

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 経済社会の発展への対応

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

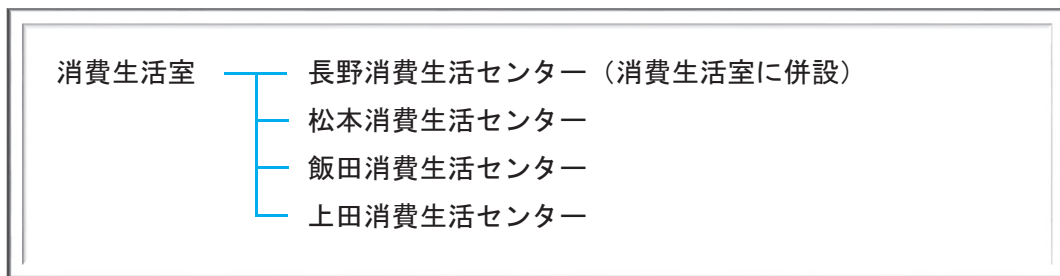
※2 地方消費者行政活性化基金:消費者行政活性化に取り組む地方公共団体を支援するために国が交付金を交付して都道府県が造成し、平成21年度から消費生活相談機能の整備や消費者問題解決力の強化等に活用している基金



2 県における消費者行政の現状

(1) 消費生活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消費生活条例を施行しました。また、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ています。



(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、消費生活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、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》

県民が自主的かつ合理的な判断のもとに商品・サービスを選択できるようにするため、本県では、事業者が適正な商取引をしているかについて、消費生活条例のほか、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 | 平成 25 年度 |
|------------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 特定商 取引法 | 処分 | 1 件 | 0 件 | 0 件 | 1 件 | 0 件 |
| | 指導 | 7 件 | 4 件 | 3 件 | 0 件 | 4 件 |
| 景品表 示法 | 注意 等 | 7 件 | 15 件 | 14 件 | 10 件 | 13 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 | 平成 25 年度 |
|----------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 家庭用品品質表 示法 | 546 件 | 544 件 | 503 件 | 219 件 | 205 件 |
| 消費生活用製品 安全法 | 716 件 | 756 件 | 739 件 | 324 件 | 312 件 |

※平成 24 年度から、市の区域の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 | 平成 25 年度 | |
|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------|
| 開催回数 | 10 回 | 10 回 | 10 回 | 8 回 | 8 回 | |
| 相談 件数 | 133 件 | 105 件 | 70 件 | 57 件 | 39 件 | |
| | 面接 | 129 件 | 99 件 | 70 件 | 54 件 | 35 件 |
| | 電話 | 4 件 | 6 件 | 0 件 | 3 件 | 4 件 |



《消費者の自立支援》

消費者被害を防止するため、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、消費者団体が実施する消費者への啓発活動等（P17～19 参照）に対する支援を行っています。



「くらしのセミナー」の様子

◆出前講座（団体・その他）

| 区 分 | 平成 23 年度 | | 平成 24 年度 | | 平成 25 年度 | |
|-----------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|
| 消費者団体 | 33 回 | 980 人 | 33 回 | 857 人 | 34 回 | 973 人 |
| 福祉事業従事者向け | 11 回 | 318 人 | 13 回 | 5,227 人 | 19 回 | 4,693 人 |
| 高齢者向け | 32 回 | 1,447 人 | 25 回 | 1,149 人 | 55 回 | 1,857 人 |
| 企業、その他 | 10 回 | 310 人 | 18 回 | 478 人 | 22 回 | 1,300 人 |
| 計 | 86 回 | 3,055 人 | 89 回 | 7,711 人 | 130 回 | 8,823 人 |

