

第3次長野県消費生活基本計画

～ 第3次長野県消費者教育推進計画 ～

(素案)

(令和5年度～令和9年度)

長 野 県

《 目 次 》

第1章 計画の基本的考え方	1
1 第3次計画策定の趣旨	
2 計画の位置づけ	
3 計画の期間	
4 計画の策定、進捗管理、評価、公表	
第2章 長野県における消費生活の現状と課題	2
1 消費者を取り巻く社会情勢の変化	
（1）高齢化の進行等	
（2）デジタル化の進展	
（3）自然災害や感染症等の発生	
（4）民法改正による成年年齢の引下げ	
（5）持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現に向けた機運の高まり	
2 国の主な動向	
3 長野県の主な現状・課題	
（1）消費生活相談	
（2）消費者教育	
（3）エシカル消費	
（4）悪質事業者等に対する行政指導・処分	
（5）電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害	
第3章 基本理念等	10
1 計画の視点	
2 基本理念	
3 基本方針	
4 計画体系	

基本方針1 安全・安心な消費環境の整備

- 1 商品・サービスの安全・安心の確保
- 2 適正な商取引の確保
- 3 電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害防止対策の推進

基本方針2 消費者被害の未然防止と救済に向けた消費生活相談体制の充実強化

- 1 県消費生活センターの機能強化
- 2 市町村相談体制への支援強化
- 3 関係団体等との連携強化

基本方針3 消費者の自立支援と持続可能な社会のための消費・生産活動の推進

- 1 消費者教育・啓発の推進
- 2 エシカル消費の促進

- 1 県民意見の反映
- 2 県民や事業者、消費者団体等との協働

- 1 用語解説
- 2 長野県消費生活条例

第1章 計画の基本的考え方

1 第3次計画策定の趣旨

長野県は、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、「基本計画」という。）を、平成30年4月には第2次基本計画を策定し、消費者施策を推進してきました。

これまでの取組によって、消費者の身近な相談窓口である市町村消費生活センターの人口カバー率が約9割まで増加したことや、高齢者を消費者被害から守る高齢者見守りネットワークが全市町村で構築されるなど、一定の成果を上げてきました。一方で、令和元年度から発生した新型コロナウイルス感染症によって消費生活の学びの場が縮小するなどの新たな課題や、特殊詐欺被害が継続的に発生しているなど解決に至っていない課題もあります。

今後は社会情勢の変化によって、高齢化の更なる進行に伴う孤立高齢者や成年年齢の引下げに伴う若者消費者など、ぜい弱な消費者が増加することが懸念されています。さらに、デジタル化の進展やコロナ禍による新しい生活様式の浸透、頻発する自然災害に便乗した悪質商法の発生などにより、消費者の誰もが消費者トラブルや被害に遭う可能性があります。

また、消費者被害の防止に留まらず、人や環境にとって持続可能な社会の実現に向けて県民一人ひとりが取り組むことができる消費行動を通じて社会課題の解決に取り組むことも重要であり、そのためには消費者と事業者が協働して取り組んでいくことが求められています。

本計画は、こうした背景を踏まえ、引き続き本県の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するとともに、消費行動を通じた持続可能な社会の実現を目指して、総合的に消費者施策を推進するため策定するものです。

2 計画の位置づけ

長野県消費生活条例第3条に基づき、本県の消費者施策を策定・実施するための基本的な計画として、かつ、消費者教育の推進に関する法律第10条第1項で規定する都道府県消費者教育推進計画としての位置づけも兼ねて策定します。

また、（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するものです。

3 計画の期間

令和5年度を初年度とし、令和9年度を目標年度とする5年間を計画の期間とします。

なお、計画期間内であっても、新たな消費者問題の発生など社会情勢に大きな変化が生じた場合には、必要に応じて計画を見直します。

4 計画の策定、進捗管理、評価、公表

本計画は、消費者である県民の意見を反映するため、長野県消費生活審議会での審議やパブリックコメント等を通じて策定し、効果的な事業実施及び透明性の確保に向けて、進捗状況を毎年同審議会に報告し評価を受けるとともに、県のホームページで公表します。

なお、年度ごとに直近の社会情勢や課題等を踏まえ、特に重要な施策を定めて重点的に取り組みます。

第2章 長野県における消費生活の現状と課題

1 消費者を取り巻く社会情勢の変化

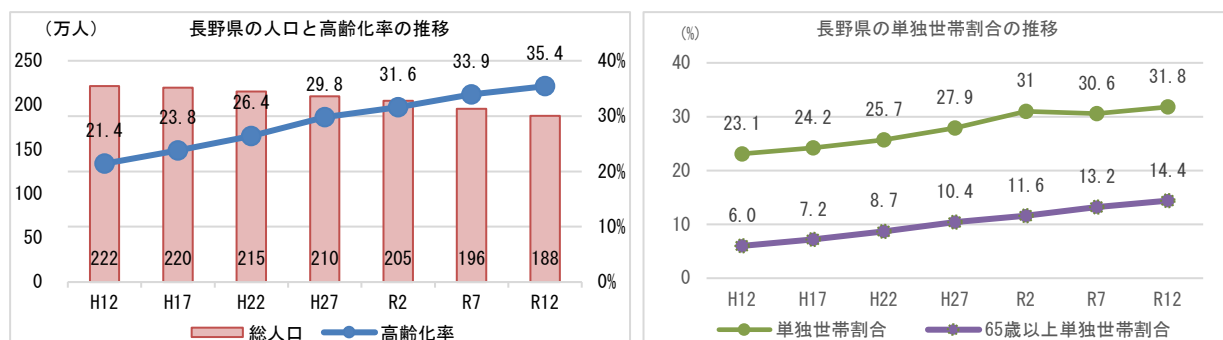
(1) 高齢化の進行等

本県では人口減少・少子高齢化が進行しており、令和12年(2030年)までに総人口は約188万人まで減少する一方、高齢化率は3割超に達すると推計されています。

また、単独世帯の割合は増加を続けており、令和12年(2030年)には全体の3分の1程度、65歳以上の単独世帯では全体の1割超に増加すると推計されています。

今後、認知症等による判断力の低下や身体能力の衰えなどがある高齢者を狙った悪質商法や消費者トラブルの増加、孤立した県民が一人で抱え込むことによる消費者トラブルの深刻化などが懸念されます。特に、孤立した高齢者の場合は、自ら被害を認知し関係機関へ相談することが困難となりうる可能性があり、周囲のサポートが必要です。

こうした弱い消費者を地域で支えるために、身近な市町村相談体制や高齢者見守りネットワーク等の支援体制の充実が一層重要となっています。

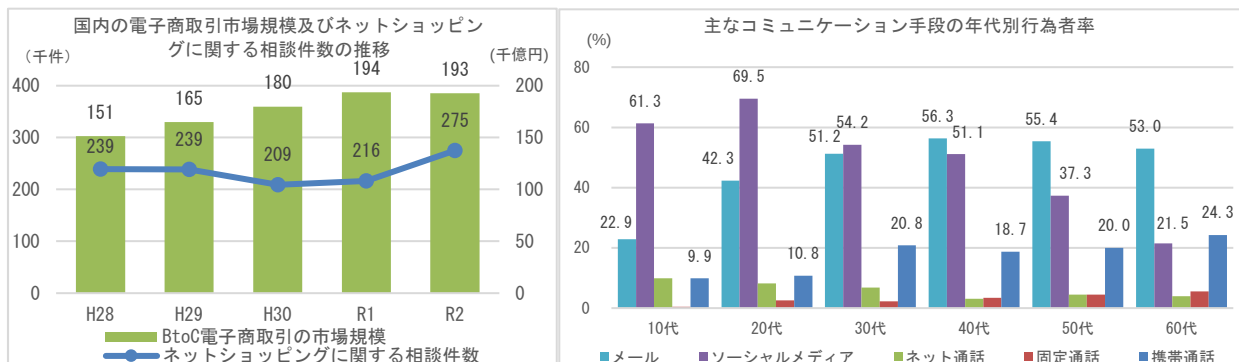


出典：令和2年以前は「国勢調査」(総務省)、令和7年以降は「日本の地域別将来推計人口」(国立社会保障・人口問題研究所)

