交流の機会の確保)

第 17 条 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るものとする。

(市長への申出)

第 18 条 市民は、消費生活上の支障の発生又は拡大を防止するため、市長がこの条例に定める措置をとる必要があると認めるときは、市長に対して、その旨を申し出ることができる。

2 市長は、前項の規定による申出に係る支障が広く市民の消費生活に影響を与えるものであると認めるときは、適切な措置をとるものとする。

第 4 章 適正な事業活動の確保

第 1 節 安全な商品又はサービスの確保

(危険な商品又はサービスの供給の禁止等)

第 19 条 事業者は、消費者の生命又は身体に危害を及ぼし、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又は身体に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあることが明らかになったときは、当該事実の発表、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の危害の発生又は拡大を防止するために必要な措置をとらなければならない。

(危害に関する調査及び情報提供等)

第 20 条 市長は、商品又はサービスが消費者の生命又は身体に危害を及ぼす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、必要な調査を行うものとする。

2 市長は、前項の調査のみによっては同項の疑いを解消することが困難であると認めるときは、当該商品又はサービスを提供する事業者に対して、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当該危害に関して安全であることを立証するよう求めることができる。

3 市長は、第 1 項の調査又は前項の規定による立証の結果、消費者の生命又は身体の安全を確保するために必要があると認めるときは、当該調査又は立証の経過又は結果に関する情報を消費者に提供するものとする。

(危険な商品又はサービスについての勧告)

第 21 条 市長は、商品又はサービスが消費者の生命又は身体に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると認定したときは、当該商品又はサービスを提供する事業者に対して、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の危害の発生又は拡大を防止するために必要な措置をとるべきことを勧告することができる。

2 市長は、前項の規定による認定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。

(危険な商品又はサービスの公表等)

第 22 条 市長は、商品又はサービスが消費者の生命又は身体に重大な危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある場合において、当該危害の発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは、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事項を公表するものとする。

2 前項の規定による公表があったときは、当該事業者は、直ちに、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の危害の発生又は拡大を防止するために必要な措置をとらなければならない。

第 2 節 適正な表示及び包装の確保

(適正な表示の確保)

第 23 条 事業者は、商品又はサービスの性質に応じ、次に掲げる事項を適正に表示するよう努めなければならない。

(1) 商品又はサービスについて、品質その他の内容並びに当該商品又はサービスを提供する事業者の住所及び氏名又は名称

(2) 商品又はサービスについて、販売又は提供の価格及び質量、容積、時間、回数等の単位当たりの価格

(3) 商品又はサービスについて、消費者に供給した後の保証の内容

(4) 自動販売機その他これに類する機械により供給する商品又はサービスについて、その内容及び取引条件並びに当該事業者との連絡に必要な事項

(5) 再利用又は再生利用が可能な商品について、その方法

(6) 廃棄に際して特別な注意を必要とする商品について、その廃棄の方法

(7) 使用又は利用の方法によっては消費者の生命又は身体に危害が発生することが予測される商品又はサービスについて、当該危害の具体的内容及びその発生を回避するための使用又は利用の方法

- 2 市長は、消費者が商品を購入し、使用し、若しくは廃棄し、又はサービスを購入し、若しくは利用するに当たり、適切な選択及び判断を行うために必要があると認めるときは、商品又はサービスごとに表示すべき事項及びその方法について事業者が守るべき基準を定めることができる。
- 3 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。当該基準を変更し、又は廃止しようとするときも、また、同様とする。
- 4 市長は、第2項の基準を定めたときは、これを告示するものとする。当該基準を変更し、又は廃止したときも、また、同様とする。
- 5 市長は、事業者が第2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、又は勧告することができる。

(包装の適正化)

第24条 事業者は、商品の包装(容器を含む。以下同じ。)について、商品の内容を誇張する等の過大な包装を行わないよう努めなければならない。

- 2 事業者は、資源の節約に資する商品の包装に努めるとともに、包装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、又は廃棄されるよう配慮しなければならない。
- 3 事業者は、消費者に危害が及ぶことがないようにするため、包装の安全性を確保しなければならない。

第3節 適正な取引の確保

(広告の適正化)

第25条 事業者は、商品又はサービスの広告について、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表現をしてはならない。

(計量の適正化)

第26条 事業者は、商品又はサービスの供給に当たっては、消費者が不利益を被ることがないようにするため、適正な計量の実施に努めなければならない。

- 2 市長は、消費者と事業者との間の取引について、適正な計量の実施を確保するために必要な施策を講ずるものとする。

(不当な取引行為の禁止)

