

長野県消費生活基本計画

～ 長野県消費者教育推進計画 ～

信州安心戦略

(答申素案)

(平成 26 年度～平成 29 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

第 1 章 計画の基本的考え方

1 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

第 2 章 長野県における消費生活の現状と課題

消費者行政の現状

1 国の消費者行政の動向	・ ・ ・	3
2 県における消費者行政の現状	・ ・ ・	4
3 市町村の消費者行政	・ ・ ・	9

消費生活相談の現状

・ ・ ・ 10

消費者教育の状況

1 国における消費者教育の推進	・ ・ ・	14
2 県内の学校における消費者教育の現状	・ ・ ・	15
3 県行政消費者教育推進の状況	・ ・ ・	16

本県の消費者行政の課題

1 消費生活相談体制の整備・充実	・ ・ ・	17
2 消費者の利益擁護の推進	・ ・ ・	18
3 消費者教育の推進及び発信力の強化	・ ・ ・	19
4 消費者をめぐる社会問題への対応	・ ・ ・	21

第3章 施策推進の基本方針

～信州安心戦略～ 基本理念	・ ・ ・	22
長野県消費生活基本計画施策体系	・ ・ ・	23

第4章 施策の展開

県民の安全・安心の確保のために

1 食品の安全・安心の確保	・ ・ ・	24
2 消費者事故情報等の収集及び提供	・ ・ ・	25
3 物価の安定と情報提供	・ ・ ・	26

県民の自主的・合理的な商品等の選択機会の確保のために

1 悪質事業者に対する厳正な指導、処分	・ ・ ・	27
2 不適切な表示に対する立入検査、指導	・ ・ ・	28
3 多重債務者対策の強化	・ ・ ・	29
4 割賦販売における事業者指導	・ ・ ・	30

県民に対する必要な情報・教育の機会の提供のために

1 消費生活情報の発信	・ ・ ・	31
2 体系的・総合的な消費者教育の推進及び推進方策の検討	・ ・ ・	32
3 学校等における消費者教育の推進	・ ・ ・	32
4 地域・職域等における消費者教育の推進	・ ・ ・	34
5 消費者教育を担う人材の育成	・ ・ ・	35
6 消費者問題への総合的な取組	・ ・ ・	35

県民意見の施策への反映のために

1 消費生活審議会の運営	・ ・ ・	37
2 消費者施策等の公表	・ ・ ・	37
3 消費者団体等の意見の反映及び活動支援	・ ・ ・	38

県民を消費者被害から迅速に救済するために

- 1 県消費生活センターの機能強化 . . . 39
- 2 市町村体制の充実・強化 . . . 40

重点目標 . . . 41

参加や連携、協働のお願い . . . 43
(～基本計画の施策を推進するにあたって～)

長野県消費者行政施策の推進体制 . . . 45

消費者教育の体系イメージマップ . . . 46

第 1 章 計画の基本的考え方

1 計画策定の背景及び趣旨

少子高齢化の進行や人口減少社会の到来、高度情報化社会の進展など、社会経済の進展に伴い、私たち消費者を取り巻く環境も大きく変化してきています。

従来の大量生産、大量消費に支えられた高度成長期には、保護の対象であった消費者も、環境問題や食の安全などへの関心の高まりや社会経済も大きく変化する中で、自らが消費社会の一員として自覚した行動がとれる自立した消費者(※)になることが望まれるようになっていきます。

この間、国においては、平成 21 年に消費者行政の司令塔として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 24 年度には消費者教育の推進に関する法律が施行され、地方における消費者教育を推進するための計画策定が求められています。

また、財政面においては、平成 21 年度から平成 23 年度までの期間を「地方消費者行政強化のための集中育成・強化期間」と定め、地方消費者行政活性化交付金による支援が行われ、期間終了後においても地域社会の消費者問題解決力の向上を目指した支援強化が図られています。

一方で、インターネットの急速な普及による商取引の変化、高齢化の進行による高齢者を狙った特殊詐欺や詐欺的な投資勧誘、商品の送り付けなど、手口の多様化や被害金額の増加など、消費者被害の現状は極めて深刻な状況にあります。

このような状況を踏まえ、本県においては、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を構築するため、本県の消費者行政の根本である長野県消費生活条例を基本に、県民及び関係機関との協働により、体系的かつ総合的な施策を推進するため、この計画を策定するものです。

※ 自立した消費者：自らの利益の擁護及び増進のために自主的かつ合理的に行動し、自ら進んで、消費生活に関して必要な知識を修得し、必要な情報を収集するなど、自主的かつ合理的に行動するように努める消費者の姿のこと

2 計画の性格

この計画は、「長野県消費生活条例」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～しあわせ信州創造プラン～」(県民生活の安全確保)を推進するための個別計画としても策定するものです。

3 計画の期間

平成26年度から平成29年度までの4年間(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、社会情勢等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します。

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、透明性を確保し、次年度以降、効果的な事業の実施につなげるため、計画の進捗状況は、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します。

第2章 長野県における消費生活の現状と課題

消費者行政の現状

1 国の消費者行政の動向

国における消費者行政は、消費者基本法の基本理念である「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」を基本に、高度情報化社会や国際化の進展、高齢化の一層の進行など消費者を取り巻く環境の変化に配慮しながら実施されています。

また、地方公共団体における消費者行政に対する国の支援の必要性及び社会・経済情勢の変化に柔軟に対応することの重要性を踏まえ、消費者基本法に基づき策定された消費者基本計画においては、消費者政策の基本的な方向を次の3つの観点から推進することとし、政府を挙げた計画的・一体的な取り組みが行われています。