◆出前講座（学校関係）

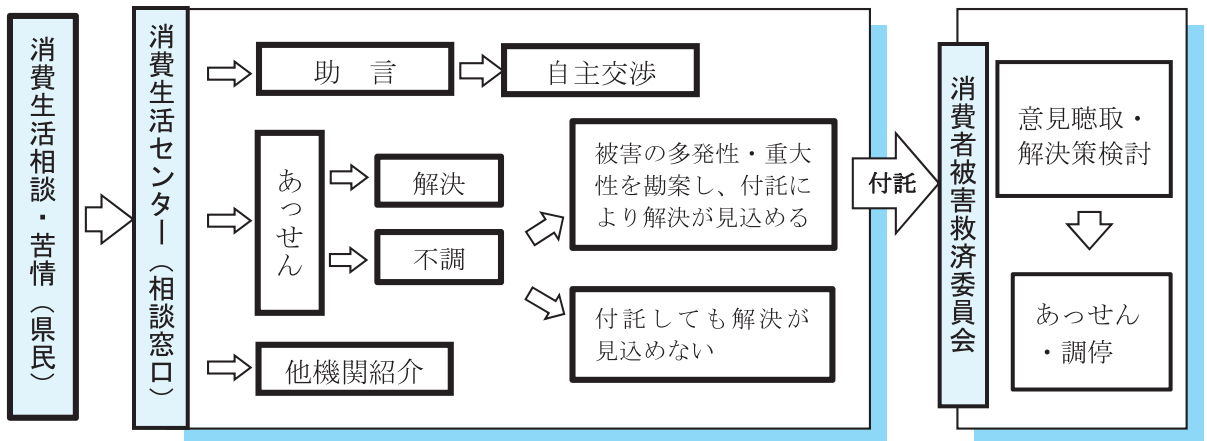
| 区 分 | 平成 23 年度 | | 平成 24 年度 | | 平成 25 年度 | |
|----------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|
| 大学・短大・専門 | 1 回 | 68 人 | 24 回 | 5,485 人 | 22 回 | 5,059 人 |
| 高校 | 14 回 | 1,441 人 | 13 回 | 1,586 人 | 10 回 | 760 人 |
| 中学校 | | | 1 回 | 9 人 | 2 回 | 34 人 |
| 特別支援学校 | 1 回 | 19 人 | 3 回 | 33 人 | 2 回 | 56 人 |
| 計 | 16 回 | 1,528 人 | 41 回 | 7,113 人 | 36 回 | 5,909 人 |

《消費生活相談の充実》

県の消費生活センター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する相談内容にも対応できる体制づくりを進めています。

また、消費者被害を裁判手続きを経ずに迅速かつ円滑に解決するため、消費者被害救済委員会を設置・運営しています。

◆消費生活相談及び消費者被害救済委員会への付託までの流れ



一方、平成 21 年 9 月に施行された消費者安全法では、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ることから、県では、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。