第27条 市長は、事業者が消費者との間で行う取引に関して、次のいずれかに該当する行為を、不当な取引行為として規則で定めることができる。

- (1) 消費者に対して、販売の意図を隠し、又は商品若しくはサービスの内容、取引条件、取引の仕組み等について、重要な情報を提供せず、若しくは誤信を招く情報を提供して、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、消費者の知識、経験若しくは判断力の不足に乗じ、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) 消費者に不当な不利益をもたらすことが明白な事項を内容とする契約を締結させる行為
 - (4) 消費者が他の事業者から商品又はサービスを購入することを条件又は原因として、当該消費者に対して、当該購入に要する資金の貸付けその他の信用の供与をする契約において、当該購入に係る他の事業者の行為が前3号のいずれかの行為に該当することを知りながら、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
 - (5) 消費者又はその関係人を欺き、威迫し、困惑させる等の不当な手段を用いて、当該消費者又はその関係人に契約(契約の成立若しくは存続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、又は債務を履行させる行為
 - (6) 契約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て、適切な処理をせず、履行をいたずらに遅延させ、又は不当に拒否する行為
 - (7) 消費者が他の事業者から商品又はサービスを購入することを条件又は原因として、当該消費者に対して、当該購入に要する資金の貸付けその他の信用の供与をする契約において、当該購入に係る当該他の事業者に対して生じている事由をもってする当該消費者の正当な根拠に基づく対抗にもかかわらず、不当な手段を用いて、当該消費者又はその関係人に契約に基づく債務の履行を請求し、又は債務を履行させる行為
 - (8) 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いたずらに遅延させ、若しくは不当に拒否する行為
- 2 事業者は、消費者と取引を行うに当たっては、前項の不当な取引行為を行ってはならない。

(不当な取引行為に関する調査及び情報提供)

第28条 市長は、事業者が行う取引行為が前条第1項の不当な取引行為に該当す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、前項の調査の結果、当該取引行為による被害の発生又は拡大を防止するために必要があると認めるときは、当該取引行為に関する情報を消費者に提供するものとする。

(不当な取引行為についての勧告等)

第29条 市長は、事業者が第27条第2項の規定に違反していると認めるときは、当該事業者に対して、当該違反行為を是正するよう指導し、又は勧告することができる。

(不当な取引行為の公表)

第 30 条 市長は、第 27 条第 2 項の規定に違反する事業者の行為により多数の消費者に被害が発生し、又は発生するおそれがある場合において、その被害の発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは、当該違反行為の内容、当該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ことができる。

第 4 節 生活関連商品等の安定的な供給の確保

(生活関連商品等の調査等)

第 31 条 市長は、日常生活と関連性の高い商品若しくはサービス又はこれらの原材料その他のもの(以下「生活関連商品等」という。)のうち必要と認めるものについて、価格の動向、需給及び流通の状況その他必要な事項の調査を行うものとする。

2 市長は、市民の消費生活の安定を図るため、生活関連商品等の円滑な供給を確保する必要があると認めるときは、事業者に対して、当該生活関連商品等の供給その他必要な措置をとるよう要請することができる。(特定商品等の指定)

第 32 条 市長は、生活関連商品等が不足し、又は不足するおそれがある場合、その価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合その他消費者に著しく不利益となるおそれがある場合において、必要があると認めるときは、当該生活関連商品等を特別の調査を要する生活関連商品等(以下「特定商品等」という。)として指定することができる。

2 市長は、前項の規定により特定商品等を指定したときは、これを告示するものとする。指定を解除したときも、また、同様とする。

(特定商品等の調査)

第 33 条 市長は、前条第 1 項の規定により特定商品等を指定したときは、その不足又は価格の上昇の状況又は要因その他必要な事項について、調査を行うものとする。

(生活関連商品等に関する情報提供)

第 34 条 市長は、生活関連商品等の円滑な供給若しくは価格の安定又は消費者の商品若しくはサービスの適切な選択を確保するために必要があると認めるときは、第 31 条第 1 項又は前条の調査により得た情報を消費者に提供するものとする。

(不適正な行為についての勧告)

第 35 条 市長は、第 33 条の調査の結果、特定商品等を供給する事業者がその円滑な流通を不当に妨げ、又は著しく不適正な価格で当該特定商品等を供給していると認定したときは、当該事業者に対して、当該行為を是正するよう勧告することができる。

2 市長は、前項の規定による認定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 5 節 調査、公表等

(立入調査等)

第 36 条 市長は、第 20 条第 1 項、第 28 条第 1 項若しくは第 33 条の調査又は第 23 条第 5 項の規定による指導若しくは勧告を行うために必要な限度において、事業者に対して、報告を求め、又はその職員に事業者の事務所、事業所その他事業に関係の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、若しくは関係人に質問させることができる。

2 市長は、第 20 条第 1 項の調査を行うため、必要最小限度の数量の商品又は事業者がサービスを提供するために使用する物若しくはサービスに関する資料(以下「商品等」という。)の提出を求めることができる。

3 第 1 項の規定により立入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、関係人に提示しなければならない。

4 市長は、第 2 項の規定により事業者から商品等の提出を受けたときは、当該事業者に対して、正当な補償を行うものとする。

5 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。(公表)

