

第2次長野県消費生活基本計画

～ 第2次長野県消費者教育推進計画 ～

（答申素案見え消し記載追加版）

（平成30年度～平成34年度）

長野県消費生活審議会

（長野県消費者教育推進地域協議会）

目 次

I 計画の基本的考え方

1 第2次計画策定の背景及び趣旨	・ ・ ・	1
2 計画の性格	・ ・ ・	2
3 計画の期間	・ ・ ・	2
4 計画の進捗管理、評価、公表	・ ・ ・	2

II 長野県における消費生活の現状と課題

地方消費者行政の現状

1 県における消費者行政の現状	・ ・ ・	3
2 市町村における消費者行政の現状	・ ・ ・	7

消費生活相談の現状

1 消費生活相談件数の状況	・ ・ ・	8
2 年代別相談割合の状況	・ ・ ・	8
3 相談内容の状況	・ ・ ・	9

消費者教育の状況

1 県内の学校における消費者教育の現状	・ ・ ・	11
2 国における消費者教育の推進	・ ・ ・	12
3 本県の消費者教育推進の取組状況	・ ・ ・	12

本県の消費者行政の課題

・ ・ ・ 14

III 施策推進の基本方針

・ ・ ・ 17

参加と協働について、お願い	・ ・ ・	19
---------------	-------	----

I 計画の基本的考え方

1 第2次長野県消費生活基本計画策定の背景及び趣旨

近年の経済社会のグローバル化や高度情報化社会の進展等に伴う、モノ中心の消費から通信などサービスへのシフト、高齢化社会の進展など、私たち消費者を取り巻く環境も大きく変化してきました。

県では、平成26年6月に「長野県消費生活基本計画」及び「長野県消費者教育推進計画」（以下、「現計画」という。）を策定し、5つの施策推進の基本方針に基づき、1つの最重点目標と4つの重点目標を掲げ、関係部局とともに広範囲にわたる施策を推進しています。

5つの目標のうち、消費生活サポーターの登録数及び出前講座・セミナーの開催数については、目標の達成が見込まれる一方、特殊詐欺被害認知件数、高齢者見守りネットワークの構築及び市町村消費生活センターの設置については、目標の達成が困難な状況ですが、被害金額の大幅な減少、多くの市町村で体制整備が進展するなど、一定の効果が得られました。

また、最近では世界的にも一方では持続可能な社会のあり方や食の安全などへの消費者の関心が高まってきています。このような中で、消費活動をより良いものとしていくため、消費者行政の一層の充実とともに、一人ひとりが消費社会の一員としての自覚を持ち、主体的な行動がとれる自立した消費者となること※が求められています。

（1）最近の国の動向

国においては、平成21年に消費者庁が設置され、消費者安全法など関係法令が整備されるとともに、平成27年3月に第3次消費者基本計画を策定し具体的施策に取り組んでいます。また、平成24年度には消費者教育の推進に関する法律が施行され、平成25年6月に消費者教育の推進に関する基本的な方針を定め、地方とともに消費者教育を推進していくとしています。

地方における消費者行政の充実強化については、平成27年3月から、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心が確保される地域体制を全国的に整備するため、相談体制の空白地域の解消や相談体制の質の向上等をメニューとした地方消費者行政強化作戦を展開しています。

また、持続可能な開発目標（SDGs）が国連で採択されたことを受けて、平成28年12月にSDGs実施指針を策定し、実施本部を設置しています。SDGsには、消費生活分野に関する目標として「持続可能な生産消費形態の確保」が含まれています。

（2）長野県の動き

県では、~~県においては~~平成25年に「長野県総合5か年計画～しあわせ信州創造プラン～」を策定しました。~~、~~県と県民の英知を結集し、「県民参加と協働」のもと、信州の強みに立脚した「貢献」と「自立」の経済構造への転換、安心・満足・誇りを得られる信州ならではのライフスタイルの充実、地域の課題を自ら解決できる「人」と「知」の基盤づくりという3つの方針を基に政策を推進してきましたが、現在、次期計画策定に向けた作業を進めています。

※ 自立した消費者：自ら進んで消費生活に関して必要な知識・情報を収集し自主的かつ合理的に行動するとともに、消費者をとりまく諸環境の改善のために積極的に発言・行動する消費者のこと

(3) 計画策定の趣旨

県では、平成 26 年 6 月に現計画を策定しましたが、こうした社会情勢の変化や国、県の状況を踏まえ、引き続き本県の消費者行政の根本である長野県消費生活条例（以下「消費生活条例」という。）を基本に、消費者の権利の確立と利益の擁護を図りつつ、県民の消費生活における自立を支援し、公正で持続可能な消費社会の構築を目指し、県民及び関係機関の参加、協働による総合的な施策を推進するため、平成 26 年 6 月に「長野県消費生活基本計画」及び「長野県消費者教育推進計画」（以下、「現計画」という）を策定しましたが、引き続き消費生活条例を基本に、各種施策を推進するため、第 2 次長野県消費生活基本計画を策定する必要があります。

2 計画の性格

第 2 次長野県消費生活基本計画は、現在と同様に、消費生活条例第 3 条に基づく消費者施策の策定及び「消費者教育の推進に関する法律」第 10 条に規定される「長野県消費者教育推進計画」として策定します。

また、「長野県総合 5 か年計画へしあわせ信州創造プランへ」（県民生活の安全確保）次期長野県総合 5 か年計画を推進するための個別計画としても策定します。

3 計画の期間

第 2 次長野県消費生活基本計画及び第 2 次長野県消費者教育推進計画（以下、「第 2 次計画」という。）は、平成 30 年度から平成 34 年度までの 5 年間（次期長野県総合 5 か年計画の終期まで）を計画の期間とします。

また、計画期間内であっても、新たな消費者問題の発生、国の動向の変化など社会情勢に大きな変化が生じた場合には、この計画内容を適宜見直すことが求められます。

4 計画の進捗管理、評価、公表

この計画の実施状況についてに係る透明性を確保し、次年度以降の効果的な事業の実施につなげるため、計画の進捗状況を県公式ホームページにおいて公表するほか、毎年、長野県消費生活審議会に事業の実施状況等を報告し、評価を受けます。

また、長野県の政策評価関連の要綱等により、事業の方向性についての必要性、効率性及び有効性の観点から自己点検し、その結果については新たな事業の企画立案等に活用するとともに、長野県議会への報告や各種広報媒体により公表する必要があります。

Ⅱ 長野県における消費生活の現状と課題

地方消費者行政の現状

1 県における消費者行政の現状

本県では、「すべての県民が消費者としての基本的な権利を確立し、安全・安心な消費生活を営

むために、県民参加のもと、消費者団体、事業者団体等、地域の多様な主体及び行政が、それぞれの能力を発揮して連携、協働しつつ、その利益の擁護と自立を支援することで、県民の消費生活の安定と向上を目指す。」という基本理念の下、「県民の安全・安心」、「商品・サービスの適切な選択機会の確保」、「消費者教育の充実」、「県民意見の反映」及び「相談窓口の強化」の5つの事業を柱として施策の展開を図っています。