消費者政策の基本的方向

- 1 消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援
- 2 地方公共団体、消費者団体等との連携・協働と消費者政策の実効性の確保
- 3 社会・経済の発展への対応

さらに、これまでの取り組みを踏まえ、現下の高齢者の消費者トラブルの増加や高水準にある消費者事故等のうち、年間千件を超える死亡事故のような重大事故、原子力発電所事故に伴う確かな根拠に基づかない風評被害の発生など、新たな課題への対応を含めた今後の政策を強力に推進するため、消費者の自助・自立の促進を図る「消費者力※1)向上の総合的支援」、消費者に身近な地域を充実させる「地域力の強化」及び消費者トラブルへの対応を中心とした「消費者の信頼確保」を重点的に取り組むべき施策として、消費者問題をめぐる様々な課題に取り組むものとしています。

特に、「地域力の強化」においては、どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制の整備と地域社会における消費者問題解決能力向上、法の厳正な執行などに向けて、地方消費者行政活性化基金※2)を活用した地方の事業への支援が図られています。

※1 消費者力:「自立した消費者」になるために必要な能力。「自立した消費者」についてはP1 参照。

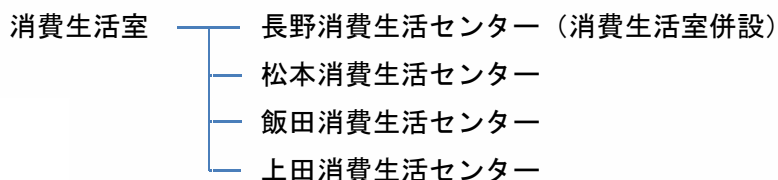
※2 地方消費者行政活性化基金:消費者行政活性化に取り組む地方公共団体を支援するために国が交付金を交付して都道府県が造成し、平成21年度から消費生活相談機能の整備や消費者問題解決力の強化等に活用している基金

2 県における消費者行政の現状

(1) 条例の制定と組織体制

本県は、平成 21 年 1 月消費生活行政の基本となる長野県消費生活条例(以下「条例」という。)を制定しました。制定にあたり県民・有識者等による検討委員会を設置し、パブリックコメントを実施するなど県民意見を踏まえた条例となっています。

また、条例の施行に合わせ、検討委員会における議論を基に、新たに消費生活室を発足し、消費生活センターで収集した情報を、速やかに事業者指導や県民への啓発等に反映させるため、長野消費生活センターの業務も併せもつ体制としました。



(2) 施策展開の現状

本県では、県民の消費生活の安定と向上を目指し、「総合的な消費者施策の推進」、「消費者取引の適正化及び安全の確保」、「消費者の自立支援」及び「消費者相談の充実」の 4 つの事業を柱として施策の展開を図っています。

《総合的な消費者施策の推進》

透明性の確保と主役である県民・消費者、有識者等からの意見を消費者施策に反映させるため、条例に基づき設置している消費生活審議会における議論や消費者団体等との意見交換を通して、施策の見直しを行っています。

また、情報を共有しつつ施策を効果的に推進するため、各部局に消費生活庁内連絡員を配置する等、県行政が一体となった事業を展開しています。

《消費者取引の適正化及び安全の確保》

消費者が自主的・合理的に商品・サービスを選択できるために、事業者には適正な勧誘を行い、正しい商品表示に基づいた販売を行うことが求められます。

本県では、事業者が適正な商取引を実施しているかについて、条例のほか、特定商取引に関する法律（特定商取引法）、不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）、家庭用品品質表示法及び消費生活用製品安全法等に基づき監視するとともに、不適正な事業者に対しては、行政指導・処分を行っています。

◆行政指導・行政処分の実施状況

年 度		平成 21 年度	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度
特定商取引法	処分	1 件	0 件	0 件	1 件
	指導	7 件	4 件	3 件	0 件
景品表示法	注意等	7 件	15 件	14 件	10 件

◆立入検査の実施状況

年 度	平成 21 年度	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度
家庭用品品質表示法	546 件	544 件	503 件	219 件
消費生活用製品安全法	716 件	756 件	739 件	324 件

※平成 24 年度から立入検査権限を市に委譲。

また、安定した県民生活を確保するため、生活関連物資の価格動向や物資の需給状況を監視するとともに、必要に応じて価格動向について調査を実施しています。

その他、多重債務者やヤミ金被害者の救済策及び被害の未然防止対策として、多重債務問題改善プログラムに沿った対応を行うほか、弁護士会及び司法書士会と連携して無料相談会を開催するなど、着実な解決を図っています。

◆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 21 年度	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度
開催回数		10	10	10	8
相談 件数		133	105	70	57
	面 接	129	99	70	54
	電 話	4	6	0	3

《消費者の自立支援》

消費者被害を防止するためには、事業者への監視・指導とともに、消費者自身が消費社会の一員としての自覚のもと、自立した消費者となることが望まれます。

本県においては、消費生活情報の提供、くらしのセミナーや出前講座を開催しているほか、消費者団体や福祉団体等関係機関と連携して若者、高齢者、一般消費者などライフステージに応じた啓発に取り組むなど、消費者の自立を支援しています。

一方、消費者の会や消費者団体連絡協議会などの消費者団体は、行政との連携のもと、地域における消費者問題に関する学習会や講演会等の開催及び消費生活に関連する諸問題等についての調査・研究などを担っているため、本県としても地域における消費者力の一層の向上を図る観点から、消費者団体への支援を行っています。