第 37 条 市長は、事業者が次のいずれかに該当すると認めるときは、その旨を公表することができる。ただし、当該事業者に正当な理由がある場合は、この限りでない。

(1) 第 20 条第 2 項の規定による立証をせず、又は虚偽の資料若しくは方法によりこれをしたとき。

(2) 第 21 条第 1 項、第 23 条第 5 項、第 29 条又は第 35 条第 1 項の規定による勧告に従わないとき。

(3) 前条第 1 項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による立入調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しくは同項の規定による質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。

(4) 前条第 2 項の規定による商品等の提出を拒んだとき。

2 市長は、前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。

(意見の聴取)

第 38 条 市長は、前条第 1 項の規定による公表をしようとする場合において、必要があると認めるときは、当該事業者に対して、あらかじめ、その旨を通知し、意見の聴取を行うものとする。ただし、当該事業者が正当な理由なく意見の聴取に応じないとき、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。

第 5 章 消費者被害の救済

(事業者の苦情処理体制の整備)

第 39 条 削除

(助言その他の措置等)

第 40 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申出があったときは、当該被害からの救済のために必要な当該消費者への助言その他の措置をとるものとする。

2 市長は、前項の措置をとるために必要があると認めるときは、当該被害に係る事業者その他の関係人に対して、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 41 条 市長は、前条第 1 項の措置をとったにもかかわらず解決することが困難な紛争について、その公正かつ速やかな解決を図るため、審議会のあっせん又は調停に付すことができる。

(訴訟の援助)

第 42 条 市長は、事業者の事業活動により被害を受けた消費者(以下「被害者」という。)が事業者に対し訴訟を提起する場合又は事業者に訴訟を提起された場合において、次に掲げる要件(特に緊急を要する場合その他市長が適当と認める場合は、第 3 号に掲げる要件を除く。)を満たすときは、当該被害者に当該訴訟に係る経費(以下「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) 同一又は同種の原因による被害が多数発生し、又は発生するおそれがあること。

(2) 当該訴訟資金の額が損害の額を超え、又は超えるおそれがある等当該被害者が援助を受けなければ当該訴訟を提起し、維持し、又は応訴することが困難であること。

(3) 当該被害に係る紛争が審議会のあっせん又は調停に付されていること。

(4) 当該被害者が当該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。

(訴訟資金の範囲及び額等)

第 43 条 訴訟資金の貸付けの範囲は、当該訴訟の遂行に要する裁判手続費用、弁護士費用その他規則で定める費用とする。

2 訴訟資金の貸付けの額及び償還期限は、規則で定める。

3 訴訟資金の貸付金は、無利子とする。

(貸付けの申込み及び決定)

第 44 条 訴訟資金の貸付けを受けようとする者は、規則で定めるところにより、市長に申し込まなければならない。

2 市長は、前項の規定による申込みが第 42 条の要件に該当すると認めるときは、審議会に諮り、当該申込みについて、訴訟資金の貸付けの適否、範囲及び額を決定するものとする。

(貸付金の償還等)

第 45 条 訴訟資金の貸付けを受けた者は、その償還期限が到来したときは、速やかに、貸付金の全額を返還しなければならない。ただし、規則で定める場合においては、市長は、直ちに、貸付金の全額を返還させ、又は貸付金の返還を猶予し、若しくは貸付金を分割して返還させることができる。

2 訴訟資金の貸付けを受けた者が当該訴訟の結果得た額が当該貸付金の額に満たなかった場合その他規則で定める場合は、前項の規定にかかわらず、市長は、貸付金の全部又は一部の返還を免除することができる。

第 5 章の 2 消費生活施策拠点施設

第 45 条の 2 市は、横浜市消費生活総合センター(横浜市消費生活総合センター条例(昭和 49 年 6 月横浜市条例第 39 号)に基づき設置された施設をいう。)を、消費生活の啓発、消費生活に関する相談及び苦情の処理等の事業を実施し、もって市民の安全で快適な消費生活の実現に寄与するための拠点施設とするものとする。

第 6 章 雑則

(適用除外)

第 46 条 第 4 章第 1 節の規定は、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 4 章及び第 5 章の規定は、次に掲げるものについては、適用しない。

(1) 医師、歯科医師その他これらに準ずる者として規則で定める者により行われる診療行為及びこれに準ずる行為

(2) 商品若しくはサービス又はこれらの原材料その他のものの価格で、法令に基づいて規制されているもの

3 第 37 条第 1 項の規定による公表については、横浜市行政手続条例(平成 7 年 3 月横浜市条例第 15 号)第 36 条第 2 項の規定は、適用しない。

(委任)

第 47 条 この条例に定めるもののほか、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 8 年 10 月 1 日から施行する。

附 則

この条例は、公布の日から施行する。ただし、第 27 条の改正規定は、平成 18 年 4 月 1 日から施行する。

「消費者教育・学習支援の在り方について」(報告)
平成 20 年(2008) 3月

横浜市消費生活審議会
横浜市経済観光局消費経済課
〒231-0017 横浜市中区港町1-1
TEL671-2584 FAX664-9533