(1) 県民の安全・安心の確保

ア 商品・サービスの安全・安心

① 食品の安全・安心の確保

食品の安全性や監視・指導及び検査体制の充実を図るとともに、迅速で的確な情報発信を行うなど、県民の不安解消や信頼が得られるように施策に取り組んでいます。

② 消費者事故情報等の収集及び提供

県民の生命、身体に危害が及ぶおそれのある商品やサービスについて、情報収集を行うとともに、リコール情報、重大事故情報等を提供しています。

◆くらしの安全に関する注意喚起情報の発信

年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
件数	18	16	12	14

イ 物価の安定と情報提供

生活関連物資等の価格の動向と需給の状況等を監視し、県民への情報提供を行っています。

ウ 持続可能な消費生活

レジ袋削減、食品ロス削減及び省エネなど消費者、環境団体、及び行政が一体となって取り組んでいます。

(2) 商品・サービスの適切な選択機会の確保

ア 適正な商取引の確保

① 悪質事業者に対する厳正な指導、処分

悪質な取引を行う事業者については、専門職員を配置して情報を収集するとともに、国や他の地方自治体とも連携して、特定商取引法及び消費生活条例に基づき、徹底した指導・処分を行っていますに取り組んでおり、平成 27 年度には、特定商取引法に基づく初めての業務停止命令を行いました。

特に、詐欺的な勧誘を行う事業者については、県民に対する注意喚起を行うとともに、警察との連携を強化して、被害の未然防止に取り組んでいます。更に、平成 26 年 5 月には「特殊詐欺非常事態宣言」を発令して、県、警察、市町村や県民が一丸となった啓発

に取り組みましたを開始し、その後も、県消費者被害防止対策推進会議の開催、「特殊詐欺、ひとごとじゃない！」キャンペーンの実施、働き盛り世代対象訓練型特殊詐欺対応講座の開催など、様々な手法を用いて啓発を推進しています。

また、現計画では、最重点目標として、平成25年の特殊詐欺被害認知件数195件の半減に当たる平成29年には半減にあたる90件を目指すとして関係団体・関係機関と連携した啓発や訓練型出前講座の開催などに取り組みました。にすることを目標としましたが、件数については年100件を下回る目標を達成することはできず、平成29年9月末現在においても認知件数では既に163件となっています。しかし、被害額は平成25年の4分の1程度にまで大幅に減少していますほか、被害阻止件数も増加しており、対策の効果が表れています。

◆特殊詐欺被害認知件数

	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年
件数	195	190	297	215
被害額(千円)	1,088,819	1,029,809	805,615	489,525
被害阻止件数	二	二	330	355

② 不適切な表示に対する立入検査、指導

適正な商取引を阻害する表示の防止に向けて、事業者及び業界団体等に関係法令等の趣旨の周知徹底を行うとともに、不適切な表示を行う事業者への立入調査や指示等の行政指導を行っています。

◆行政指導・行政処分の実施状況

年 度		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
特定商	処分	0	0	1	2
取引法	指導	4	1	5	3
景品表示法	注意等	13	6	8	12

また、家庭用品や消費生活用製品の表示について、立入検査や事業者への指導を行っています。

◆家庭用品品質表示法及び消費生活用製品安全法に基づく立入検査の実施状況

年 度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
家庭用品品質表示法 立入店舗数	205	222	301	263
消費生活用製品安全法 立入実店舗数	109	150	155	170

③ 割賦販売における事業者指導

友の会や冠婚葬祭互助会といった前払式特定取引業者の財務状況等を調査するとともに、定期的に立入検査を実施し、事業者への指導を行っています。

イ 多重債務者対策の強化

関係機関と連携し、国の定めた多重債務問題改善プログラムに沿って、問題解決を図るとともに、多重債務に陥らないよう未然防止に取り組んでいます。また、いわゆるヤミ金融業者に関する情報及び相談窓口を開設するなど、対策を推進しています。

◆多重債務者無料相談会（弁護士会及び司法書士会と連携）

年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
開催回数	8	8	8	8
相談件数	39	46	40	19

（３）消費者教育の充実

ア 消費生活情報の発信・啓発

県民の消費者被害の年齢層ごとの特徴をとらえ、必要とされる消費生活情報を、県公式ホームページ等を使用して、速やかに効果的に発信しています。出前講座・セミナーについては、消費者問題等について広く学ぶ「消費生活講座」のほか、「電気通信サービスに関する消費者保護ルール」「新しくなった衣類等の洗濯表示」などをテーマに開催しています。

現計画では重点目標として年間 200 回開催を目標に掲げましたが、現計画策定後は、26 年度以降全ての年度で目標を達成しています。

◆消費生活情報の発信

年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
県公式ホームページへの 注意喚起情報掲載件数	41	38	30	30
セミナー・出前講座実施回数	184	220	240	211

また、消費生活相談や特殊詐欺認知件数に占める高齢者の割合は非常に高く、被害の未然防止とともに、被害が発生した時の早期発見・迅速な対処が求められています。そこで、このため、市町村、社会福祉協議会、地域包括支援センター、民生委員、児童委員などにより高齢者見守りネットワークを構築し、被害の未然防止などに取り組んでいます。

現計画では、重点目標として全ての市町村に高齢者等の見守りネットワークを構築することを掲げ、市町村や関係団体に対し、設置に向けた助言や要請、研修会の開催などに取り組みましたが、平成 28 年度末現在、構築した市町村は 48 となっています。

◆高齢者見守りネットワーク構築状況

年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
市町村数	—	25	40	48

イ 消費者教育・学習

① 世代等を超えた消費者教育の推進方策の検討

体系的、総合的かつ実践的な消費者教育を展開するため、消費者教育推進地域協議会における推進方策の検討や、消費者団体及び教育委員会との協働・協議を行っています。

② 学校等における消費者教育の推進

小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校において、学習指導要領に基づき、学校における消費者教育を推進したほか、教材の作成配布、地域における消費者問題の調査及び外部人材の活用などに取り組んでいます。

大学、専修学校等については、消費者被害にあわないための消費者教育の実施に向けた支援及び学校設置者への要請を行っています。

③ 地域・職域等における消費者教育の推進

消費生活センターを地域の消費者教育の拠点として、くらしのセミナーや出前講座等

消費生活講座を積極的に開催しているほか、地域における公民館活動の一環としての消費者教育を推進しています。

また、地域で活動する消費者団体や福祉団体等が開催する講習会や啓発活動等を支援しています。

◆活動支援団体数

年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
団体数	6	5	4	6

④ 消費者教育・啓発を担う人材の育成

これからの学校における消費者教育を担う教職員等に対して、研修会等を通じた教育能力の向上を図っています。

また、地域・職域における消費者教育啓発を推進するため、~~大学等や企業、消費者団体及び福祉団体等と協働による~~平成 26 年度に消費生活サポーター制度を創設し、地域・職域における消費者教育啓発の核となる人材を育成しています。

現計画では、重点目標として消費生活サポーターの登録 300 人を目指すことを掲げ、消費生活サポーター養成講座や研修会の開催のほか、サポーターに対する情報提供に取り組んできましたが、この結果、消費生活サポーターは平成 29 年 10 月末現在で 326 名が登録しており、目標をほぼ達成しています。

◆消費生活サポーター登録者数

年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年 10 月末
登録者数	-	145	221	269	326

ウ 環境教育・食育等への取り組み

環境団体や N P O と協働して、地域における消費者教育及び環境学習の推進に取り組んだほか、関係機関と連携して食育に関する施策を推進しています。

(4) 県民意見の反映

ア 透明性の確保

① 消費生活審議会の運営

県の消費生活に関する重要事項を審議するため、消費生活条例に基づき、消費生活審議会を設置・運営していますし、公募委員を含めた委員により、年度ごとの事業実施状況や目標の達成状況などについて活発な議論を行い、県の施策に反映しています。