◆出前講座（団体・その他）

区 分	平成 22 年度		平成 23 年度		平成 24 年度	
消費者団体	29 回	888 人	33 回	980 人	33 回	857 人
福祉事業従事者向け	19 回	5,454 人	11 回	318 人	13 回	5,227 人
高齢者向け	33 回	2,009 人	32 回	1,447 人	25 回	1,149 人
企業、その他	24 回	831 人	10 回	310 人	18 回	478 人
計	105 回	9,182 人	86 回	3,055 人	89 回	7,711 人

◆出前講座（学校関係）

区 分	平成 22 年度		平成 23 年度		平成 24 年度	
大学・短大・専門			1 回	68 人	24 回	5,485 人
高校	12 回	1,187 人	14 回	1,441 人	13 回	1,586 人
中学校	1 回	40 人			1 回	9 人
特別支援学校	5 回	97 人	1 回	19 人	3 回	33 人
計	18 回	1,324 人	16 回	1,528 人	41 回	7,113 人

《消費生活相談の充実》

本県においては、県内4か所に消費生活センターを設置し、消費生活におけるトラブルに関する相談・あっせんに応じるとともに、消費者への啓発及び情報収集・提供に努めています。

特に、県の相談窓口の機能を高めるため、消費生活相談員の研修機会の確保を図るとともに弁護士会、司法書士会及び事業者団体とも連携し、専門的な知識及び技術を要し、また広域的な見地からの相談内容にも対応できる体制づくりを進めています。

一方、平成21年9月に施行された消費者安全法では、地方消費者行政における県と市町村の一定の役割が示されました。これにより、一般的な相談に関しては地域住民に最も身近な市町村が担うことが期待されています。

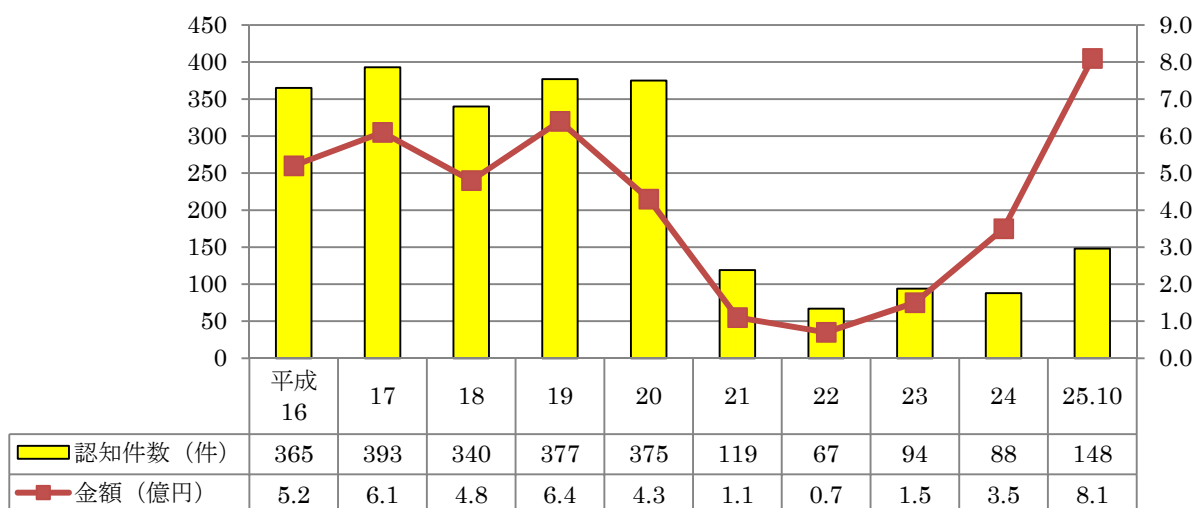
県では、住民に最も身近な市町村の消費生活相談窓口の体制強化に向け、地方消費者行政活性化基金を活用して、消費生活センターの開設支援や相談窓口の機能強化、消費生活相談員のレベルアップのための研修会の開催及び市町村を巡回し技術的な支援をする専門職員の配置など、市町村の相談体制の充実・強化を図るための取り組みを行っています。

(3) 警察と連携した取り組み

長野県警察本部が発表した本県における特殊詐欺の認知状況は、平成 25 年 10 月末時点で、前年 1 年間の 88 件を大幅に超える 148 件となり、被害金額も前年同月比の約 3 倍で過去最高の 8 億 1 千万円に達し、その伸び率は全国平均を上回っています。

過去の被害状況をみると、いわゆるオレオレ詐欺被害が多発した平成 16 年以降、20 年までは融資に関する被害と併せて被害件数は約 350 件の高水準で推移していました。その後、悪質な手口の公表、重点的な取締り等により被害は減少したものの、最近では高齢者の不安に付け込んだ新たな手口により、全体の被害金額は異常な増加をしています。

◆特殊詐欺の認知状況の推移（長野県警）



本県では、この異常事態に対し、平成 25 年 2 月に「特殊詐欺多発警報 ～県民の財産を守れ～」を発信し、市町村を通じたチラシの配布や、広く県民に対し注意喚起を行い、警察と連携して被害の未然防止に努めています。

また、特殊詐欺被害が増加している状況を改善するため、「特殊詐欺等悪質商法被害防止キャンペーン」を展開し、テレビやラジオCM等による注意喚起を図っているほか、特に、多発する高齢者の被害の防止に向けて、見守りネットワーク等を構築するなど、隣近所や地域において長年培われた「絆」を生かした被害防止についても取り組んでいます。

3 市町村の消費者行政

《消費生活センターの設置状況》

県内の市町村においては、地方消費者行政活性化基金等を活用した消費生活相談のための体制整備が進められており、平成 25 年 4 月現在、16 市・3 町において、専任の消費生活相談員が配置され、8 市において消費生活センターが設置されています。