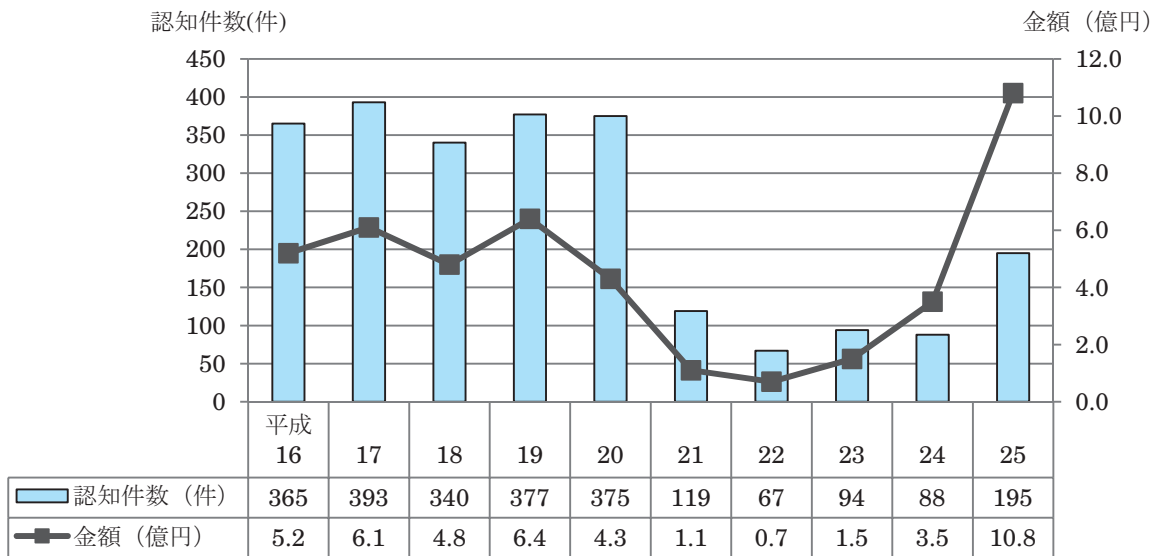


(3) 警察と連携した取り組み

長野県警察本部が発表した本県における平成 25 年の特殊詐欺の認知状況は、前年の 88 件を大幅に超える 195 件となり、被害金額も過去最高の 10 億 8 千万円に達するなど、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た被害件数は約 350 件の高水準で推移していましたが、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に増加しています。

◆特殊詐欺の認知状況の推移（長野県警察）



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～」を発信したところですが、平成 26 年に入っても平成 25 年のペースを更に上回る被害が発生しています。

このため、平成 26 年 5 月に「特殊詐欺非常事態宣言」を発令し、県民一丸となってこの事態に対応することとしました。

特に被害が著しい高齢者には、警察、市町村と連携して訪問啓発するほか、地域の見守りを通じて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取り組んでいくこととしています。

特殊詐欺非常事態宣言

《電話対策をしましょう》

～犯人からの電話に出ない、受けない、これが一番～

- **留守番電話機能**
相手を確認してから電話に出られます。たとえば「詐欺の電話をさけるため、留守番電話にしています。」等と設定してください。
- **ナンバーディスプレイ**
相手の電話番号を確認してから電話に出られます。契約している電話会社に相談してください。
- **非認知電話番号警戒**
犯人の多くは番号非通知をかけてきます。契約している電話会社に相談してください。
- **特殊詐欺対策専用機器**
専用機器があります。電気商業組合に相談してください。

《この言葉は詐欺》

- **トラブル解決のため、緊急、現金が必要**
- **必ずもつかる**
- **ロト心の当選番号を教える**
- **名簿を貸してほしい**
- **レジャーパックや名刺間で現金を盗め**

- 長野県警察本部（警防安全相談窓口） #9110
- 消費生活センター（消費者ホットライン） 0570-064-370
- 長野消費生活センター 026-223-6777
- 松本消費生活センター 0263-40-3660
- 諏訪消費生活センター 0265-24-8058
- 上田消費生活センター 0268-27-8517

長野県 / 長野県警察 / 長野県防犯協会連合会

3 市町村の消費者行政

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26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、11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24年度の市町村相談分担率(※1)は全国平均の68.0%に対し、41.7%となっています。また、平成25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44.9%に対し、10.4%となっています。

さらに、平成24年3月31日現在の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。

◆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 | 佐久市 |
| 平成26年度 | 16市・3町 | 塩尻市・飯山市 |

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市町村は、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事例はありません。