(2) デジタル化の進展

近年、ICT(情報通信技術)の高度化や新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う「新しい生活様式」の浸透により、いつでも手軽にデジタル空間にアクセスして商品・サービスを購入できる電子商取引が拡大しています。消費者にとって選択の幅が広がるなど利益の増進につながる一方で、商品・サービスが消費者の期待と異なることや購入したが提供されないなどといった消費者トラブルが増加する恐れがあります。

また、ICTの高度化によりコミュニケーション手段が変化し、特に30代以下では通話と比較してSNS等の利用が格段に多くなっていますので、こうしたデジタル化の進展に伴う消費者トラブルの増加や県民の連絡手段の変化に対応する相談体制が必要です。



出典：「令和2年電子商取引に関する市場調査」(経済産業省)
「令和3年版消費者白書」(消費者庁)

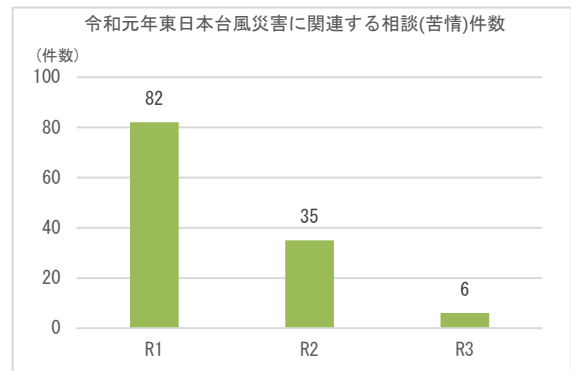
出典：「令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」(総務省情報通信政策研究所)
「ソーシャルメディア」はLINE、Twitter、Facebookなどのサービス/アプリ、
「行為者率」は調査期間に該手段を利用した者の割合を指す。

(3) 自然災害の多発や感染症の発生

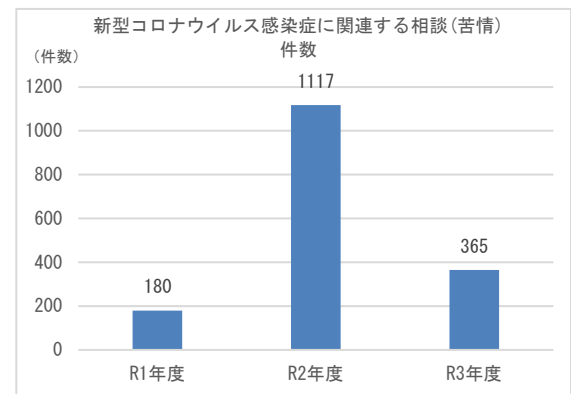
本県では地震、台風、豪雨・豪雪などの自然災害に見舞われることが多く、直近では令和元年10月に令和元年東日本台風災害によって9,299世帯の家屋が浸水や全壊するなど大きな被害が発生しました。被災した消費者は生活基盤が損壊し、生活関連物資の入手が困難となり、日常生活に深刻な影響が出ることや、復興に便乗した悪質商法などによる被害が発生する恐れがあります。

令和2年1月以降には新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、一部の生活関連物資の一時的な品薄や不確かな情報の拡散、便乗した悪質商法や関連する消費者トラブルが発生しました。

災害や感染症などの緊急時には、誰もが弱い消費者となりトラブルに巻き込まれる危険性があることから、県民に対する正確かつ迅速な情報提供や啓発活動、悪質事業者への対応、被害の未然・拡大防止に向けた相談体制の充実が必要です。



出典：長野県調べ（県及び市町村消費生活センター受付分）

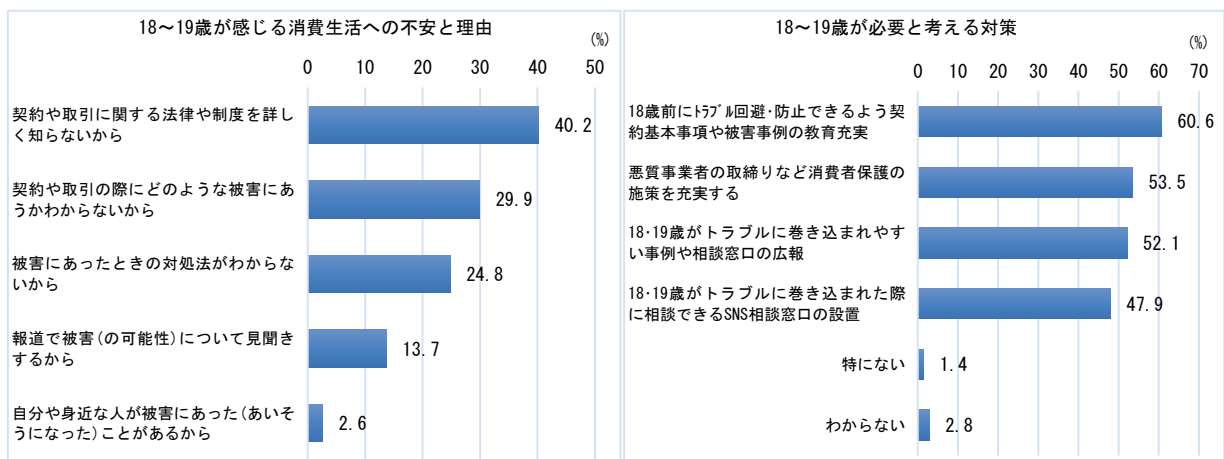


出典：長野県調べ（県及び市町村消費生活センター受付分）

(4) 民法改正による成年年齢の引下げ

民法の一部改正により、令和4年（2022年）4月から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられ、18歳から19歳の若者が保護者等の同意を得ないで行った法律行為を取り消すことができる「未成年者取消権」を行使できなくなることで、消費者トラブルに遭う可能性があります。

令和4年度に成年となった18、19歳を対象としたアンケートからは消費生活に関する不安の声が読み取れるため、若者が安心して社会に出て生活を営むことができるよう、消費生活に関する基礎知識や対処能力を学び、身に着けるための広報啓発や消費者教育の充実、若者が相談しやすい相談体制等が必要です。



出典：「令和4年度 若者の消費生活意識に関するアンケート調査」（長野県くらし安全・消費生活課）

(5) 持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現に向けた機運の高まり

平成 27 年 9 月に国連サミットで採択された持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現に向けた令和 12 年までの国際目標である SDG s（持続可能な開発目標）について、12 番目の目標である「つくる責任 つかう責任」の達成に向けて、事業者と消費者が共に社会や環境への影響を考え生産・消費活動を行うことが求められています。



日本では平成 24 年に施行された消費者教育の推進に関する法律において、消費者の個人的消費行動（商品・サービスの選び方や消費者被害の未然防止等）だけでなく、消費者の社会的行動（商品等の購入・廃棄・再生の各場面を通して社会、経済、環境に影響を及ぼす）にも着目し、消費者自らが持続可能な社会の実現に取り組む「消費者市民社会」を打ち出しており、消費者庁ではその取組の一つとして、人や社会・環境に配慮した消費行動である「倫理的消費（エシカル消費）」の啓発に取り組んでいます。

長野県では令和 2 年 10 月に長野県脱炭素社会づくり条例を施行し、持続可能な脱炭素社会の実現に向けて、県民に対するエシカル消費の主体的な実践に向けた普及啓発を行うとともに、エシカル消費の理念に基づく取組を自ら実践することに取り組んでいます。

県民一人ひとりが社会的な課題に向き合い、日々の消費活動を通じて自分にできることに取り組むことや課題解決に取り組む事業者を応援すること、そして事業者も生産活動等において社会的な課題解決に取り組むことが重要です。

2 国の主な動向

平成 21 年に消費者行政を一元的に推進するため消費者庁を設置し、消費者安全法で消費者行政における県と市町村の役割を明記するなど関係法令を整備し、現在は令和 2 年 3 月に策定した第 4 期の消費者基本計画に基づき、消費者政策を推進しています。