しかし、本県の平成 23 年度の市町村の相談分担率(※1)は全国平均の 66.3%に対し、28.9%となっています。また、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 34.3%に対し、10.4%であり、市町村消費生活センターの人口カバー率(※2)も全国平均の 81.4%に対し、45.7%となっています。

いずれも全国平均を大幅に下回っている状況です。

年 度	相談員の専任配置	消費生活センターの新設
平成 20 年度	10 市・1 町	長野市
平成 21 年度	11 市・1 町	
平成 22 年度	14 市・2 町	松本市・千曲市・大町市
平成 23 年度	15 市・3 町	茅野市・伊那市・小諸市・安曇野市
平成 24 年度	16 市・3 町	
平成 25 年度	16 市・3 町	

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需要もないことから、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市町村は、複数の市町村が集まって広域等の単位で取り組むことが望まれますが、現在、県内において市町村が協定等を締結し、消費生活センターを設置している市町村はありません。

※1 相談分担率：市町村の消費生活センター又は相談窓口が受けた苦情相談件数を当該市町村住民による苦情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全体の人口で除した割合

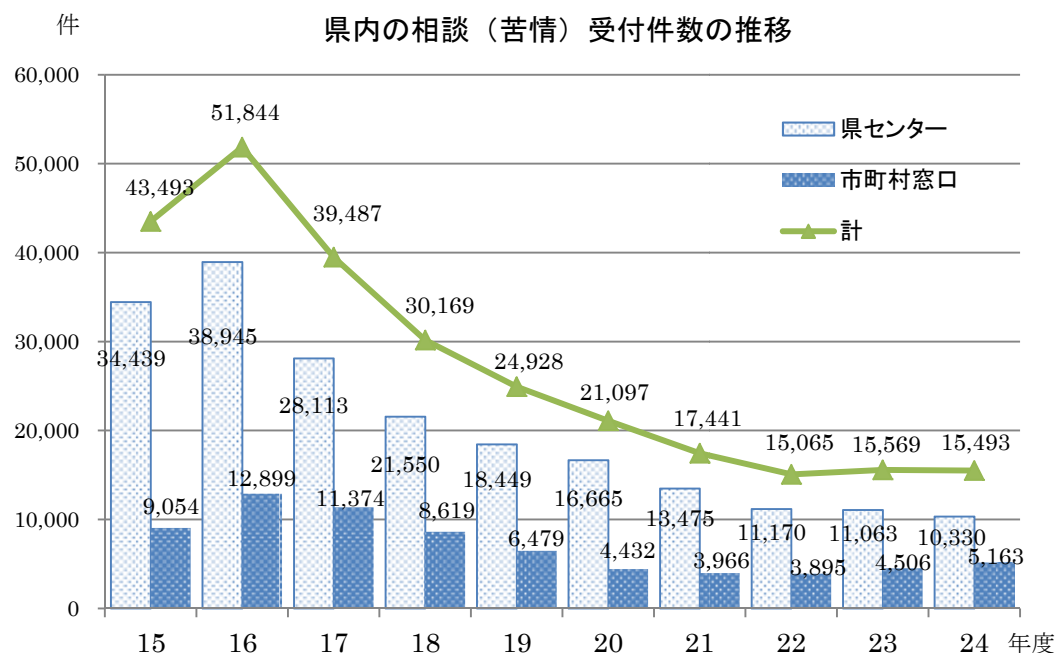
消費生活相談の現状

《消費生活相談件数の状況》

平成 24 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 15,493 件で前年度比 99.5%となっています。