※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



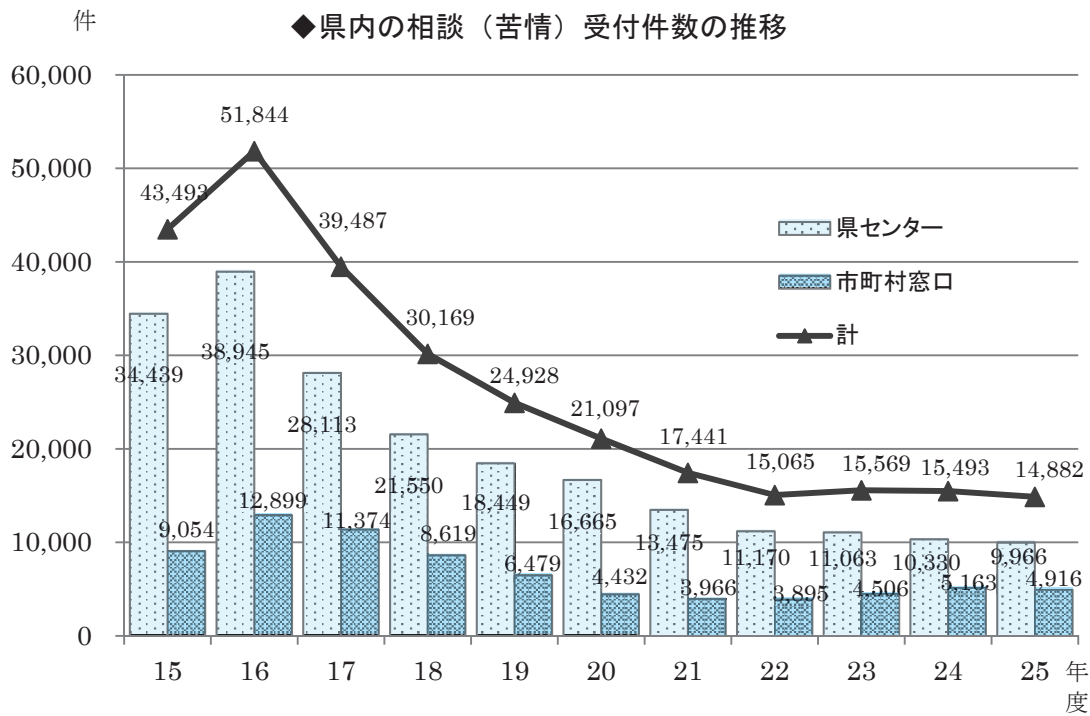
消費生活相談の現状

《消費生活相談件数の状況》

平成 25 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 14,882 件で前年度比 96.1%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。

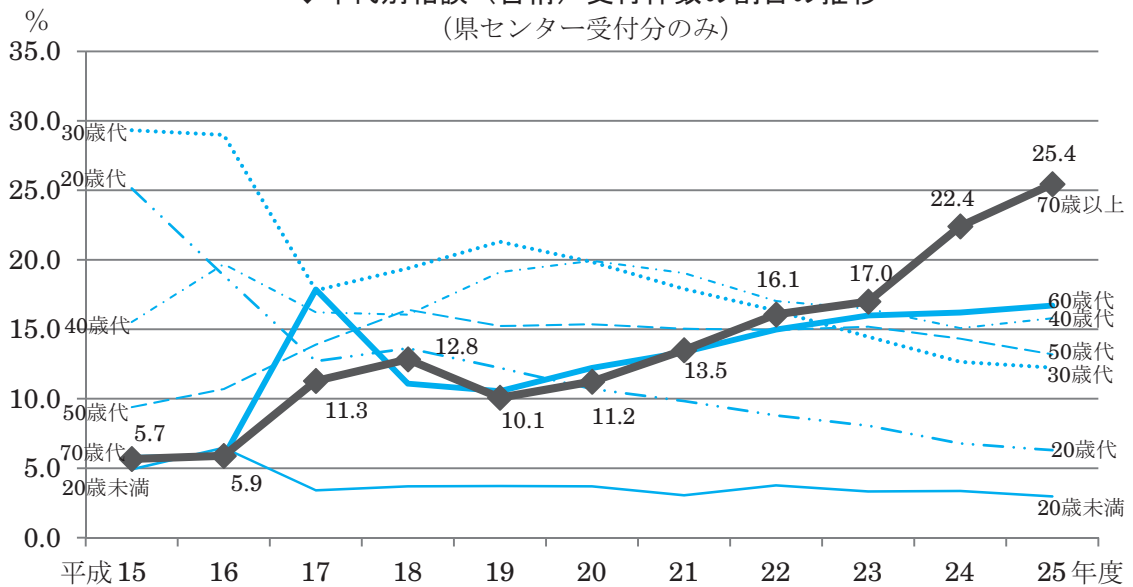
一方、市消費生活センターの新設と消費生活相談員の配置など、市町村の相談体制強化の取り組みにより、県消費生活センターへの相談件数が減少傾向にある中で、ここ数年、市町村に相談する割合は増加傾向にあります。