平成 24 年に総合的かつ一体的に消費者の自立を支援するため消費者教育の推進に関する法律を施行し、現在は平成 30 年 3 月に改訂した消費者教育の推進に関する基本的な方針に基づき、消費者教育を推進しています。

地方における消費者行政を充実・強化するため、令和 2 年 3 月から地方消費者行政強化作戦 2020 を展開し、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の全国的な維持・拡充を推進しています。

令和 4 年 6 月には消費生活相談デジタル・トランスフォーメーション（DX）アクションプラン 2022 を策定し、今後、国民生活センター及び全国の消費生活センターにおける相談体制の充実や効率化を目指した DX を推進する予定です。

「旧統一教会」（現在：世界平和統一家庭連合）問題等のいわゆる霊感商法（開運商法）への対応の強化を求める社会的な要請が高まっていることに関して「霊感商法等の悪質商法への対策検討会」（消費者庁）を開催し、消費者被害の発生及び拡大の防止を図るための対策等を現在検討しています。（進捗状況により更新予定）

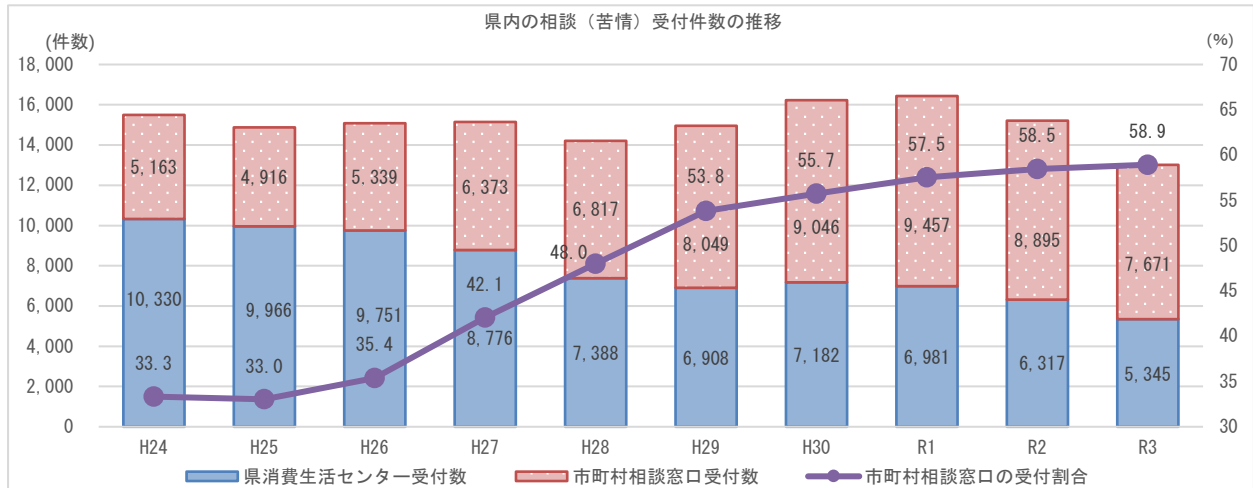
3 長野県の主な現状・課題

(1) 消費生活相談

①消費生活相談受付

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、平成 24 年度以降は概ね 1 万 3 千から 1 万 6 千件程度で推移しており、令和 3 年度（2021 年度）は 12,851 件で前年度比 85.5%となっています。

一方、消費生活センターの新設や消費生活相談員の配置など市町村における相談体制が充実してきたことで、県民が市町村相談窓口へ相談する割合は増加しており、令和 3 年度（2021 年度）には 6 割弱となっています。

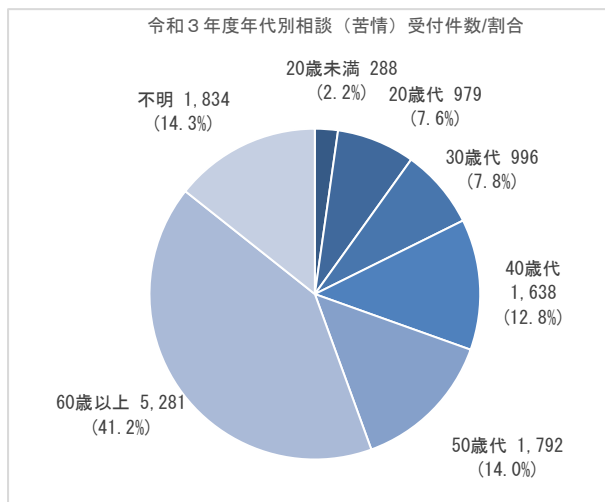


出典：長野県調べ（県消費生活センター及び市町村相談窓口受付分）

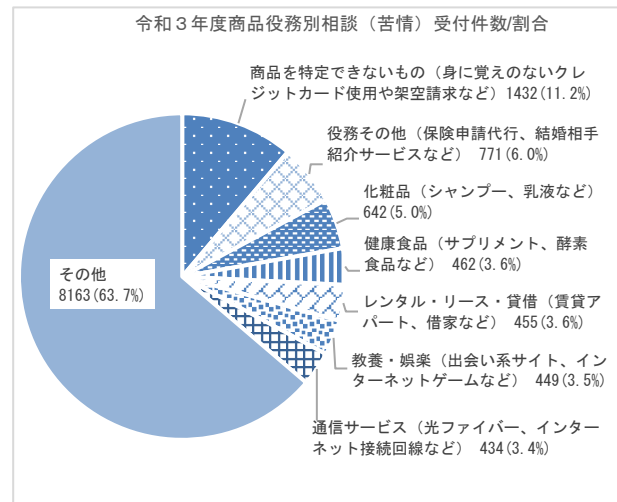
②年代別相談割合及び相談内容

令和 3 年度（2021 年度）に寄せられた相談（苦情）について、契約当事者の年代別割合では 60 歳以上の割合が 41.3%と全体の半数弱となっている一方で 30 歳未満は 1 割に満たないなど、年代に大きな偏りが見られます。

寄せられる相談（苦情）の内容は非常に多岐にわたっていますが、例えば、県消費生活センターに寄せられた「内職・副業（副業サイト、情報商材）」に関しては前年度 26 件から 112 件へと約 4 倍になるなど、社会情勢を背景とした複雑・高度な相談（苦情）は増加しています。



出典：長野県調べ（県及び市町村消費生活センター受付分）



出典：長野県調べ（県及び市町村消費生活センター受付分）

③市町村における消費生活相談体制

本県ではこれまで、県内市町村における消費生活相談体制の整備を促進してきており、令和4年9月現在、全ての市町村に消費生活相談窓口が設置されるとともに、19市全てと8町9村において消費生活センターが設置され、その人口カバー率は89.1%となりましたが、前計画の目標である100%は達成できていません。

小規模町村が多い本県では、単独で消費生活センターの設置が難しい町村も多く存在するという背景がありますが、複数市町村による広域単位

での設置を促進しており、現在、5市7町9村において協定の締結による消費生活センターの広域的处理が実現しています。今後も、未設置市町村に対して、広域的处理をはじめとする市町村の実情に合わせた方法を活用して、設置を促進していくことが必要です。

○県内市町村の消費生活センター設置状況

年度	設置市町村数	うち、広域的 処理市町村数	人口カバ ー率
H25	9市		50.4%
H26	12市		57.0%
H27	16市1町		74.2%
H28	16市3町4村	2市2町4村	76.8%
H29	19市5町6村	3市4町6村	84.4%
R4	19市8町9村	5市7町9村	89.1%

出典：長野県調べ

④関係機関・関係団体との連携

1 (1) のとおり、生活・健康の不安や孤独を抱える高齢者は被害に遭いやすく、孤立高齢者は増加傾向にあるため、各地域において見守り等を行う体制が必要です。

県内ではこれまで、高齢者福祉における「地域包括ケアシステム」や「長野県地域見守り活動」など既存の見守り活動の枠組を活用して、前計画の目標である全77市町村に消費者被害防止高齢者等見守りネットワークが構築されました。今後は、同ネットワーク内の連携を強化し、消費者被害の未然防止や早期解決に繋げていくことが重要となります。