② 消費者施策等の公表

消費者行政全般にわたる透明性を確保するため、施策や消費生活審議会における審議状況について、議事録や提出資料を県公式ホームページ等で公表しています。

イ 県民意見の施策への反映及び消費者団体等との協働

消費生活行政全般にわたる施策を県公式ホームページ等で公表するとともに、消費者団体、N P O や福祉団体等との意見交換や県民から直接寄せられる意見等について、施策へ反映しています。

また、各地区で消費者団体、市町村、消費生活サポーターとの懇談会を消費者団体と協働して開催し、地区ごとの課題の解決を促進しています。

(5) 相談窓口の強化

ア 県消費生活センターの機能強化

消費生活相談員の相談やあっせん業務の技術的なレベルアップや専門性の確保のため、消費生活相談員等レベルアップ研修の実施や国や国民生活センターが開催する研修への参加勧奨を行いました。

また、苦情処理専門員として弁護士を配置するとともに、消費者被害救済委員会を設置・運営し、相談体制を強化しました。

イ 市町村相談体制の充実・強化

住民の利便性向上と迅速な問題の解決のため、市町村消費生活センターの設置を促進するとともに、単独で消費生活センターが困難な町村には、広域連携による設置を支援しました。

また、相談窓口の機能強化のための事業に対する支援、相談員に対する技術的助言の充実、相談員を確保するための人材バンクの運用を行いました。

2 市町村における消費者行政の現状

県内の市町村においては、消費生活相談のための体制整備が進められており、平成 29 年 4 月現在、全ての市町村に消費生活相談窓口が設置され、19 市すべてと 3 町 4 村において消費生活センターが設置され、うち 19 市 3 町に専任の消費生活相談員が配置されています。

しかし、本県の平成 27 年度の市町村相談分担率(※1)は全国平均の 70.9%に対し、46.2%となっています。また、平成 28 年 4 月 1 日現在の消費生活センターを設置する市町村数の割合でも、全国平均の 54.6%に対し、27.3%となっています。

国の地方消費者行政強化作戦に定める政策目標のうち、「相談窓口未設置市町村の解消」や「人口 5 万人以上の全市町に消費生活センターを設置」という目標はすでに達成していますが、「人口 5 万人未満の市町村の 50%以上に消費生活センターを設置」等の目標については、未だ達成できていない状況です。

現計画では、重点目標として市町村消費生活センターの人口カバー率 100%を目指すことを掲げ、市町村及び市町村間の広域連携による消費生活センターの設置促進を支援してきましたが、平成 29 年 4 月現在、82.9%となっており、達成は難しい状況です。

本県は、全国で二番目に市町村数が多く、また小規模な町村も多いため、市町村における消費生活センターの設置は、市町村にとって財政的な負担も大きいこと、また、単独で設置するほどの相談件数もないことなどから、他の都道府県に比べ設置が進んでいない状況にあります。

単独で消費生活センターの設置が難しい町村は、複数の市町村が広域等の単位で取り組むことが考えられ、現在、大町市を中心とした 1 町 3 村及び茅野市を中心とした 1 町 1 村が協定等を締結し、消費生活センターを設置しています。

◆県内市町村における専任相談員の配置及び消費生活センターの設置状況

年 度	相談員の 専任配置	消費生活センターの設置状況		
		設置市町村数	新設市町村	人口カバー率
平成 25 年度	16 市・3 町	9 市	佐久市	50.4%
平成 26 年度	16 市・3 町	12 市	塩尻市・飯山市	57.0%
平成 27 年度	17 市・3 町	16 市・1 町	上田市、諏訪市、駒ヶ根市、飯田市、 下諏訪町	74.2%
平成 28 年度	17 市・3 町	16 市・3 町・4 村	池田町、松川村、白馬村、小谷村(※1) 富士見町、原村(※2)	76.8%
平成 29 年度	19 市・3 町	19 市・3 町・4 村	須坂市、中野市、東御市	82.9%(※3)

(※1)「連携協約」及び「消費生活相談の広域的対応に関する協定」に基づき、大田市消費生活センターが構成町村の住民から寄せられる相談・苦情を広域的に処理（H28. 4. 1～）

(※2)「消費生活相談の広域的対応に関する協定」に基づき、茅野市消費生活センターが構成町村の住民から寄せられる相談・苦情を広域的に処理（H28. 10. 1～）

(※3) 平成 29 年 4 月 1 日現在

※1 市町村相談分担率:県内の市町村の消費生活センター又は相談窓口が受けた相談件数を県の受付分を含めた全体の相談件数で除した割合

※2 市町村消費生活センターの人口カバー率:消費生活センターが設置されている市町村の人口を県全体の人口で除した割合

消費生活相談の現状

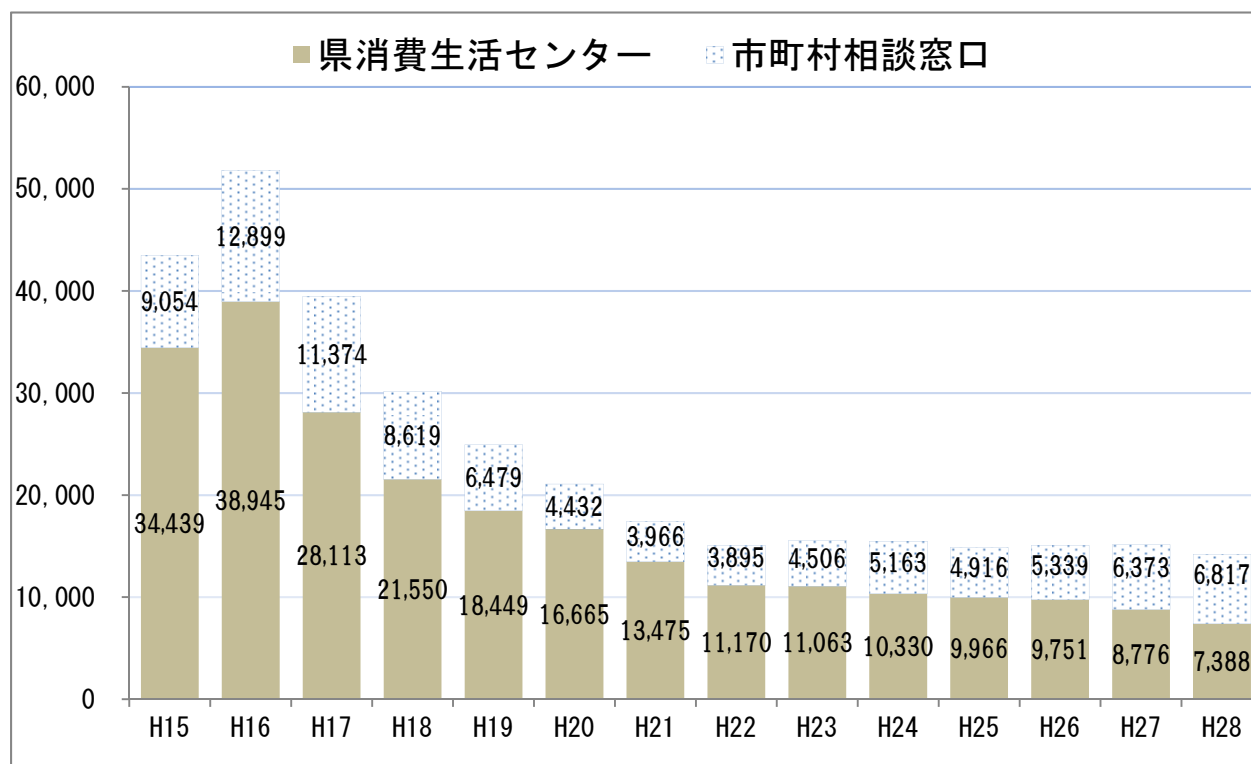
1 消費生活相談件数の状況

平成 28 年度に本県及び市町村の消費生活センターや相談窓口寄せられた消費生活相談（苦情相談）は 14,205 件で前年度比 93.8%となっています。

相談件数は、架空請求に関する相談が多く寄せられた平成 16 年度がピークで 5 万件を超えていましたが、架空請求を繰り返す事業者名の公表や消費者への重点的な啓発活動、警察の取り締まり強化などにより、徐々に減少し、平成 22 年度以降は、概ね 1 万 4 千～5 千件程度で推移しています。