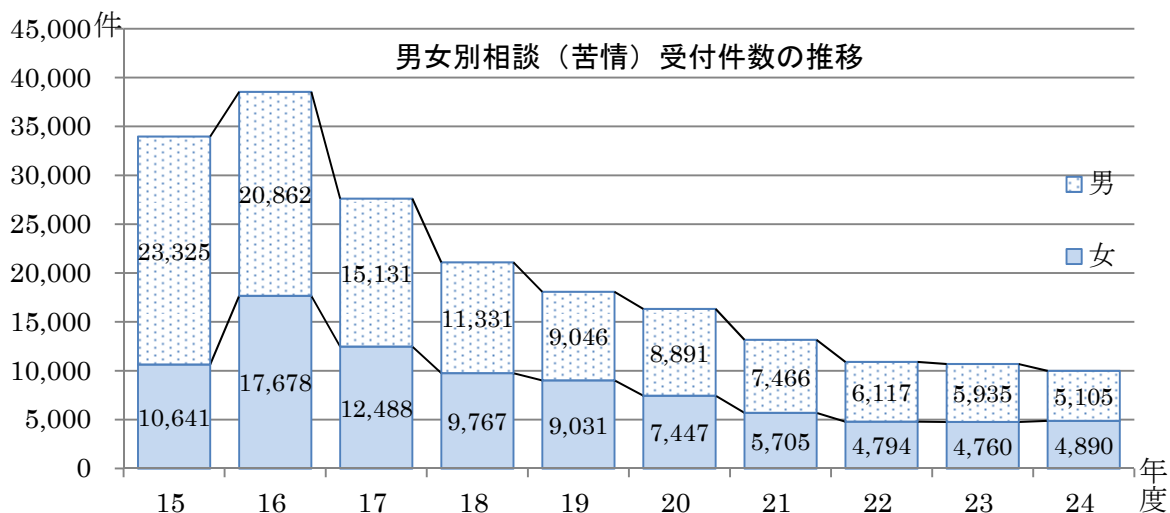
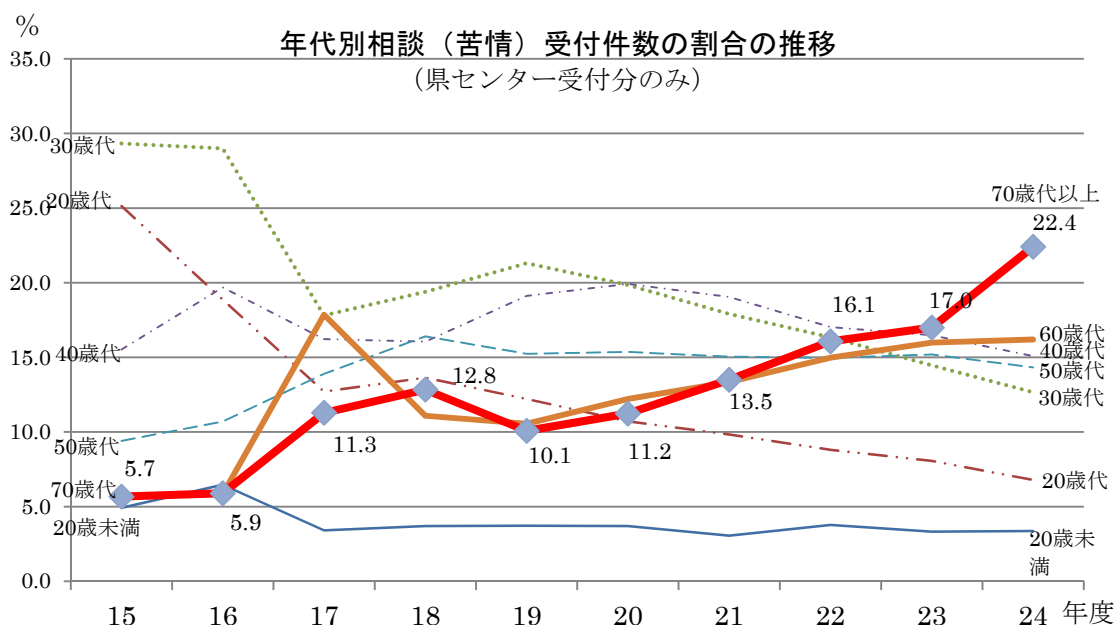
相談件数は、架空請求に関する相談が多く寄せられた平成 16 年度がピークで 5 万件を超えていましたが、架空請求を繰り返す事業者名の公表や消費者への重点的な啓発活動、警察の取り締まり強化などにより、徐々に減少し、平成 22 年度以降は、概ね 1 万 5 千件程度で推移しています。

一方、市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り組みにより、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、市町村への相談件数が 1 割以上増加しています。



《年代別相談割合の状況》

相談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おり、特に、平成15年度には相談件数全体の5.7%しかなかった70歳以上の相談件数は、平成24年度には約4倍の22.4%を占めるようになっていきます。これは、この期間における本県の高齢化率（平成15年度：22.8%→平成24年度：27.4%）の4.6ポイント増をはるかに超えており、年々高齢者が契約当事者となる相談割合が増加している実態がうかがえます。



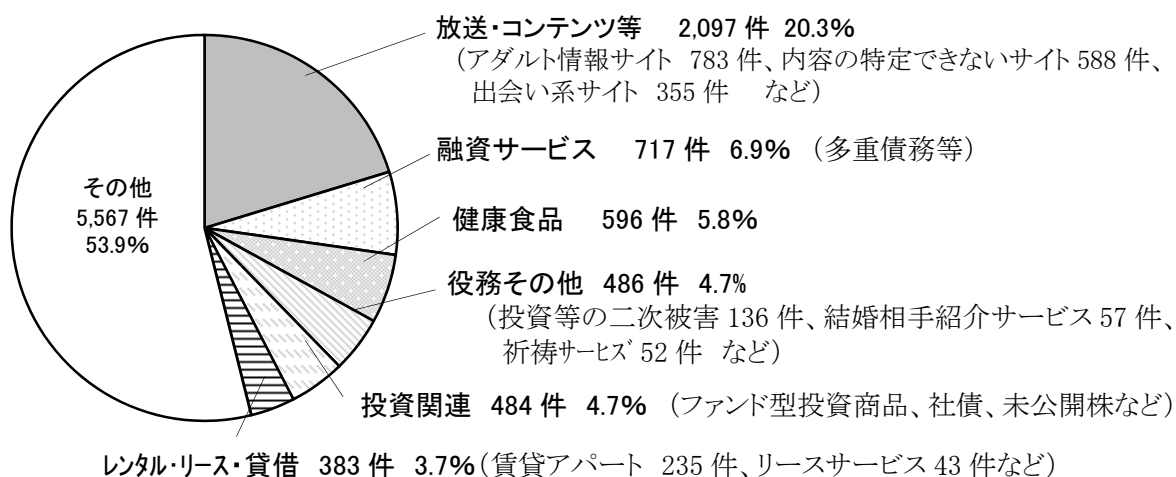
《相談内容の状況》

寄せられた相談を内容別にみると、アダルト情報サイト等における不当・架空請求等の放送・コンテンツ等に関する相談が最も多く、次いで多重債務等の融資サービス、健康食品の送り付け等となっています。