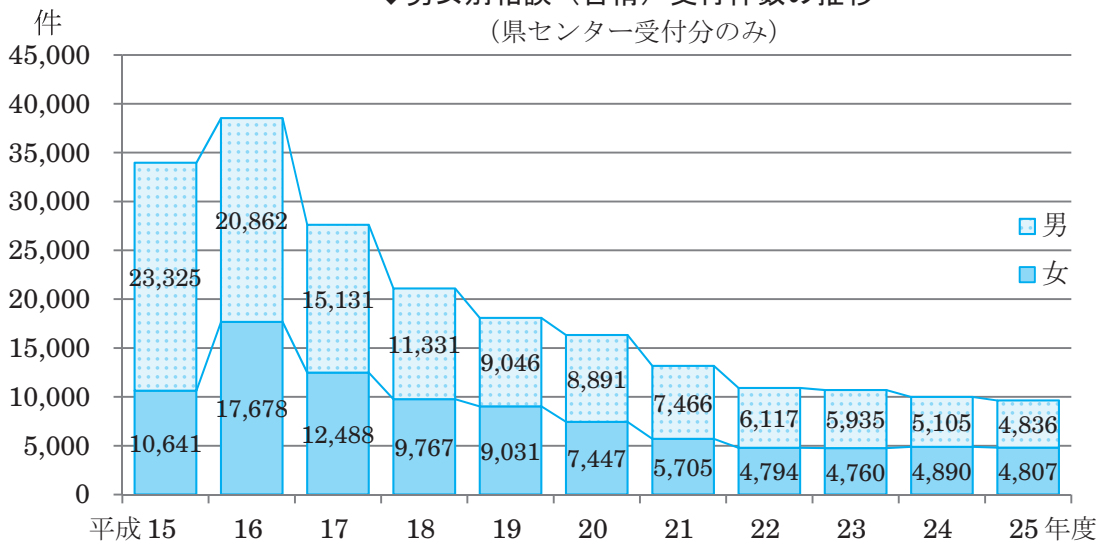
《年代別相談割合の状況》

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25年度には約4.5倍の25.4%を占めるようになっていています。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25年度：28.3%）の5.5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。

◆年代別相談（苦情）受付件数の割合の推移
（県センター受付分のみ）



◆男女別相談（苦情）受付件数の推移
（県センター受付分のみ）





《相談内容の状況》

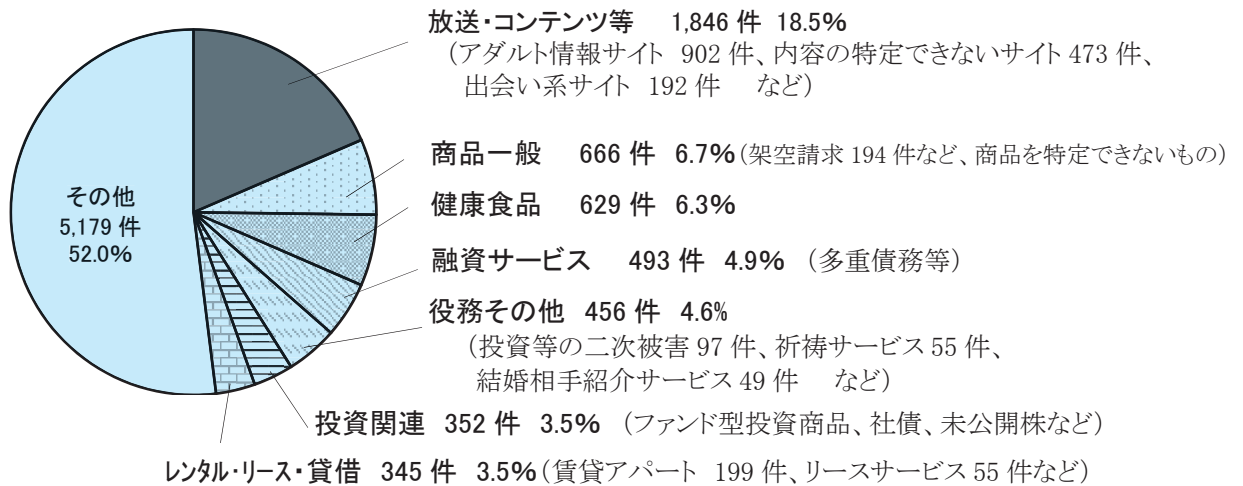
平成 25 年度に寄せられた相談を内容別にみると、アダルト情報サイト等における不当・架空請求等の「放送・コンテンツ等」に関する相談が最も多く、次いで商品の架空請求等の「商品一般」、「健康食品」の送り付け、多重債務等の「融資サービス」等となっています。