一方、市町村消費生活センターの新設と消費生活相談員の配置など、市町村の相談体制強化の取組により、県消費生活センターへの相談件数が減少傾向にある中で、ここ数年、市町村に相談する割合は増加傾向にあります。平成 20 年度に市町村への相談割合は 21.0%だったものが、28 年度には 48.0%と増加しています。

◆県内の相談(苦情)受付件数の推移

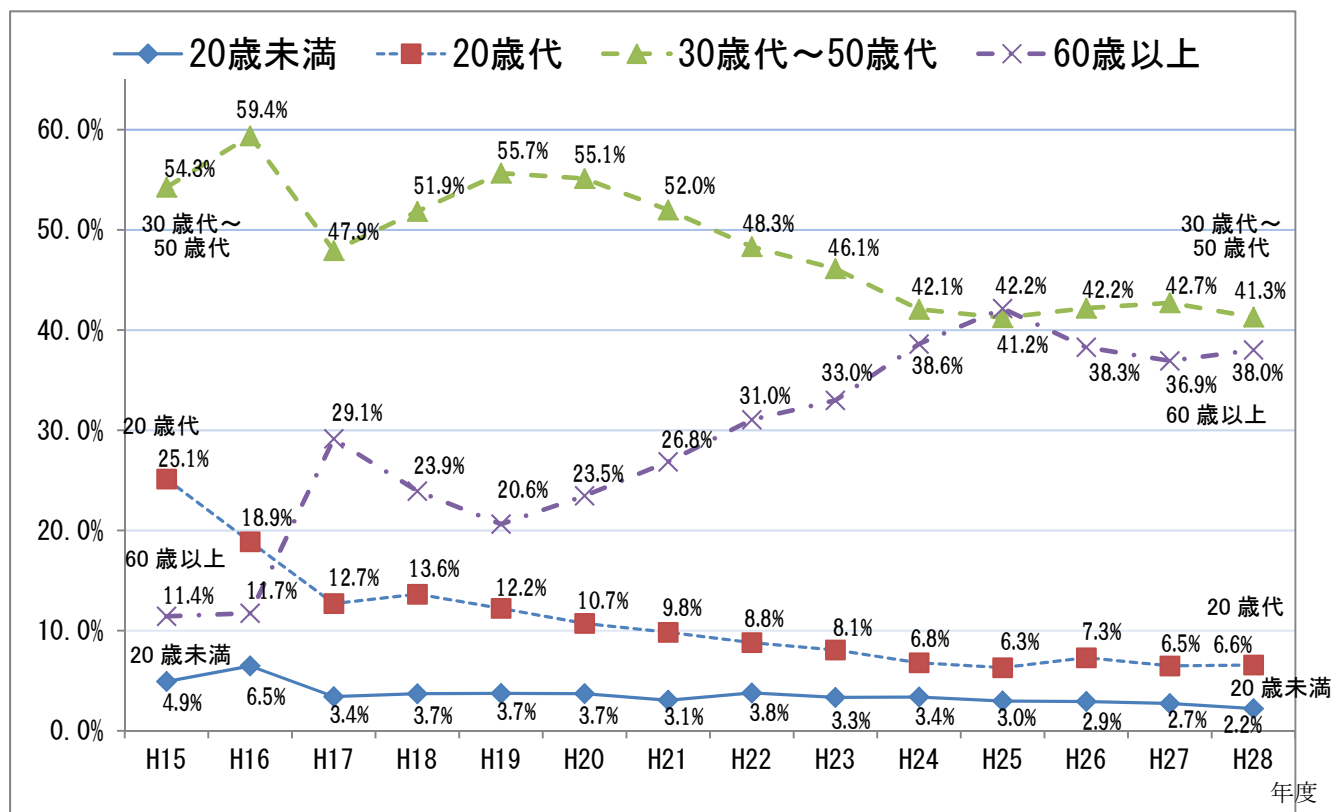


2 年代別相談割合の状況

県消費生活センターに寄せられた相談（苦情）受付件数における契約当事者の年代別割合の推移をみると、ここ数年ほとんどの年代が減少している中で、60 歳以上の相談の割合が増えています。特に、平成 15 年度には相談件数全体の 11.4%しかなかった 60 歳以上の相談件数の割合は、平成 28 年度には約 3.3 倍の 38.0%を占めるようになっています。

一方で、30 歳未満及び 30 歳代から 50 歳代 60 歳未満の相談の割合は、減少傾向から横ばいに推移しています。

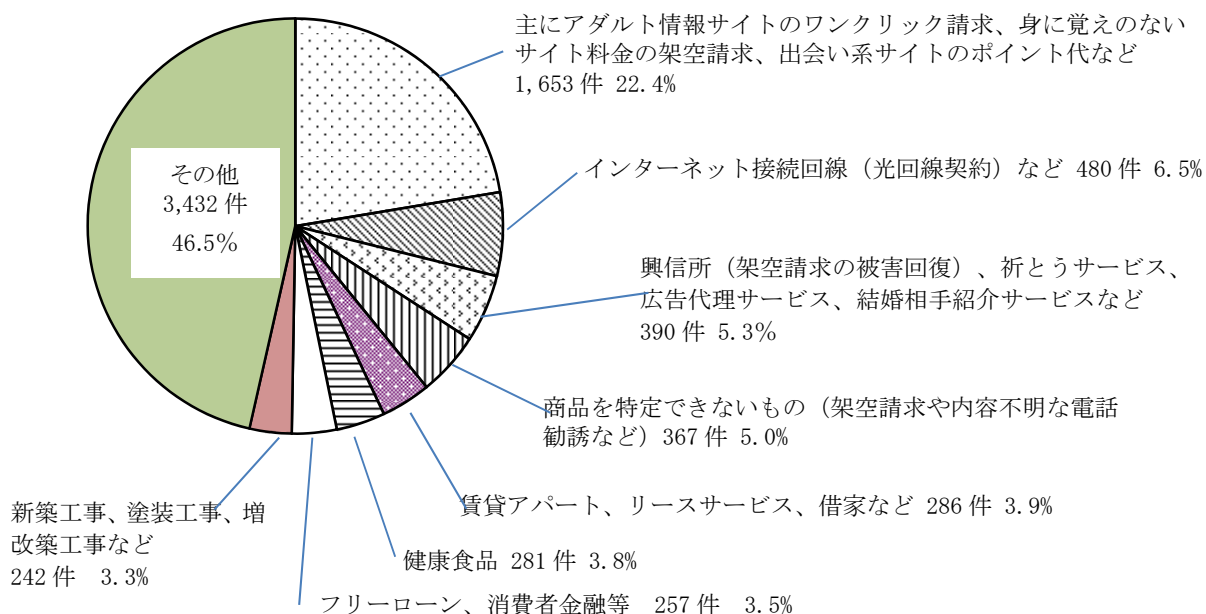
◆年代別相談(苦情)受付件数の割合の推移 (県消費生活センター受付分のみ)