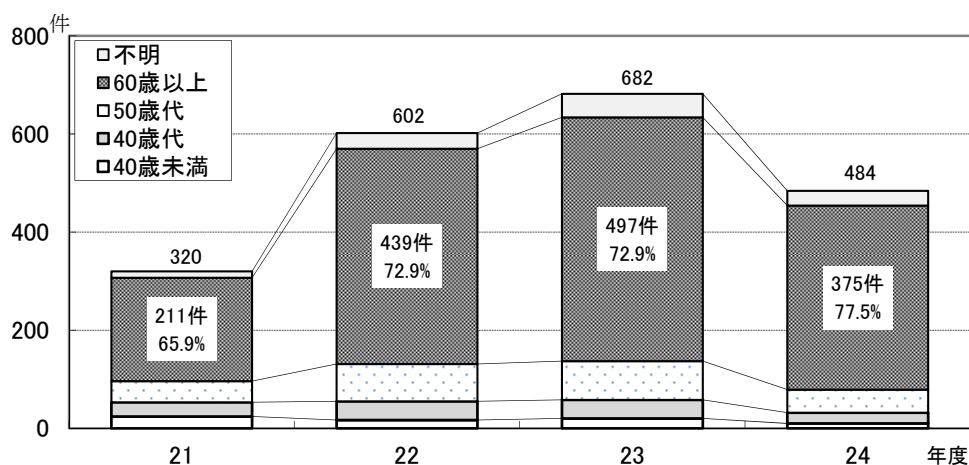
これを年代別にみると、70歳以上を除くすべての年代において、放送・コンテンツ等に関する相談が最も多く、30歳代以上になると融資サービスに関する相談が増加し、60歳代以上では、健康食品に関する相談が増えています。

また、投資に関する相談は、平成24年度484件と前年から198件減少しましたが、60歳代以上の相談が約8割を占め、特殊詐欺の被害の増加にみられるように、手口の悪質化・巧妙化がその背景にあると考えられます。

〔商品・役務別相談(苦情)件数・割合〕



年代別投資に関する相談(苦情)件数の推移

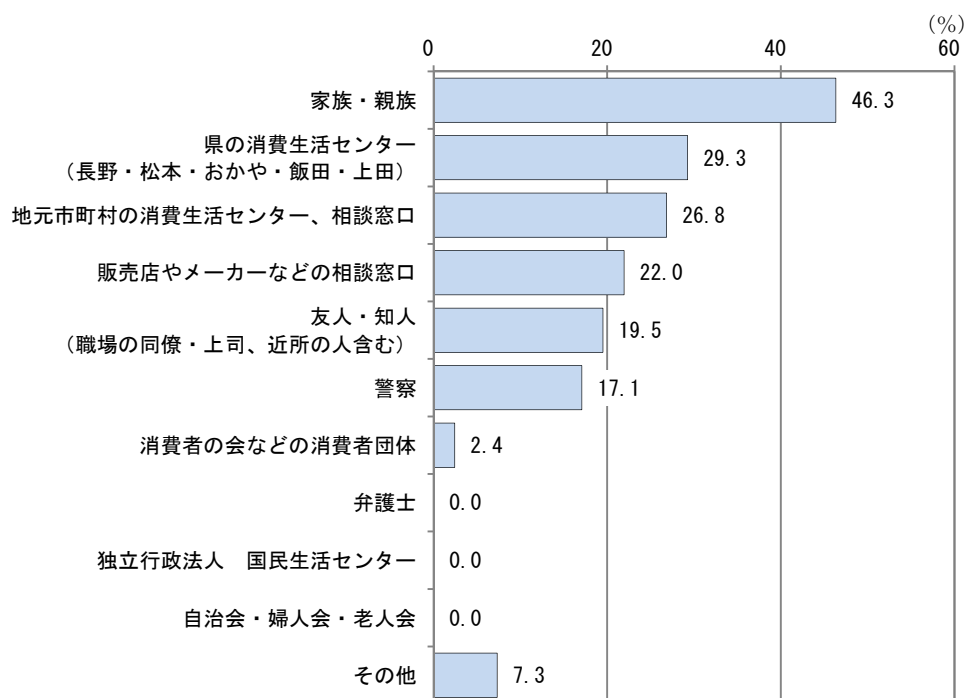


《県民の消費生活相談に係る意識》

平成 24 年 2 月に本県が実施した県民意識調査において、最近の消費生活上のトラブルの有無を聞いたところ、「あった」と回答した人は 6.2%で、「あわなかった」と回答した人は 91.2%となっています。

また、その際に、誰かに相談したかを聞いたところ、「相談した」は 52.6%で、相談先としては、「家族・親族」の 46.3%が最も多く、次に「県の消費生活センター」の 29.3%、「地元市町村の消費生活センター、相談窓口」の 26.8%と続いています。

トラブルにあった際の相談先(複数回答可)



トラブルにあった方の約半数が、第三者への相談を行っており、そのうち約 3 割が県・市町村の消費生活センターに相談しています。

一方、相談を誰にもしなかったとの回答が半数を占めており、年間約 1 万 5 千件の消費生活相談件数も相当数の潜在的な需要があるものと考えられます。

また、相談しなかった理由では、「被害が小さく相談するほどのことではなかった」と「自分自身で解決しようとした」がそれぞれ 27.0%、また、「どこに相談したらいいか、わからなかった」が 21.6%となっています。

消費者教育の状況

1 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）

平成 25 年 6 月に消費者教育推進法に基づき「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（基本方針）が策定され、地方自治体における消費者教育推進のための指針が示されました。

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。」ことを消費者教育を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。

《様々な場における消費者教育の推進》

消費者教育の推進の場として、「学校（幼稚園、小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校、大学、専門学校等）」「地域社会（地域、家庭）」「職域」があげられています。

《人材（担い手）の育成》

人材（担い手）の育成・活用としては、小学校、中学校、高等学校及び大学等の教職員には、消費者教育の推進役としての役割が期待されるとして、都道府県教育委員会等における研修の充実を求めています。

また、地域の人材の育成としては、消費生活センターを地域ごとの消費者教育と担い手育成の拠点として位置づけ、消費者団体等との連携及び多様な関係者をつなぐコーディネーターの育成に取り組むとしています。