また、県はこれまで事業者の不当な行為に対して差止請求を行うことができる適格消費者団体の設立を目指しており、県内1団体が認定に向けた活動を続けています。こうした消費者の代表である団体による消費者被害の未然・拡大防止の取組を引き続き支援することが必要です。

○高齢者等見守りネットワーク設置状況

年度	H30	R1	R2	R3
高齢者等見守りネットワーク設置市町村数	64	67	71	77
うち、消費者安全確保地域協議会を設置	0	1	1	1

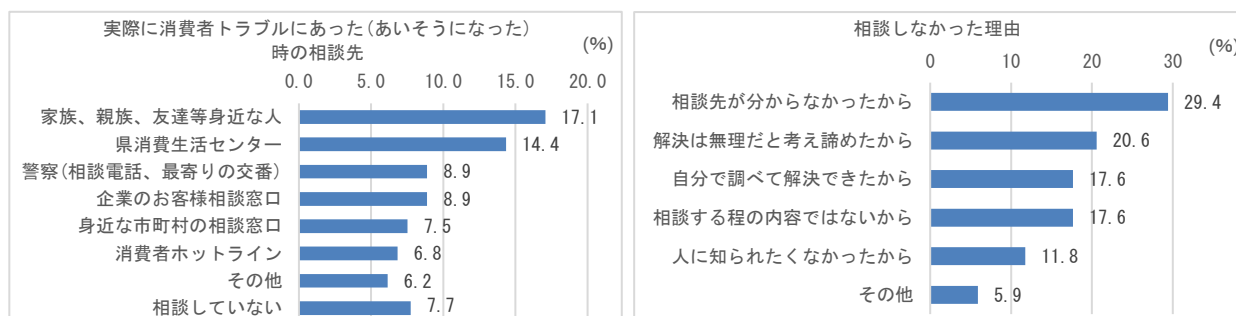
出典：長野県調べ

⑤県民の意識

県民が消費者トラブルに遭った（または、遭いそうになった）際、身近な人への相談や事業者へ直接連絡するなど、周囲に相談し自ら解決する行動をとっている場合と、消費生活センター等の公的機関に相談している場合のどちらも一定数存在しています。

前者に関しては、県民やその周囲の人が自立した消費者として自助、共助によって課題解決に取り組んでいるという観点から望ましい状況と言えます。

一方で、誰にも相談していない場合で最も多いのは、「相談先が分からない」という理由であり、自助、共助では解決できない場合のセーフティネットである消費生活センター等が適切に利用されるように、相談窓口の周知広報を更に充実する必要があります。



出典：「令和3年度 第2回県政モニターアンケート調査」(長野県)

以上を踏まえ、本県の消費生活相談体制は、相談者の年代の偏りや相談内容の複雑・高度化等の現状・課題に加えて、前述の社会情勢の変化に伴う新たな課題にも対応していくため、消費生活センター等における相談対応技術や専門性の一層の向上などが求められます。市町村における消費生活相談体制が充実してきたことを踏まえ、県と市町村の役割分担を改めて明確にした上で、県消費生活センターの機能強化を図ることが求められています。

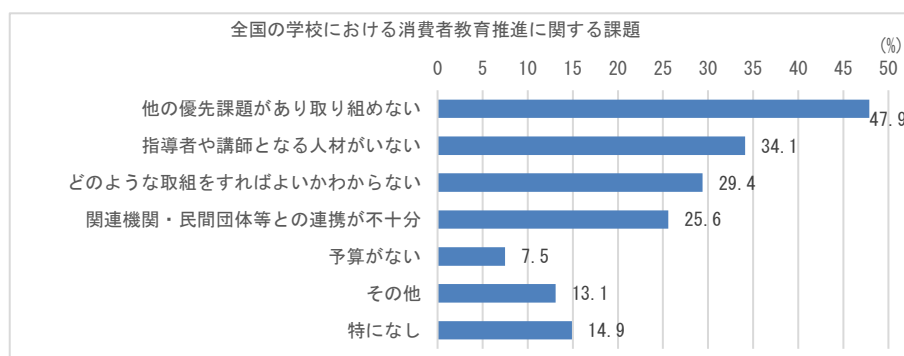
(2) 消費者教育

①学校における消費者教育

学習指導要領では、小中高等学校において、消費者教育を授業で取り扱うことが明記されています。成年年齢引き下げにより、契約等に関するトラブル等の増加が懸念されるため、学校における発達段階に応じた体系的な消費者教育の充実が求められています。

本県ではこれまで、学校における消費者教育の質の向上に向けて、教員研修や消費生活センター・金融広報委員会等による講師派遣及び出前講座などに取り組んできました。

一方で、社会の変化に対応した専門的知識や関連機関との連携の必要性が課題となっている学校現場の実情を踏まえ、効率的かつ効果的な消費者教育を推進していく必要があります。



出典：「令和3年度 消費者教育に関する取組状況調査」(文部科学省)

②地域における消費者教育

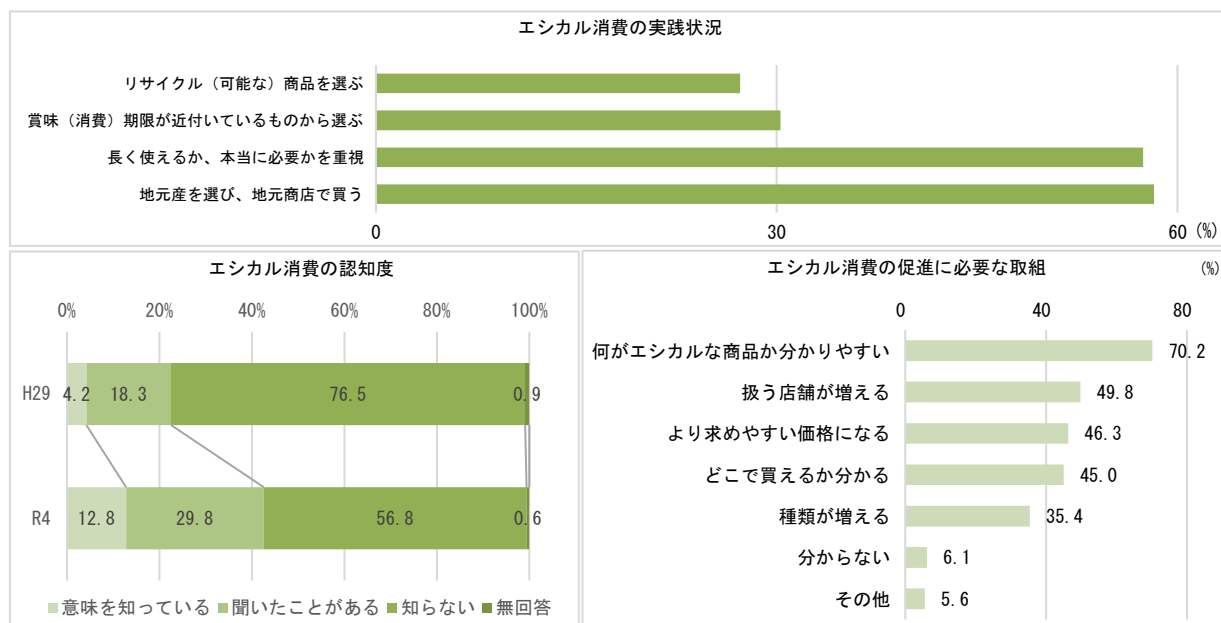
これまで本県では消費者大学や出前講座等を通じて県民に対して「学び」の場を提供してきましたが、前計画では年間参加者2万人を目標に掲げましたが、コロナ禍の影響により令和3年度は約1万人に留まっています。一方で、各地域における消費者教育・啓発の担い手として育成してきた消費生活サポーターの登録者数は令和3年度(2021年度)末時点で298人に達しています。引き続き、世代に関わらず消費者教育を提供するとともに、各地域で消費者教育・啓発の担い手を育成し、その担い手が地域を支えていくことを支援することが必要です。