3 相談内容の状況

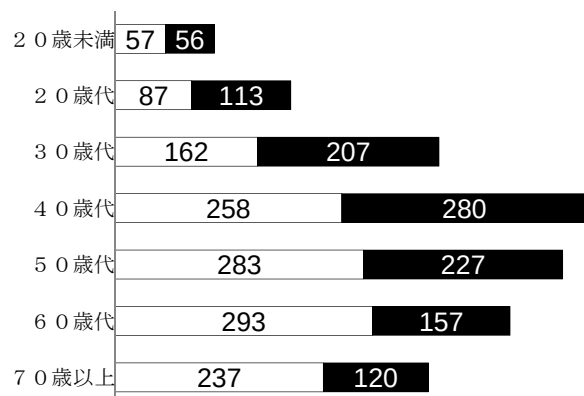
平成 28 年度に県消費生活センターに寄せられた相談（苦情）のうち、商品役務別では、アダルトサイトのワンクリック請求や出会い系サイトのポイント代等のインターネットのサイトに関しての相談が 1,653 件で依然として最も多く、興信所（架空請求詐欺被害に遭い「消費者センター」等を名乗り被害回復をうたうサイトの相談）や健康食品（インターネット通販で購入したら、実は定期購入契約だったという相談）が増加しました。

◆平成 28 年度商品役務別相談（苦情）の件数及び割合



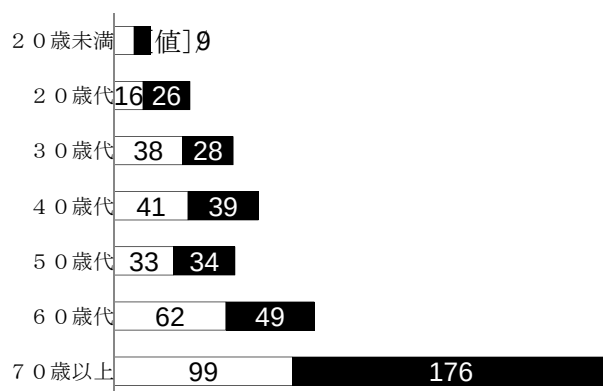
これを年代別・販売購入形態別にみると、通信販売は40歳代、50歳代からの相談件数が多くなっていますが、訪問販売、電話勧誘販売等については、いずれも60歳以上の高齢者世代からの相談が最も多くなっています。

通信販売相談件数（契約者） □男 ■女

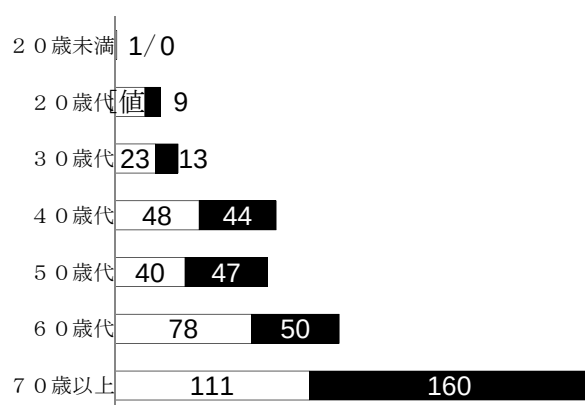


形態別相談件数

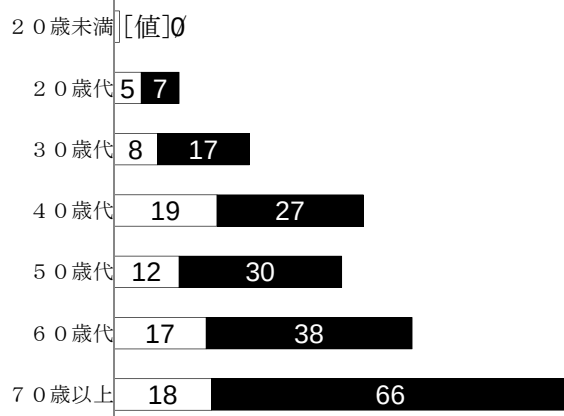
訪問販売相談件数（契約者） □男 ■女



電話勧誘販売相談件数（契約者） □男 ■女



その他特殊販売(※)相談件数（契約者） □男 ■女



※ その他特殊販売: マルチ・マルチまがい(連鎖販売取引)、ネガティブオプション(送り付け商法)、訪問購入(押し買い)及びその他無店舗 の合計

消費者教育の現状

1 県内の学校における消費者教育の現状

(1) 小学校・中学校・高等学校における消費者教育

小学校・中学校では、平成 29 年 3 月に新学習指導要領が告示され、平成 32 年度から実施（高等学校は平成 30 年度末に告示、平成 34 年度から実施）されます。「生きる力」を育むという理念のもと県内各校において消費者教育が実施されています。

◆学習指導要領に記載されている消費者教育の内容

区 分	教 科	消費者教育に関する事項
小学校	家 庭	物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考えること。 身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できること。
中学校	技術・家庭 (家庭分野)	自分や家族の消費生活に関心をもち、消費者の基本的な権利と責任について理解すること。 販売方法の特徴について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができること。
	社 会 (公民的分野)	身近な消費生活を中心に経済活動の意義を理解させるとともに、価格の働きに着目させて市場経済の基本的な考え方について理解させる。
高 校	公 民 (現代社会 政治経済)	「情報の非対称性」の観点から消費者保護の重要性を扱うだけでなく、消費者基本法や消費者契約法などを踏まえ、消費者の権利の尊重と消費者の自立支援の観点から学習する。 具体的事例として、高金利問題、多重債務問題、薬品事故、薬害問題等を扱い、行政や企業の責任にも触れる。
	家 庭	生活における経済計画、消費者問題や消費者の権利と責任などについて理解させ、現代の消費生活の課題について認識させるとともに、消費者としての適切な意思決定に基づいて、責任をもって行動できるようにする。

本県が平成 29 年 8 月に実施した学校（抽出）へのアンケート結果によると、消費者教育を実施する上での課題として、「授業配当時間の不足」（小学校 36.8%、中学校 83.3%、高等学校 63.6%）や「教員の多忙による研修機会の不足」（小学校 57.9%、中学校 38.9%、高等学校 43.9%）、「適切な教材や指導法の不足」（小学校 57.9%、中学校 66.7%、高等学校 37.9%）と回答した学校が多いことがわかりました。

また、外部講師の活用が十分ではないこともあげられており、~~今後~~外部講師活用の推進や学校への消費者教育に関わる教材や指導法についての支援等を行っていく必要があります。