そのほか、事業者や事業者団体における担い手の育成及び消費者自身の自覚による消費者学習も期待されています。

《都道府県に求められる役割》

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。

また、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。

2 県内の学校における消費者教育の現状

《小学校・中学校・高等学校における消費者教育》

小学校から高等学校にかけての消費者教育は、新学習指導要領が平成 23 年度から平成 25 年度にかけて実施され、「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。

◆学習指導要領に定められている消費者教育

区 分	科 目	消費者教育の内容
小学校	家 庭 科	物や金銭の大切さに気付かせ、計画的な使い方を考えさせる。身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できることを目指す。
中学校	家 庭 科	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させる。 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ようにする。
	社会公民	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	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 科	消費者と企業・行政のかかわり及び連携のあり方や消費者教育、消費者支援研究などを学習し、消費生活アドバイザーなど消費者支援の資格に関心を持たせたり、専門的な学習への動機付けとしている。

本県が平成 25 年 10 月に実施した学校への抽出のアンケート結果によると、小学校・中学校・高等学校において実施されている消費者教育の内容は、「消費者教育の体系イメージマップ」に示されている学習項目が概ね実施されています。

しかし、実施した授業時間数は、各学校間で大きな格差があることから、学校や教職員の消費者教育に対する意識の差が、アンケート結果に反映されているものと考えられます。

《大学等における消費者教育》

民法では成年年齢を 20 歳と定めており、20 歳から保護者の同意がなくても契約できるようになります。また、18 歳から 20 歳にかけては、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、入学ガイダンス時において出前講座を実施し、トラブルの対処方法や相談窓口の周知を図っています。

項 目	H23	H24	H25(9 月末)
実施回数	1 回	24 回	14 回
参加者数	68 人	5,485 人	3,724 人

しかし、本県が大学等に実施したアンケートの結果によると、学生全員を対象とした消費者教育に充てられる年間の時間数は、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。

3 県行政の消費者教育推進の状況

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、学校においては学習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、各校の消費者教育に使用できる教材として、高校生が消費者被害のウェブ教材の開発、作成をする新たな取り組みに対する支援をしています。

一方、大学生や地域においては、くらしのセミナー、出前講座を中心とした消費者教育に努めており、高等学校を含めて、長野県金融広報委員会と連携した金融講座の開催も支援しています。

また、本県には約 1,400 の公民館があり、人口当たりの数とその活動回数は全国最多となっていることから、この公民館を地域の学びの場として総合的な教育の推進についての検討を始めているところです。

本県の消費者行政の課題

1 消費生活相談体制の整備・充実

《相談窓口の信頼及び認知度の向上》

『消費生活相談の現状』に掲げたとおり、消費者被害に遭った方の約5割が誰にも相談しておらず、「相談するほどのことではなかった」「自分自身で解決しようとした」が3割弱、また、「相談しても仕方がない」「どこに相談したらいいかわからない」と回答している方が2割以上となっています。

消費生活センターは、消費者トラブルに対して、相談の内容に応じた助言やあっせんを行っていますが、県民からの信頼度をより向上するために、苦情・相談対応の一層のレベルアップや消費生活センターの役割を含めた認知度の向上を図る必要があります。

《相談業務の専門性、広域化への対応》

市町村の相談窓口の充実・強化や消費生活センターの設置促進により、県の消費生活センターの役割も広域的な見地を必要とする相談、高度な専門的知識・技術を要する相談、消費者事故などに対応する機会の増加が見込まれます。

また、国際化や高度情報化社会の進展による新たな商品取引などに関する相談や多重債務の解消に関する相談も寄せられるなど、助言やあっせんに当たる消費生活相談員には、高度な知識や技術が必要となっています。

このため、複雑で多様な相談やあっせん、市町村に寄せられる相談に対する技術的支援に対応するため、消費生活センターにおける相談体制の充実、強化を図るとともに、国民生活センターや弁護士会、司法書士会などの専門機関と連携した相談体制の一層の充実が求められています。

《市町村相談体制の充実・強化》

本県における市町村消費生活センターの設置率、市町村における消費生活相談の相談分担率は、いずれも全国平均を大幅に下回っており、早期の消費生活センターの設置と専門相談員の配置及び資質向上が、住民への行政サービスの向上と迅速な消費者問題解決のため、喫緊の課題となっています。

また、財政的に消費生活センターが単独で設置できない町村については、広域連携による消費生活センター設置に向けた県の積極的な関与が求められています。

2 消費者の利益擁護の推進

《事業者指導の強化》

県民の安全・安心な消費生活を確保するために、消費者からの苦情・相談やあつせんに適切に対応するとともに、被害をもたらしている事業者の行為を是正し、消費者被害の未然防止を図るため、法に則り厳正に監視・指導することが重要です。

特に、訪問販売や電話勧誘などの特殊な販売形態については、特殊詐欺の増加にみられるような詐欺、詐欺まがいの悪質な取引に起因する相談も多く寄せられており、警察等との緊密な連携を図りつつ、専門的な人材の育成及び組織体制の整備など、執行体制の強化を図ることが求められています。

また、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製品表示は、立入検査の実施主体である県と市が、互いの検査の質を高めるための連携と情報交換を一層強めていくことが必要となっています。

《食品等商品の安全・安心の確保》

食の安全性が疑われる被害や表示に関する問題、また、消費者が日頃から使用する製品の事故が後を絶ちません。

また、東京電力福島第一原子力発電所の事故による放射能汚染や風評被害など、新たな問題も発生してきています。

このような問題は、県民の健康や身体に直ちに关わる場合もあり、また、県民の関心も高いなど、県民生活の安全・安心を確保するため、食品を始めとする商品等について、法律等に基づく適正な表示の推進を図りつつ、リコール情報などの安全を害する恐れのある商品やサービスに関する情報の収集と速やかな提供が不可欠となっています。