(3) エシカル消費

1 (5) の機運の高まりを受けて、本県はこれまで「倫理的消費（エシカル消費）」を「人・社会、環境、地域、健康に配慮した思いやりのある消費（長野県版エシカル消費）」と捉え、啓発などに取り組んできました。

前計画では長野県版エシカル消費の認知度 100%を目指しましたが達成できませんでした。

しかし、県民の間では、エシカル消費であるということを意識せずにエシカル消費につながる取組が行われています。さらに、県民からは何がエシカルな商品であるか分かりやすいことや扱う店舗が増えることを望む声が多く、こうした意識に応じて県民のエシカル消費の実践を促進するために、県民への啓発に加えて事業者との連携による更なる取組等が必要です。



出典：「令和4年度 第1回県政モニターアンケート調査」（長野県）

(4) 悪質事業者等に対する行政指導・処分

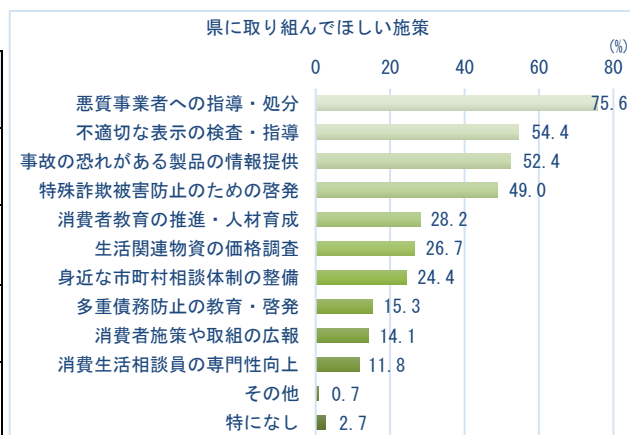
適正な商取引を阻害する不適切表示や訪問販売などによる消費者トラブルの防止のため、各法に基づき事業者への行政指導や処分を行っています。

県民が県に最も取り組んでほしいと考えている施策は悪質事業者等に対する指導・処分であり、県民の利益を守るため、より迅速で厳正な調査・指導等に努めていくことが必要です。

○不適切表示等に関する行政指導・処分件数

年度		H29	H30	R1	R2	R3
景品表示法	措置命令	1	0	0	0	0
	行政指導	6	3	4	5	8
特定商取引法	行政処分	0	1	0	0	0
	行政指導	2	1	1	0	4

出典：長野県調べ



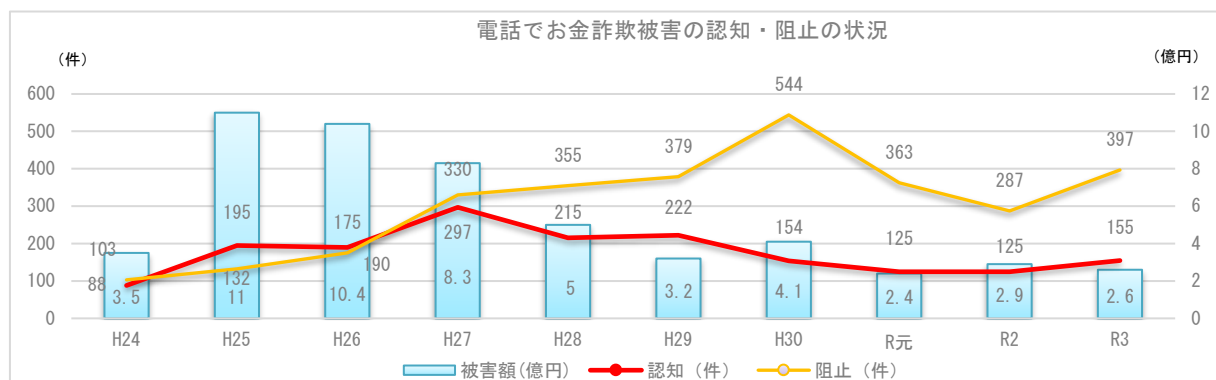
出典：「令和3年度 第2回県政モニターアンケート調査」（長野県）

(5) 電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害

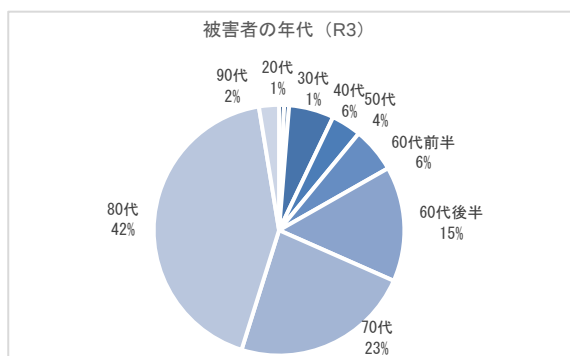
犯人が電話やメールで親族や公共機関を名乗り被害者を信頼させ、手渡しや振り込みで現金をだまし取る等の電話でお金詐欺（特殊詐欺）について、これまで県と警察が連携して県民被害の未然防止に向けた啓発や対策に取り組んできました。過去 10 年間では、被害認知件数は平成 27 年をピークに減少傾向にありましたが、近年は微増に転じ、令和 3 年には 155 件となっています。平成 26 年に「特殊詐欺非常事態宣言」を発令し、県、警察、市町村や県民が一丸となった啓発活動や、金融機関・コンビニエンスストア等と連携した振込阻止の水際対策などが一定の成果をあげているものの、未だ、前計画の目標値である被害認知件数年 90 件以下を達成できていません。

被害状況の内訳を見ると、被害者の 8 割以上は 65 歳以上の高齢者で、7 割強が自宅電話で犯人から接触され、約 6 割は犯人に現金やキャッシュカードを手渡ししてしまっています。

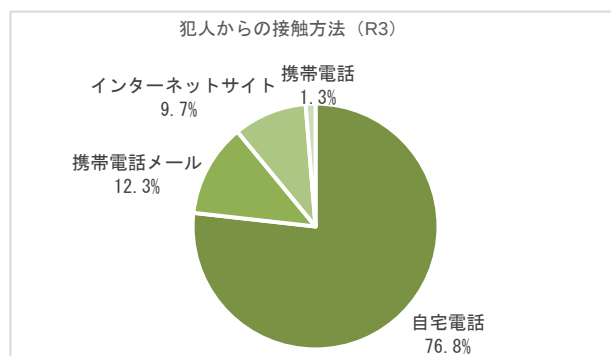
被害防止に向けて、こうした被害傾向を踏まえた更なる総合的対策が必要です。



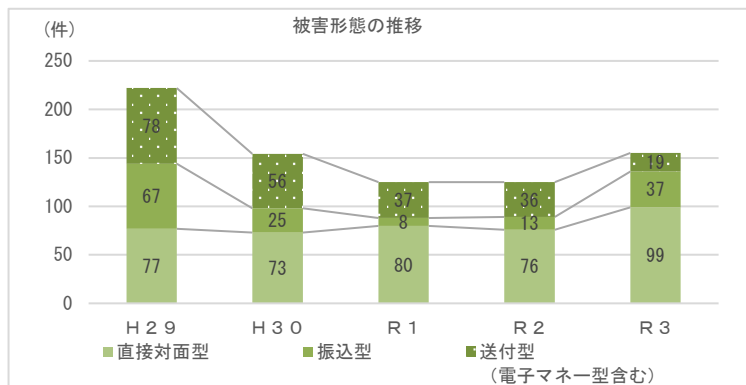
出典：長野県調べ



出典：長野県調べ



出典：長野県調べ



出典：長野県調べ

R3 年の数値で仮作成
R4 年の数値がまとまり
次第更新予定

第3章 基本理念等

1 本計画の視点

前章における社会情勢の変化や本県の現状・課題を踏まえ、本計画では以下の視点が必要です。

- ✓ 県民の誰もが消費者トラブルや被害に遭う可能性がある中で、安心して消費生活を営むことができるための更なる対策
- ✓ 県民が自ら考え安全な消費生活を営む自立した消費者となるとともに、消費・生産活動を通じた社会課題の解決に向けた取組推進