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。

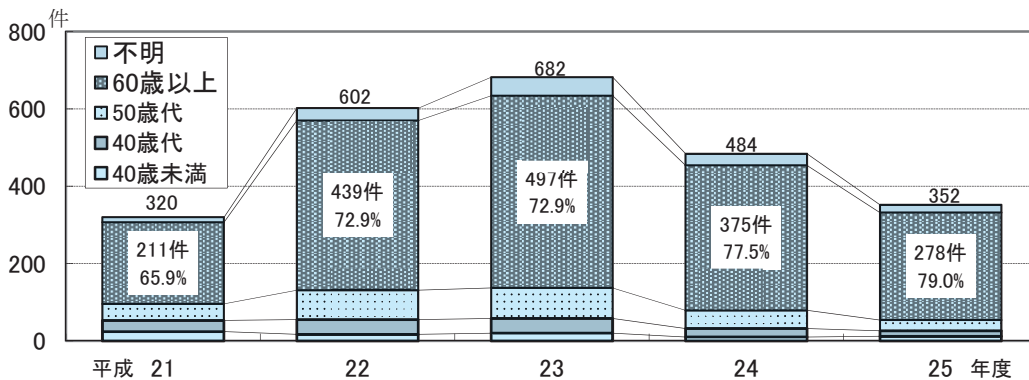
このほか、「その他」には、インターネット通信サービス、リフォーム、自動車などに関する様々な相談が寄せられています。

また、投資に関する相談は、平成 23 年度の 682 件をピークに減少していますが、60 歳代以上の相談割合は年々増加しており、高齢者の特殊詐欺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 (平成 25 年度県センター受付分のみ)



◆年代別投資に関する相談(苦情)件数の推移(平成 25 年度県センター受付分のみ)