そこで、平成 27 年度に消費者教育推進講師派遣制度を創設し、研修への専門講師の派遣や模擬授業の実施等に取り組んでいます。

◆消費者教育推進講師派遣の状況

年度	平成 27 年度	平成 28 年度
高校	1 校 24 人	
中学校		1 校 147 人
小学校		1 校 272 人

(2) 大学等における消費者教育

高校卒業後の18歳から20歳代前半にかけては、親元から離れての生活やアルバイト、就職活動などを通じて社会との関係が深まる年代です。

こうした時期に、社会経験の乏しさから様々なトラブルに巻き込まれる危険性も高まり、特に悪質な業者の中には、成年のタイミングや就職活動に絡めた商品の契約、マルチ商法への勧誘のケースも見られます。

本県では、平成23年度から大学等と連携して、入学ガイダンスやオリエンテーションを活用した出前講座を実施し、トラブルの対処方法や相談窓口の周知を図っています。

しかし、平成29年8月に大学等に実施したアンケートの結果によると、全学生を対象とした消費者教育に充てられる年間の時間数が、入学ガイダンス時等の1時間程度に過ぎず、日々の啓発や卒業を控えた学生向けの教育・啓発等はほとんど行われていないのが現状です。

◆出前講座（学校関係）

区 分	25 年度		26 年度		27 年度		28 年度	
大学・短大・専門	22 回	5,059 人	25 回	5,462 人	24 回	5,288 人	12 回	3,270 人
高校	10 回	760 人	8 回	581 人	4 回	170 人	23 回	1,188 人
中学校	2 回	34 人	13 回	321 人	1 回	22 人		
小学校			1 回	35 人				
特別支援学校	2 回	56 人	2 回	53 人			1 回	25 人
教員・その他					7 回	272 人		
計	36 回	5,909 人	49 回	6,452 人	36 回	5,752 人	36 回	4,483 人

2 国における消費者教育の推進（「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の概要）

平成25年6月に消費者教育推進法に基づき策定された「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（基本方針）では、「誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供し、効果的に推進する。」ことを消費者教育の推進する方向としており、「幅広い担い手（国・地方、行政・民間、消費者自身）の支援、育成、担い手間の連

携、情報共有の促進」により推進していくとしています。

また、地方公共団体は、社会的状況や経済的状況に応じた施策を策定して実施するものとし、地域特性に応じた消費者教育推進計画の策定や各種施策への自主的・自立的な取り組みを行うものとしています。

さらに、都道府県には、広域的な観点からの市町村支援及び市町村間の消費者教育の格差を埋める役割を担うほか、教育委員会との共同事業の実施をはじめ、福祉、衛生、環境、産業等の行政各部との情報共有及び連携が求められています。

3 本県の消費者教育推進の取組状況

(1) 本県の消費者教育

本県における学校や地域における消費者教育の推進を図るため、学校においては教材の提供を中心に、また、地域においては、地域の消費者力の向上を図るための取り組みを行っています。

小中学校においては、インターネットの普及に伴う消費者問題を中心に、授業に活用できる教材の作成、配付を行っており、高等学校においては、各教科での消費者教育に加え、総合的な学習の時間等を利用した一人暮らしのための金融教育や悪質商法に関する出前講座等を行っています。

また、高校を含めて、長野県金融広報委員会と連携した金融講座を開催も支援しています。

(2) 消費者団体・公民館等の取組状況

本県では、地域において活動する消費者団体等がそれぞれ特色のある消費者への啓発などの活動に取り組んでいます。主な取組事例としては、消費者行政や警察等と連携した寸劇や、紙芝居による啓発や、食品ロスやレジ袋の削減、マイバック持参状況調査、廃油を利用したせっけん作りなどがあります。これらの活動については、消費者庁から消費者支援功労者表彰ベスト消費者サポーター章を受章するなど、評価されています。

また、本県には約 1,500 の公民館があり、全国的に見ても活動が活発に行われています。公民館においても、従来の活動に加えて、特徴的な取組事例を周知するなど、消費者啓発に活用することを支援しています。むけた活動が行われています。

◆消費者庁消費者支援功労者表彰受賞者

年 度	受 賞 者 名	摘 要
平成 25 年度	須坂市消費者の会	ベスト消費者サポーター章
平成 26 年度	すそばなの会	ベスト消費者サポーター章
平成 28 年度	長野県消費生活協同組合連合会	ベスト消費者サポーター章
平成 29 年度	千曲市消費者の会	ベスト消費者サポーター章

本県の消費者行政の課題

1—計画全体に関する事項

—(1) 消費生活条例基本理念を実現するための施策の推進

平成 20 年に公布された消費生活条例第 2 条では、

「消費者の安全が確保される権利」

「商品およ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権利」

「消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供される権利」

「消費者の意見が消費者施策に反映される権利」

「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権利」

という 5 つの権利を確立することとともに、消費者の自立を支援することを基本理念として掲げています。

県では、この理念を実現するために、5 つの権利に対応する、「5 つの施策推進の基本方針」を定めて各種施策を推進してきましたが、~~今期計画においても、引き続き、これらの基本理念実現の多延施策を推進する必要があります。~~一定の成果が出ていますが、次のような課題があります。

—(2) 情報の確実な伝達

2—個別事項

—(1) 県民の安全・安心

1 食品の安全・安心の確保、消費者事故情報等の収集・提供、物価の安定と情報提供、持続可能な社会の実現に関する課題

① 情報の確実な伝達

消費生活情報は、暮らしに役立つ知識から、悪質事業者に関する被害情報、個人の生命や財産に危害が及ぶおそれに関する事故情報など、緊急度・重要度に差がある情報が、国や県、市町村等から、様々な媒体を経由して発信されています。

身のまわりに多くの情報があふれる現在、これらの情報が、県民一人ひとりに対し、確実に、正確に、迅速に伝えられる必要があります。

② エシカル消費（人・社会・環境に配慮した、思いやりのある消費）の啓発

持続可能な開発目標（SDGs）は、誰一人取り残されない社会を実現するため、途上国のみならず、先進国でも実施に取り組むものとして、国連で採択され、わが国でも推進本部が設置されました。

このうち消費生活分野において、おける目標達成のための取組にあたって、~~長寿県である本県では、一般的に言われているエシカル消費の定義に「健康」を加え「価格や品質だけでなく、商品・サービスが誰によってどう作られ・提供されたかにも目を向け、「地域」「社会」「人」「環境」「健康」などに配慮した消費行動を行うこと」と定義し、持続可能な消費生活社会実現の~~

た
会
理

めのキーワードとして啓発に努める必要があります。の一環として、「倫理的消費」調査研究が設置され、「倫理的消費（エシカル消費）」に取り組む必要性と意義が示されています。

的消費（エシカル消費）」は、「地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動」であり、「消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうし

た

課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと」とされています。消費者の選択が、環境保全、多様な人々の社会参画、地域経済の活性化、持続可能な社会づくりに大きな影響を与えるものであり、消費者が、消費行動を通じて社会に参画し、社会をより良いものに変えていくという観点から、「エシカル消費」という概念を普及し、本県においても、地域の活性化

や

持続可能な社会の実現に向けて、このような取組を進めることは極めて有意義であると考えます。

しかし、「倫理的消費（エシカル消費）」は、広く知られている言葉ではなく、なかなか理解しにくい面があるため、「人・社会・環境に配慮した、思いやりのある消費行動」などの説明

を

加えるなど、内容が十分理解されるよう、丁寧に、具体的に啓発する必要があります。

また、健康長寿県である本県においては、「健康」についての取組をその一環として加える

こ

とも効果的であると考えられます。

ただし、本来、商品選択の自由は消費者の権利自由であり、啓発に当たっては、ライフスタイルの押し付けにならないよう、消費者が持つべき知識の一つとして慎重に啓発するとともに、内容が十分理解されるよう、丁寧に、具体的に啓発する必要があります取り組むことが求められます。