2 基本理念

長野県消費生活条例第2条では、消費者施策の推進に当たっては消費者の権利の確立と消費者の自立を支援することを基本として行うことを定めています。

長野県消費生活条例及び上記の視点を踏まえ、以下を本計画の基本理念とします。

全ての県民が安心して消費生活を営むことができるとともに、自立した消費者である県民と事業者が持続可能な未来に向けて消費・生産活動に取り組む信州の実現

3 基本方針

本計画では基本理念の実現に向けて、3つの基本方針を掲げて施策を推進します。

基本方針1 安全・安心な消費環境の整備

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環境を整備するため、食品をはじめとする商品やサービスの安全や、県民が適切な商品やサービスを選択することができるための県民と事業者との間の公正な商取引を確保することや、電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害の防止を推進します。

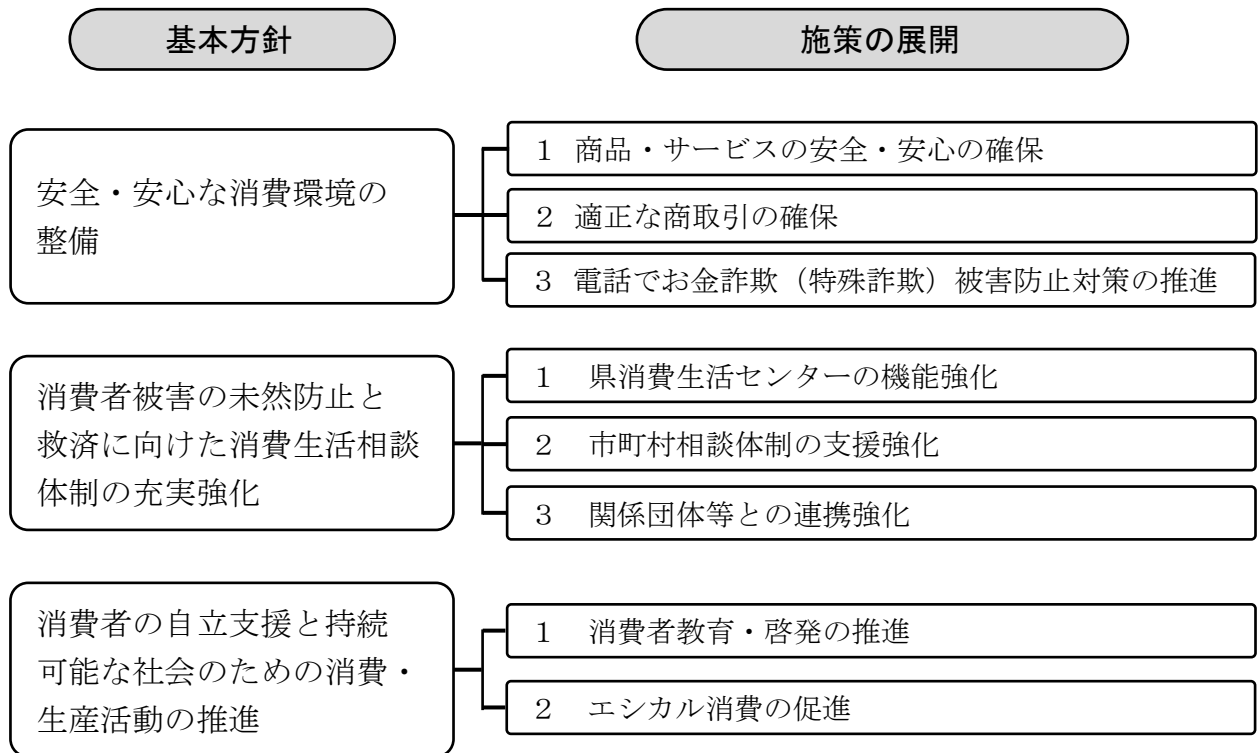
基本方針2 消費者被害の未然防止と救済に向けた消費生活相談体制の充実強化

社会情勢の変化を踏まえつつ、県民の消費者被害を未然に防止し、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対応できる消費生活相談体制へと充実強化するため、県消費生活センターの機能強化、住民に最も身近な市町村消費生活相談体制の支援強化、適格消費者団体など関係団体等との連携強化に向けた支援を推進します。

基本方針3 消費者の自立支援と持続可能な社会のための消費・生産活動の推進

県民が自主的かつ合理的に行動して消費活動を行うことができる自立を支援するため、各世代に応じた消費者教育を推進するとともに、持続可能な社会の実現に向けて県民と事業者がエシカルな消費・生産活動等を実践していくため、意識啓発や取組支援等を推進します。

4 計画体系



第4章 施策の展開

基本方針1 安全・安心な消費環境の整備

1 商品・サービスの安全・安心の確保

基本的事項

- 県民が安心して商品やサービスを購入し、安全に利用するために、販売事業者に対する立入検査や指導の徹底、生命や身体に危害が及ぶ恐れが発生した際には迅速な県民への情報提供等を行い、被害を防止することが必要です。
- 県民の関心が特に高い食品について、県民が安全に飲食するために、食品事業者に対する監視指導や検査等の徹底によって安全性を確保することが重要です。

施策の方向性

(1) 商品・サービスの安全の確保

- ✓PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）等を通じて、リコール・注意喚起・重大事故情報等を広く収集し、各種媒体を通じて県民に対し速やかに情報提供を行い、商品やサービスによる生命・身体への被害防止を図ります。
- ✓販売事業者に対して消費生活用製品安全法に基づく立入検査・指導を行い、消費生活用製品の事故による危害の防止に努めます。
- ✓県民の生命・身体に危害が及ぶ恐れのある消費者事故等を消費者庁に報告するとともに、必要に応じて国民生活センター等の専門機関を通じた商品テストを行い、商品の安全性担保に努めます。

(2) 食品の安全の確保

- ✓「長野県食品衛生監視指導計画」に基づき食品事業者に対する監視指導や食品検査等を行い、飲食に起因する健康被害の防止を図ります。

2 適正な商取引の確保

基本的事項

- 県民が商品やサービスの内容を正しく理解し、安心して選択できるために、商品やサービスにおいて適正表示がなされることが重要です。
- 県民が望まない取引を行ってしまうことを防ぐため、常に悪質な取引を行う事業者に関する情報収集に努め、法令に基づく徹底した指導・処分を行うことが必要です。
- 割販売や貸金業を行う事業者について、適正な取引や契約が行われるよう立入検査等を行うとともに、貸金業の登録がない事業者や法定上限を超える金利で貸し付けを行ういわゆるヤミ金融業者への対策を徹底する必要があります。
- 消費生活の安定の基礎となる生活関連物資について、自然災害や感染症の発生時等における品切れや価格高騰、便乗値上げ等による県民の混乱を防ぐため、価格動向や需給状況に関して県民に正確な情報を届けることが重要です。

施策の方向性

(1) 商品・サービスの適正表示の確保

- ✓国及び県表示担当課（景品表示法、食品表示法、家庭用品品質表示法等）が情報共有や連携を図りながら、事業者や業界団体等に対する適正表示の周知や監視指導を行い、表示の適正化を図ります。

(2) 悪質事業者に対する厳正な指導、処分

- ✓悪質事業者による不当取引被害の監視や傾向分析を行い、国や他自治体、警察と連携しつつ、県民への注意喚起や事業者に対する指導・処分を行い、被害の拡大防止を図ります。
- ✓県消費生活センターに寄せられる相談や通報、その分析を基に迅速な初動調査を実施し、悪質事業者への対応の強化を図ります。

(3) 割賦販売における事業者指導

- ✓割賦販売法に定めのある取引業務を行う事業者に対し、財務・業務等の調査指導を行い、公正な取引の確保や購入者等の利益の保護を図ります。

(4) 貸金業における事業者指導

- ✓貸金業法に基づく貸金業者立入検査を行うとともに、ヤミ金融業者等に関する情報及び相談窓口を開設し、警察への通報や監督上の処分を徹底することで、被害の防止を図ります。