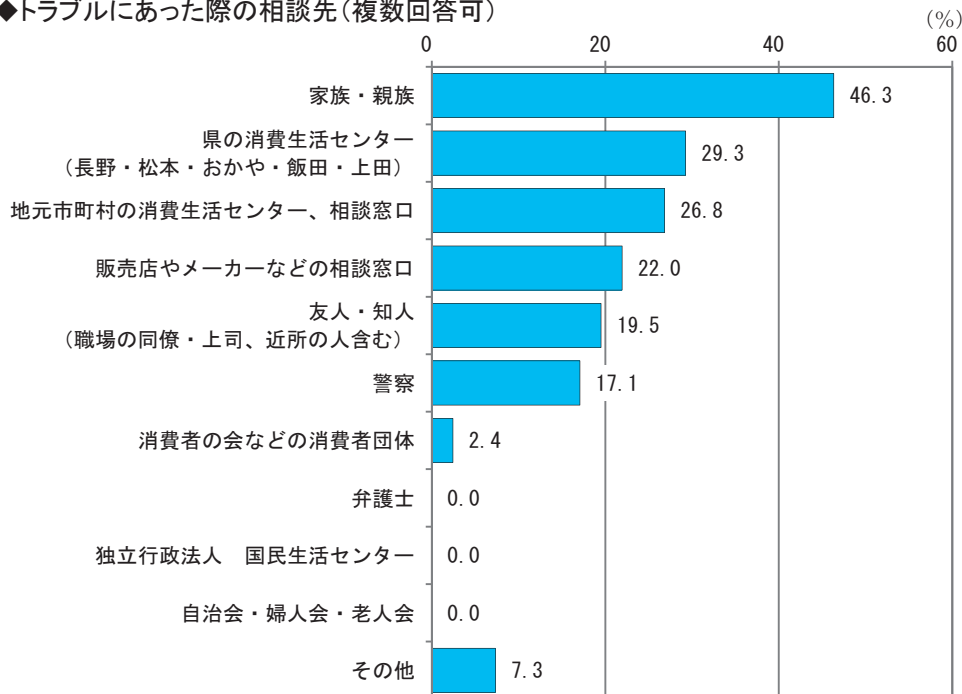


《県民の消費生活相談に係る意識》

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)



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の他に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 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》

新学習指導要領が平成 23 年度から平成 25 年度にかけて完全実施され、「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 | 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 | 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 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を実施していると回答した割合が多くなっています。しかし、その内容を見ると、社会に出たとき直面する「リスク」や「トラブル」に関する項目が、他の項目よりも低い結果となっています。

また、実施した授業時間数も、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》

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。

◆大学と連携した出前講座の実施状況

| 項目・年度 | 平成23年度 | 平成24年度 | 平成25年度 |
|-------|--------|--------|--------|
| 実施回数 | 1回 | 24回 | 22回 |
| 参加者数 | 68人 | 5,485人 | 5,059人 |

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。

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

《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、大学入学時における出前講座、地域でのくらしのセミナーや出前講座等を中心とした消費者教育に努めているほか、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。

高校における消費者教育の取組事例

高校生の取組（その1） ～振込詐欺撲滅「紙芝居」の制作・発表～

屋代南高校の美術部では、千曲署管内で実際に発生した特殊詐欺被害事件をモデルにした被害防止のための紙芝居を制作しました。

紙芝居の内容は、警察官や息子を騙った振り込め詐欺のやりとりをわかりやすくまとめた2作品です。地域の皆さんから紙芝居の公演の要望も寄せられていることから、高校では演劇部生徒による公演の準備も進めています。

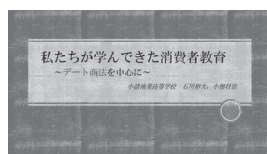
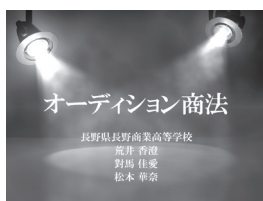


高校生の取組（その2） ～高校生向けWEB用教材の制作～

県内の商業5高校（長野商業、松代、小諸商業、赤穂、穂高商業）では、課題研究や情報関連の科目で、消費者被害防止をテーマとしたWEB用教材を制作しました。

オーディション商法など高校生が被害に遭いやすい内容を、自分たちで学習教材としてまとめ、県内の高校でも活用できるようWEB上で公開しています。

<http://www.nagano-shohi.net/news/2014/03/post-232.html>



《消費者団体等の取組状況》

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レジ袋の削減などの環境問題等、消費者力向上に向けて活動しています。

また、本県には約1,200の公民館があり、その数と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。

地域における消費者団体等の活動事例

北信雑技団の取組 ～寸劇による啓発活動～

平成17年に北信地域の市町村に組織する「消費者の会」会長を歴任した方々が、「寸劇」を通じて、地域における悪質商法を未然に防ぐことを目的に設立し、老人大学や公民館・社会福祉施設など高齢者の皆様の集まる講座に出かけ、寸劇による啓発を行っています。

シナリオは、振り込め詐欺を内容とした「交通事故編」や「痴漢編」、悪質商法の手口を内容とした「訪問販売」、「SF商法」、「電話勧誘販売」や「利殖商法（未公開株）」、地域の見守りの大切さを伝える「民生委員」の7本のテーマにより、公演中です。



すそばなの会の取組 ～紙芝居による啓発活動～

平成18年に結成して以来、悪質商法による被害をなくしたいとの思いから、実際に身近にあった消費者被害を題材にシナリオを練り、「紙芝居」を通じて、地域のお年寄りなどにも親しみのあるわかりやすい啓発活動を行っています。