また、~~エシカル~~この消費を供給の面から支えるため、商品・サービスを提供する事業者に対しても、消費者の志向を把握し、エシカルプロダクツ人・社会・環境に配慮した生産に取り組むよう、啓発に努めるとともに、支援を検討する必要があります。

（２）商品・サービスの適切な選択機会の確保

２ 悪質事業者に対する指導・処分、不適切な表示に対する立入検査・指導、割賦販売事業者に対する指導、多重債務者対策の強化に関する課題

③ 特殊詐欺被害認知件数の半減について

特殊詐欺被害金額は大幅に減少し、一定の効果は見られるものの、認知件数は平成 25 年の認知件数の半減を目標とにしましたが、を半減させるとの目標は、達成できない状況になっています。特殊詐欺被害等の消費者被害を防止するため、関係団体・関係機関との連携を図り、地域全体で高齢者等を見守り、地域の隅々まで情報が届けられ、被害防止に向けた体制構築と活動が引き続き求められています。

（３）消費者教育の充実

３ 消費生活情報の発信・啓発、学校における消費者教育の推進、地域・職域等における消費者啓発の推進、消費者教育・啓発を担う人材育成、環境教育・食育等への取組に関する課題

④ 高齢者見守りネットワークの構築について

消費生活相談や特殊詐欺認知件数に占める高齢者の割合は非常に高く、被害の未然防止、被

害が発生した時の早期発見・迅速な対処が求められており、います。市町村や関係団体と協働して高齢者見守りネットワークの構築に取り組んでいますが、ネットワーク構築市町村数は、平成 28 年度末現在で 48 に留まっています。引き続き全市町村にネットワーク構築を支援するとともに、既設市町村に対して先進事例等の情報提供や技術的支援を継続するとともに、地域の実情に応じて複数のネットワーク構築福祉行政との連携強化を働きかけることが望ましいと考えます。

⑤ 若年者への消費者教育の推進について

平成 28 年度県教育委員会心の支援課調査によれば、学校の授業以外でインターネットを利用していると回答した小学生の割合は 8 割以上となり、利用者の低年齢化が進んでいます。

また、平成 27 年 6 月に成立した公職選挙法改正法附則において、民法の成年年齢引下げに関する検討が国に求められており、国は民法改正の準備検討作業に着手したを進めているところです。

インターネットのシステムを十分に理解せずに利用する児童生徒や、成年年齢引下げにより私法上の行為能力を得る一方で未成年者であることによる契約取消権を失う 18・19 歳の若年者に対する消費者教育の必要性が高まっています。

教員、教員養成大学・学部、教育委員会等が連携して、学校における消費者教育や金銭教育を更に充実させるとともに、家庭や大学等、職域等における、幼年期から若年世代に対する消費者教育・啓発に早急に取り組む必要があります。特に家庭においては、P T A 等と連携して、親保護者世代に対する啓発を実施することが求められています。

⑥ 消費生活サポーターの活用について

地域・職域等における消費者教育を推進するため、各地域・職域等における適切な商品・サービス選択に係る啓発や、消費者トラブルの相談窓口への誘導、地域における消費者被害防止のための見守り活動への参加協力などを行うため、平成 29 年 10 月末現在で 326 名の消費生活サポーターが認定されています。

実際にはすべての消費生活サポーターが、対外的活動が可能な状況にあるわけではなく、講座やセミナーへの参加、自己研さんに留まっている方もいます。

独居高齢者のみの世帯が増加し、消費者被害が多岐にわたり、複雑化している現在、県や市町村と連携して地域や職域において迅速な情報提供を行い、高齢者見守り活動にも参加できる多数の消費生活サポーターが、さらにはとともに、地域・職域の消費者と事業者の間をつなぐ中核的な役割を担うことが可能な消費生活サポーターが求められています。

⑦ 外国人、障がい者等への啓発について

消費者啓発や消費生活情報を、確実に、正確に伝えるため、外国人や障がい者、認知症を患う方などに対し、どのような方法や資材が適切か、当事者や関係部局を交えて検討する必要があります。

（４）県民意見の反映

4 消費生活審議会の運営・消費者施策等の公表など透明性の確保、県民意見の施策への反映及び消費者団体等との協働に関する課題

⑧ 適格消費者団体の設立について

県では、消費者団体との協働により啓発活動等に取り組んできましたが、事業者の不当な行為に対して差止請求ができる適格消費者団体は、相当期間、継続的な活動実績がなければ認定されません。まだ県内にはありません。現在県内では1団体が平成29年5月にNPO法人として設立が認可認証され、継続的な活動実績を積み重ねながら、適格消費者団体としての認定を目指した活動を続けています。

消費者被害の未然防止・拡大防止のため、このような団体を積極的に支援し、連携することにより、消費者問題への対応力向上を図る必要があります。

~~（５）相談窓口の強化~~

５ 県消費生活センターの機能強化、市町村相談体制の充実・強化に関する課題

⑨ 市町村消費生活センター人口カバー率について

県の消費生活センターは、高度な専門性・広域的な見地からの苦情相談、あっせん、情報収集等を行い、市町村消費生活センターは消費者から身近な場所で、きめ細やかな対応を受け持つことが可能です求められています。県と市町村の相談分担率も徐々に市町村の割合が高くなっています。このような状況の中で、消費生活センター未設置町村の解消が求められています。が、単独での設置が難しい町村は、複数の市町村が広域等の単位で取り組むことが望まれます。

また、広域連携により設置された消費生活センターの課題等について分析し、広域連携を選択した市町村の取組を支援することが求められています。広域的対応がどうしても困難な地域においては、各町村の消費生活相談窓口の更なる充実を図る等の対応も検討する必要があります。

⑩ 消費生活センターの情報発信機能の強化について

平成29年7月に実施した長野県短期大学学生に対するアンケートでは、消費生活に関するトラブルにあった・あいさうになった学生のうち7割以上がどこにも相談をしていないと回答しており、消費生活センターや消費者ホットライン188の認知度を更に高める必要があります。

その際、事故情報や被害情報だけでなく、消費生活に関する幅広い情報も併せて提供できること、インターネットを含めた多様なメディアを利用することなど、情報発信機能の強化が求められています。

Ⅲ 施策推進の基本方針

○基本理念「 」

全ての県民が消費者としての基本的な権利を確立し、安全・安心な消費生活を営むために、自ら積極的に学習に取り組むとともに、県民参加のもと、消費者団体、事業者団体等、地域の多様な主体及び行政が、それぞれの能力を発揮して連携・協働しつつ、その利益の擁護と自立を支援することで、県民の消費生活の安定と向上を目指す必要があります。

○施策推進の基本方針

1 県民の安全・安心のために

県民が消費者として、健康で安全・安心な生活を営むことができる消費社会を構築するため、食品を始めとする商品等の安全と安心の確保及び情報提供、消費者事故情報等の速やかな提供、安定した県民生活の確保に向けて物価の安定と物資の安定供給不適切な表示に対する事業者指導等に取り組ます必要があります。

また、県内全ての消費者や事業者、各種団体や行政が一体となって、「地域」「社会」「人」「環境」「健康」に配慮した経済活動を通じて、持続可能な消費社会を構築するための意識啓発に取り組ますが求められます。