(5) 物価や供給の安定確保

- ✓生活関連物資等の価格の動向や需給の状況等を監視し、自然災害発生時等において必要に応じて調査・公表等を行い、県民の消費生活の安定に努めます。

3 電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害防止対策の推進

基本的事項

- 県民の財産が奪われる電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害の減少に向けて、被害者の多くが自宅電話で犯人からの連絡を受けることから、自宅電話対策が重要となります。
- 被害者のほとんどが高齢者であることから、高齢者を対象とした被害抵抗力の向上に努める必要があります。
- 同時に、今後、単独世帯高齢者が増加していくことが予想されるため、同居していない親族や地域団体など周囲による被害阻止対策も必要です。
- 被害の水際対策として、金融機関等と連携した犯人への振込防止などの取組も重要です。
- 若者が受け子等として犯罪に加担し、加害者となることを防ぐことが重要です。

施策の方向性

- ✓犯人からの接触を防止するため、主な接触方法である自宅電話に関する防犯対策の啓発や犯人グループの電話回線の遮断等の対策を推進し、被害の入り口対策の徹底を図ります。
- ✓犯人から接触された場合に被害へ繋げないため、主に高齢者に向けた防犯指導・広報啓発を企業や団体等と連携して行うとともに、前兆事案が発生した地域周辺への注意喚起を実施し、県民自身の抵抗力向上を図ります。

- ✓ 犯人から接触された場合に周囲が被害を阻止するため、子や孫世代に対する働きかけや民生委員・児童委員、防犯ボランティア団体や高齢者等見守りネットワーク等との連携を強化することで、家族や地域ぐるみによる被害防止を推進します。
- ✓ 犯人からの要求に従い被害者が払出しや振込等を行うことを防ぐため、金融機関・コンビニエンスストア等と連携して利用者等への声掛けや啓発活動を行い、被害の水際阻止を図ります。
- ✓ 若者が犯人グループに勧誘されて受け子等になることを防ぐため、若者や関係者等を対象とした電話でお金詐欺に関する研修や啓発を行い、若者の犯罪加担防止を図ります。

基本方針２ 消費者被害の未然防止と救済に向けた消費生活相談体制の充実強化

共通事項

- 本県における消費生活相談体制については、市町村消費生活センターのカバー範囲が拡大し、市町村への相談割合が増加している現状とともに、高齢化の進行やデジタル化の進展など社会情勢の変化に伴う新たな課題に対応する必要があります。
こうした背景を踏まえ、改めて県と市町村の役割分担を明確にした上で、それぞれの役割を果たすための機能強化を図ることが必要です。

【県の基本的役割】

- ・ 全県的な影響が及ぶ事案の対応
- ・ 高度な専門性を必要とする（悪質な）事案の対応
- ・ 市町村相談員の人材確保や育成支援

【市町村の基本的役割】

- ・ 県民にとって身近な相談窓口
- ・ 福祉部門等と連携した孤立高齢者等ぜい弱な県民への支援

１ 県消費生活センターの機能強化

基本的事項

- 市町村消費生活センターのカバー範囲の拡大や生活様式のデジタル化をはじめとする社会情勢の変化などを踏まえ、以下の観点で機能強化や効率的な運営を行うために県消費生活センターを集約した上で、長野県における消費者行政の中核的拠点としての役割を果たします。
 - ・ デジタル化への対応など消費生活相談体制の充実
 - ・ 人材育成をはじめとする市町村相談体制への支援強化
 - ・ 悪質事業者に対する初動体制の迅速化などの対応強化
 - ・ 消費者教育アドバイザーの配置など消費者教育・啓発活動の充実

施策の方向性

(1) デジタル化等に対応する消費生活相談体制の充実

- ✓ 消費生活相談員を配置し、県民からの相談・苦情に対する助言やあつせんを行い、消費者トラブル・被害の未然防止や早期解決への支援に努めます。
- ✓ テレビ会議システムや SNS を活用した相談窓口を新設し、センターから遠方に居住する県

民や普段から主に SNS 等を利用する若者が利用しやすい相談体制を整備します。

- ✓若者や高齢者、障がい者、外国人など様々な県民からの複雑・高度な相談・あっせんに対応するため、消費生活相談員による国民生活センター等の研修の積極的な参加を通じて相談技術や専門性を一層向上するとともに、必要に応じて国民生活センターや関係機関等と連携して、被害の未然防止や早期解決への支援に努めます。
- ✓専門的な法律知識を必要とする相談・あっせんに対応するため、弁護士等の消費者問題法律アドバイザーを選任します。
- ✓被害が多発し消費者利益が著しく侵害される紛争について知事の付託に応じてあっせん・調停を行うため、消費者被害救済委員会を設置し、公正かつ迅速な解決を図ります。
- ✓消費生活相談員がゲートキーパー研修を受講するほか、県消費生活センターに自殺防止啓発資料を配置し、相談者の自殺防止を図ります。

(2) 市町村相談体制への支援強化

- ✓市町村消費者行政推進支援員を増員し、市町村消費生活相談員や職員の相談受付に関する疑問や不明点等に対するきめ細やかなサポートを行い、相談対応能力の向上を図ります。
- ✓県消費生活センターにおいて市町村消費生活相談員の OJT 研修等を行い、市町村消費生活相談員の一層の技術向上を図ります。

(3) 悪質事業者の対応強化

- ✓県消費生活センターの集約によって悪質事業者に関する相談や通報を一本化し、その分析を基に迅速な初動調査を実施し、悪質事業者への対応の強化を図ります。
- ✓広域発生した被害事案について迅速に市町村へ情報提供することで、被害の拡大防止を図ります。

(4) 消費者教育・啓発活動の充実

- ✓消費者教育アドバイザーを新たに配置し、関係団体（市町村や学校等）のコーディネートや出前講座等の積極的な実施を通じて、学校や地域における各世代に対する消費者教育を推進します。
- ✓各地域における消費生活に関する啓発や消費者教育の担い手を確保し、その活動を促進するため、消費者大学等を通じた消費生活サポーター等の育成や活動支援に取り組みます。
- ✓消費者トラブルや被害に遭った際に県民が必要な相談窓口を利用できるよう、市町村等と連携し、県・市町村の相談窓口や消費者ホットライン「188」の積極的な周知を行い、認知度の向上を図ります。

2 市町村相談体制への支援強化

基本的事項

- 県民にとって最も身近な相談窓口である市町村において、消費者被害の未然防止や早期解決につなげるため、市町村消費生活センターの設置や相談員の人材育成等をはじめとする支援の強化を図ることが必要です。
- 市町村相談窓口等における対応が困難な場合には、県消費生活センターによるきめ細やか

なサポートを行うことが重要です。

- 孤立高齢者など消費者被害の認知や相談窓口へのアクセスが困難な弱い県民に対して適切な支援を行うため、福祉担当部門や高齢者見守りネットワーク等との連携強化を図ることが重要です。

施策の方向性

(1) 市町村消費生活センターの設置促進

- ✓市町村における消費生活センターの設置を促進するため、単独設置が困難な町村に対して近隣市町村との広域連携に関する情報提供等の支援を行い、市町村消費生活センターのカバー率向上を図ります。

(2) 市町村相談体制への支援

- ✓市町村消費者行政推進支援員を増員し、市町村消費生活相談員や職員の相談受付に関する疑問や不明点等に対するきめ細やかなサポートを行い、相談対応能力の向上を図ります。
(再掲)
- ✓県消費生活センターにおいて市町村消費生活相談員のOJT研修等を行い、市町村消費生活相談員の一層の技術向上を図ります。(再掲)
- ✓消費生活相談員の国家資格の取得支援や人材バンクの運営を通じて、市町村相談窓口における消費生活相談員の確保を促進します。
- ✓孤立高齢者など弱い県民の消費者被害の未然防止や早期救済に向けて、市町村相談窓口や市町村福祉担当部門、民生委員・児童委員、ボランティア団体及び市町村社会福祉協議会等との協働による高齢者等見守りネットワーク内の連携を強化します。