現在では、「携帯電話を上手に使おう」、「あなたを狙う点検商法」、「結婚詐欺にご用心」、「佐藤家の一曰」、「その振込み送金 ちょっと待て！」や「佐藤家の一曰（食の安全安心編）」の6作品により、地域の消費者被害の未然防止等消費者問題に取り組み中です。



消費者の会の取組 ～地域における消費者活動～

「消費者の会」は県が平成20年度まで開催した消費者大学などを修了された方々を中心に、地域における消費者問題に取り組むために組織されました。

現在では、県内各地域で消費者の会が結成され、会員数は約3,000名となっています。活動の内容は、レジ袋の削減、ごみの減量、省エネ・省資源などの環境問題から消費者問題の啓発活動まで、地域の特色に応じた幅広い取り組みが行われ、地域における消費者問題の解決に向けて活動されています。

長野県消費者団体連絡協議会の取組 ～地域人材の育成～

長野県消費者団体連絡協議会では、毎年秋に一般消費者向けに、特殊詐欺や消費者トラブル、衣・食・住生活、身近な法律や契約、生活や家計管理、環境問題など日常生活の様々なことについて、“生活上手になる”“自分の行動に責任もてる消費者になる”“主体的な市場社会の担い手になる”ことを目的とした消費者力向上学習会を開催しています。

また、(一財)日本消費者協会の「消費者力検定試験」も主催するなど、地域の消費者力の向上のため、日々活動しています。

生協（コープながの）の取組 ～消費者力向上をめざして～

生活協同組合コープながのでは、組織内有識者（弁護士、消費生活コンサルタント）による一般消費者向け「消費者力向上講座」を実施しています。

「被害者にならないために～弁護士から学ぶ、最新の騙しの手口と対処法～」、「多様化するだましの手口を最新の事例から学ぼう」、「なんでも法律事務所～相続問題～」など、身近な問題をわかりやすく学ぶ機会として好評です。

開催スタイルをカフェ形式にするなど工夫し、平成25年度は県下6会場で、105名の皆様が参加しています。



様々な集会での出前講座の活用 ～公民館・集会場での学習～

本県は本館・分館まで含めると全国最多の約1,200の公民館があり、生涯学習としての学級・講座も活発に行われています。

その中で、消費者問題に関しては、「悪質商法について」、「消費者被害にあわないために」といったテーマの県の出前講座を活用した講座が毎年30件程度、公民館で開催されており、一会場、10人の小集会から90人位の大規模な研修会まで様々な集会で、多くの方が被害に遭わないための方法について学ばれています。



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』(P13) 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、県民の信頼度をより向上するために、消費者被害救済委員会への付託を含めた苦情・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の周知など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》

本県の市町村における消費生活相談の相談分担率、消費生活センターの設置率及び消費生活センターの人口カバー率は、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関わる場合もあり、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おそ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平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情報の発信力の強化

《消費者教育の体系的・総合的な取組》

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。

地域社会の教育的資源を効率的・効果的に使って、「生きる力」を育むための消費者教育を児童・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、身の周りにおける消費者トラブルやリスクの実態を正しく認識させるなど、児童・生徒の将来を見すえた教育内容を検討する必要があります。

また、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、地域包括支援センター、社会福祉協議会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、本県は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。

《学校、地域、消費者団体等との連携》

消費者教育を効果的に推進するためには、学校や地域、職域などが、その場に応じた有効な取り組みを行うことはもとより、消費者団体や福祉団体、事業者団体等を含めて、それぞれが消費者問題に対する特徴を生かして有機的に連携し、相互の理解を深めながら推進することで相乗的な効果が発揮されます。

学校や地域公民館等における消費者団体や事業者団体等との連携、また、職域における消費者団体や福祉団体との連携など、それぞれの場や環境を超えた消費者教育、人材活用法の枠組みを検討し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 消費生活をめぐる諸課題への対応

いただきます

《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、事業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。