《物価の安定と物資の安定供給》

豊かで安定した県民生活を確保し、消費者としての利益の擁護、増進のため、物価が安定し、物資が安定的に供給される必要があります。

県民生活に直結する生活関連物資の価格動向や需給の状況を把握しつつ、買い占めや売り惜しみなどが行われないように監視するとともに、事業者団体等とも密接な情報交換、連携を図っていくことが必要です。

《県民意見の反映及び透明性の確保》

県民の消費者問題や消費者教育への関心を高め、県民参加のもと効果的に施策を推進するためには、透明性を確保しつつ、消費生活に関する県民意見を施策に反映していく必要があります。

消費者団体や事業者団体等とも連携、協働を強めながら、これまで以上に県民からの意見が寄せられやすい環境を整備するとともに、施策に反映するための公正性や透明性に配慮していくことが求められています。

3 消費者教育の推進及び発信力の強化

《消費者教育の体系的な取り組み》

効果的な消費者教育推進のためには、消費者被害に年齢層ごとの特徴があるように、消費者教育も幼児期から高齢期までのライフステージに応じて、また、消費者教育を実施する学校、地域社会、家庭及び職場等の場の特性に配慮して体系的に行われる必要があります。

このため、消費者教育推進地域協議会での議論や関係団体及び教育委員会等との協議を踏まえて全体像を整理し、実施主体となる機関が連携を図りつつ推進することが求められています。

《学校における消費者教育の推進》

○小学校、中学校、高等学校

学校における消費者教育は、県が実施したアンケート調査による結果にも表れているとおり、学校や教職員間においても消費者教育そのものに対する意識に大きな格差があるのが実情です。

限られた時間や資源を効率的・効果的に使って消費者教育を児童・生徒に提供することが、行政及び教育行政に課せられた責務であることを認識し、消費者行政と教育委員会が緊密な連携を図りつつ、教職員の指導力向上や優れた教材の提供、専門的知識を有する外部人材の登用などへの積極的な取り組みが必要です。

○大学、専修学校等

社会への入り口にある大学や専修学校の学生への消費者教育は、自立した消費者を育成するとともに、健全な職業人としての生産者・サービス提供者の育成をも担っています

しかしながら、大学等における消費者教育に振り向けられる教育の時間はわずかとなっており、各大学等には、それぞれの特色、学問分野を踏まえ、消費生活センター等との連携のもと、啓発講座の開催や授業科目の開設など、学生に対する消費生活や消費者問題に関する情報や知識の提供機会等を拡大していくことが望まれるとともに、行政としても、大学等における職業人としての育成を含めた消費者教育の必要性について、理解を求めていく努力が必要です。

《地域における消費者教育推進及び人材の育成》

学校における教職員のほか、地域における消費者教育の核となる地域の人材を育成することが、充実した消費者教育を推進するために不可欠となっています。

地域の消費者行政を担う消費生活センターは、専門的な知識と経験を有する消費生活相談員が、直接消費者からの相談を受け付けていることから、これまでに蓄積された情報と経験豊かな人材を活用し、地域の実情をも踏まえつつ、教育委員会や地域の消費者団体、福祉団体及び事業者等との密接な連携・協働を図り、地域の消費者教育と担い手の発掘・育成の拠点としての役割を担っていく必要があります。

また、長野県は人口当たりの公民館数が他の都道府県と比較してもその数の多さが際立っており、地域における学習や地域活動の拠点としても期待されていることから、市町村公民館とも連携した消費者教育を進めていく必要があります。

《適切な消費者啓発、情報発信》

県民の情報不足等による消費者被害や多重債務を未然に防止するとともに、県民が被害者や多重債務者とならないための適切な消費者教育を推進しつつ、積極的に啓発と情報発信をしていくことが必要です。

県民が主体的な判断のもとに、消費者被害や多重債務を回避することができるように、各年代における相談や被害実態について、効果的な消費者教育につなげていくため、様々な場や機会を通して適切な広報・啓発を行うとともに、各種媒体を通じた速やかな情報発信を行う必要があります。

4 消費者をめぐる社会問題への対応

《食品ロスや食育に対する取組》

食料自給率が 40%に満たない我が国において、本来食べられたはずの食品の廃棄、いわゆる「食品ロス」は年間 500～800 万トンといわれています。

これは、米の年間収穫量に匹敵するとともに、約半分は家庭から発生しているといわれており、その削減のための県民運動など積極的な取り組みが進んでいます。

また、本県は全国トップレベルの健康長寿県であり、これを将来にわたって維持するために、食育に対する取り組みも広がりを見せています。

これら食品ロスや食育への取り組みは、県民一人ひとりが社会を構成する一員として、主体的に行動する意識の醸成が重要な課題であることから、消費者教育、啓発などの様々な機会を通じて、県民、消費者団体及び行政が一体となって推進していく必要があります。

《環境に配慮した消費行動への対応》

二酸化炭素の排出削減やレジ袋の削減、食品ロス問題など、身近なところから地球規模に至るまで、環境に配慮した取り組みが広がっています。

豊かな環境を維持しつつ、環境負荷の少ない経済発展を図りながら持続的に発展する社会とするため、地球温暖化対策や循環型社会形成への取り組み、環境学習などを通して、県民一人ひとりが自立した消費者として、環境に配慮した消費行動をとることができる社会を目指すことが求められています。