2 商品・サービスの適切な選択機会の確保のために

県民と事業者との間の公正な商取引を確保し、県民が適切な商品やサービスを選択することができる消費社会を目指し、消費者被害の防止と被害をもたらす事業者への指導、処分の強化、適正な商取引を阻害する表示の監視、指導及び多重債務者に対する問題解決と未然防止対策を推進しますする必要があります。

3 消費者教育・啓発の充実のために

県民への消費者被害の速やかな情報発信と高齢者見守りネットワーク等を活用した啓発活動による被害防止、消費生活に関する必要な知識の普及等に努めますが求められます。

消費者教育の推進にあたっては、県民が自主的かつ合理的に行動できる「自立した消費者」となることを目指し、体系的・総合的な消費者教育の実施により、県民が消費者トラブルを回避、解決する実践的な能力を育み、社会との関わりの中で責任ある行動がとれるように取り組むとともに、これら教育・啓発を担う人材育成に努めますが必要があります。

その際、学校における消費者教育の充実に加え、大学や専門学校等の場で、家庭や職域などあらゆる「場」を活用して教育・啓発に取り組ますことが求められます。

また、持続可能な消費社会の構築に取り組む消費者及び消費者団体等と協働した取組消費者教育・啓発も併せて推進しますする必要があります。

4 県民意見の反映のために

消費者施策の透明性を確保し、広く県民や消費者団体等の意見を施策に反映する消費者行政の構築を目指し、消費生活審議会の運営や消費者施策の公表、消費者団体等との協働を通じて、広く県民からの意見を聴く機会を設けるとともに、意見の施策への反映を図りますする必要があります。

5 相談窓口の強化のために

県民の消費者被害の防止及び県民と事業者との間に生じた苦情や紛争に適切かつ迅速に救済できる消費生活相談体制を構築するため、県消費生活センターの機能の強化により、県民が信頼感を持てる相談体制を確保するとともに、住民に最も身近な市町村消費生活相談体制の更なる充実・強化へ向けた支援を推進する必要があります。

参加と協働について

今日の多様化する消費者問題に対応するためには、行政の取り組みだけでは十分ではありません行政には、関係部局と連携を図りながら積極的な取組が求められます。また、県民の皆様や団体等が、参加し、協働することが不可欠になっていますにより、一層大きな効果が期待されます。

○ 県民の皆様の参加と行政との協働

複雑化・多様化する消費者問題に対応するためには、行政からの働きかけによる支援にとどまることなく、県民の皆様一人ひとりが、消費社会の一員であるとの認識のもとに、自らが積極的に行動を起こし、様々な場の活動に参加、協働することがますます重要となっています。

○ 団体等の参加と行政との協働

消費者団体、NPO、事業者団体などには、これまで培った様々な情報や経験等の蓄積があり、団体を構成するメンバーも活動の幅の広い人材がそろっていることから、消費生活における情報の収集や提供、県民に対する啓発や教育などを含めて、行政とのこれまで以上に密接な協働が求められています。

県民の皆様へ

【商品・サービスに関する重大な事故情報はすぐに連絡しましょう！】

- 生命や身体に危害が及ぶ恐れのある商品やサービスに関する事故情報がありましたら、至急お近くの消費生活センターまたは町村の消費生活相談窓口にご連絡ください。

【身の回りから不適切な表示をなくしましょう！】

- 商品の表示内容が事実と異なる不適切な表示等が疑われる商品等を発見した場合は、関係機関県くらし安全・消費生活課への通報をお願いします。

【高齢者の被害を地域の皆さんで防ぎましょう！】

- ご近所にお住まいの高齢者の方に対する「声がけ」や「見守り」を日頃から行い、消費者被害の防止へのご協力をお願いします。

県では地域の消費生活活動の核となる消費生活サポーターを募集しています。また、地域における見守りネットワークを活用した高齢者等の見守り、啓発を推進しています。サポーターへの登録や、ネットワークへの参加をお願いします。

【消費生活センター・消費生活相談窓口にご相談しましょう！】

- 消費者トラブルや借金でお困りのときは、早めにお近くの消費生活センター又は町村消費生活相談窓口にご相談ください。

【地域で開催されるセミナー等に参加しましょう！】

- 県では、食の安全やスマートフォンでのトラブルなど様々な消費者問題をテーマとしたセミナー等を県下4会場で開催しています。是非、ご参加ください。

また、「こんな場合どうすればいいか」など消費生活に関する自由なテーマによる出前講座も随時受け付けています。公民館やPTAの会合、少人数の集まりでも出向きますので、幅広くご活用ください。

【皆様の意見を県の施策に反映させましょう！】

- 長野県公式ホームページ「消費生活情報」をご覧ください、県の消費者施策に対するご意見・ご要望やご提言をお寄せください。

【持続可能な消費生活社会のための課題に取り組みましょう！】

- 一人ひとりができる範囲でエシカル消費（人・社会・環境に配慮した、思いやりのある消費）に取り組みましょう。

（取組例）

- ・長野県産の農産物や食品、製品の購入
- ・エコマーク製品やリサイクル可能な製品の購入
- ・障がい者施設で製造された製品の購入、サービスの利用
- ・健康に配慮した食生活や食育等への取組
- ・ごみ減量運動、マイバック持参運動、食品ロス削減に関する多様な取組
- ~~郷土食の作り方や地産地消など「食」に関する知識と経験をお持ちの方は「食育ボランティア」に登録をお願いします。~~

消費者団体の皆様へ

【必要な情報・教育の機会の提供のために】

- 日頃の活動の中で培われた組織力を活かし、行政や他の団体と協働しながら構成員や地域住民に対する消費者被害情報の周知や見守り活動など、お願いします。
- 消費者教育を連携、協働して推進していくため、団体の皆様からのご意見を受け付けていますご意見をお寄せください。
- 地域・職場等における学習会・講演会等の開催を計画してください。計画があるようでしたら、事業費補助などのについてご相談を承りますください。

【持続可能な消費生活社会のために】

- 構成員や地域住民に対して、エシカル消費（人・社会・環境に配慮した、思いやりのある消費）や持続可能な消費生活社会に係る運動等に一人ひとりができる範囲で取り組めるよう、啓発をお願いします。

【県民意見の施策への反映のために】

- 長野県公式ホームページ「消費生活情報」をご覧ください。
- 施策に対するご意見・ご要望やご提言をお寄せください。

事業者団体の皆様へ

【必要な情報・教育の機会の提供のために】

- 日頃の活動の中で培われた組織力を活かし、行政や他の団体と協働しながら構成員や地域住民に対する消費者被害情報の周知や見守り活動などに協力をお願いします。
- 消費者教育を連携、協働して推進していくため、団体の皆様からのご意見を受け付けていますご意見をお寄せください。
- 職場等における学習会・講演会等の開催を計画してください。計画があるようでしたら、事業費補助などのについてご相談を承りますください。

【持続可能な消費生活社会のために】

- 構成員や地域住民に対して、エシカル消費（人・社会・環境に配慮した、思いやりのある消費）や持続可能な消費生活社会に係る運動等に一人ひとりができる範囲で取り組むよう、啓発をお願いします。
- 消費者の志向を把握しながら、エシカル消費を支えるエシカルプロダクツ人・社会・環境に配慮した生産への取組にご協力をお願いします。

【県民意見の施策への反映のために】

- 長野県公式ホームページ「消費生活情報」をご覧ください。
- 施策に対するご意見・ご要望やご提言をお寄せください。