3 関係団体等との連携強化

基本的事項

- 県や市町村のみならず、適格消費者団体をはじめとする関係団体等と連携して消費者被害の未然防止や早期解決への支援に取り組むことが重要です。

施策の方向性

- ✓事業者による不当行為の差止請求等を行う適格消費者団体の設立を支援し、県と適格消費者団体の連携による消費者被害の未然防止・拡大防止の推進を図ります。
- ✓地域で活動する消費者団体等が開催する消費生活に関する講座や啓発活動などを支援し、連携して地域における消費者教育を推進します。
- ✓弁護士会等との懇談会において、直近の消費生活相談の動向や対処方法等に関する課題を共有し、被害の防止に努めます。

基本方針3 消費者の自立支援と持続可能な社会のための消費・生産活動の推進

1 消費者教育・啓発の推進

基本的事項

- 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、世代に応じた体系的・総合的な消費者教育を実践する必要があります。
- 特に成年年齢の引下げも含めて、子どもや若者が安心して社会に出て生活を営むことができるよう、消費生活に関する基礎知識や対処能力を学び身に着けるため、教育現場の実情を踏まえつつ、学校や家庭における消費者教育や啓発を充実することが必要です。
- 県民の誰もが消費生活に関する基礎知識や消費者問題、対処方法を学ぶことができる場を設置し、住民や事業者従業員に対する消費者教育や啓発を充実することが重要です。
- 消費者教育や啓発の担い手を育成し、その活動を促進することで、それぞれの地域において県民同士が支えあい消費生活を営むことができることが重要です。
- 疾病や離婚、事業不振などを原因とする多重債務は、自己破産の原因や自殺のリスク要因となるなど社会問題化しているため、関係機関と連携し、多重債務に陥らない未然防止や問題解決を図ることが必要です。

施策の方向性

(1) 学校における消費者教育の推進

- ✓児童・生徒が、身の回りのトラブルや危険を回避するための能力等を身に付けるため、学習指導要領に基づき、消費者教育を推進します。
- ✓学校における消費者教育の向上を図るため、教職員を対象にした消費者教育研修会を開催する等、教職員のレベルアップを図ります。
- ✓消費者教育アドバイザーを新たに配置し、学校と関係者のコーディネートや出前講座、教材提供等の積極的な実施を通じて、学校における消費者教育の充実を図ります。
- ✓子どもが社会に出てから経済的に自立し、より良い暮らしを実現していくため、金融広報委員会等と連携して学校における金融教育を推進し、金融リテラシーの向上を図ります。

(2) 地域における消費者教育の推進

- ✓消費生活に関する学びの場である長野県消費者大学を開講し、県民の誰もが参加できる消費者教育を推進します。
- ✓消費者教育アドバイザーを新たに配置し、地域関係者（市町村や学校、公民館等）のコーディネートや出前講座、教材提供等の積極的な実施を通じて、地域における消費者教育の充実を図ります。
- ✓地域で活動する消費者団体等が開催する消費生活に関する講座や啓発活動などを支援し、連携して地域における消費者教育を推進します。（再掲）

(3) 消費生活に関する啓発・情報提供の充実

- ✓市町村、民生委員・児童委員、ボランティア団体及び市町村社会福祉協議会等との協働による高齢者等見守りネットワーク等と連携し、地域の高齢者等に対する啓発活動を行い、被害防止に努めます。
- ✓最新の消費者被害情報やその対策について、県民一人ひとりに対して正確かつ迅速に情報を提供するため、県ホームページやメールマガジン、広報誌等を通じた注意喚起や啓発活動に取り組みます。

- ✓子どものインターネット利用に関する消費者被害の未然・拡大防止に向けて、子どもや保護者向けにネットトラブルの対応方法や相談先について学校等を通じて周知します。

(4) 消費者教育・啓発の担い手の育成や活動支援

- ✓各地域における消費生活に関する啓発や消費者教育の担い手を確保するため、長野県消費者大学等を通じた消費生活サポーター等を育成します。
- ✓消費者教育・啓発の担い手である消費生活サポーターが活動の場を広げられるよう、市町村への情報提供等を行います。

(5) 多重債務者対策の推進

- ✓関係機関・団体と、多重債務者の生活再建や被害の未然防止策を共有し、今後の事業展開への情報交換及び協議を行うことにより、多面的に多重債務の未然防止を図ります。
- ✓弁護士会、司法書士会と連携し開催する無料相談会で、多重債務の状況に応じた債務整理の方法に関する助言を行い、多重債務者への解決の糸口の提供に努めます。
- ✓多重債務の未然防止に向けて、教育委員会及び金融広報委員会等と連携して金融教育を推進し、県民一人ひとりの金融リテラシーの向上を図ります。
- ✓くらしと健康の相談会において、自殺の社会的要因である失業、倒産、多重債務問題等に対する法律相談とともに心身の健康に関する相談を実施するなど、自殺対策を推進します。

2 エシカル消費の促進

基本的事項

- 消費者である県民一人ひとりが、自分事として社会課題や環境問題を捉え、その解決のために最も身近で誰もが取り組むことができるエシカル消費を実践していくため、エシカル消費の意味や生産者等の思いを理解するための意識啓発や実践に繋がる取組支援を行うことが重要です。
- 生産者や販売者である事業者が、持続可能な社会に向けた機運の高まりを踏まえ、消費者の意識に応じてエシカル消費に資する生産・販売等事業活動を促進していくための啓発や取組支援を行うことが重要です。
- さらに、本県も率先してエシカル消費に資する取組を行っていくことが必要です。

施策の方向性（◆：エシカル消費全般 ◇：エシカル消費の具体的な取組、のための施策）

(1) 県民によるエシカル消費の主體的な実践に向けた教育・啓発や取組支援

- ✓県はエシカル消費に関する教育・啓発活動や取組支援を行い、県民がその趣旨や意義について理解を深め、取り組む意欲を醸成し、県民一人ひとりが自分にできるエシカル消費を実践することを促進します。
 - ◆「エシカル消費」の思いや情報の共有、学び合いができる県民と事業者を結ぶネットワークの構築
 - ◆学校や地域における家庭科教育や出前講座、特設サイトやメディア等を通じた効果的なエシカル消費の啓発活動の推進

- ◇SDGs 達成に向けた優良事例の表彰・紹介や実践につながる情報発信の実施
- ◇豊かな環境づくりに向けた環境教育や啓発活動の推進
- ◇プラスチックごみ削減に向けた「信州プラスチックスマート運動」の推進
- ◇食品ロス削減に向けた「食べ残しを減らそう県民運動～e-プロジェクト～」の推進
- ◇環境負荷軽減に向けた公共交通機関の利用促進
- ◇身の回りのものの「ウッドチェンジ」の普及啓発
- ◇豊かな住環境と環境負荷軽減の実現に向けた信州健康ゼロエネ住宅の普及促進
- ◇家庭における省エネルギーと再生可能エネルギーの普及促進
- ◇食への感謝の念や郷土食や伝統食など地域の食文化への理解を深める食育の推進
- ◇伝統的工芸品の PR を通じた普及促進
- ◇県産品（農産物や地酒等の加工食品、県産材製品等）の PR 等を通じた地産地消の促進
- ◇健康的な食生活の実践に向けた食育や減塩等食生活改善の普及啓発

(2) 事業者によるエシカル消費に資する生産活動等の実践に向けた啓発や取組支援

- ✓ 県はエシカル消費に関する啓発活動や取組支援を行い、事業者がその趣旨に賛同し、社会・環境問題の解決や配慮を行う生産・販売等事業活動に取り組むことを促進します。
 - ◆事業者との協働による県民のエシカル消費の実践につながる取組の推進
 - ◆「エシカル消費」の思いや情報の共有、学び合いができる県民と事業者を結ぶネットワークの構築
- ◇「長野県 SDGs 推進企業登録制度」を通じた県内企業の SDGs 達成に向けた機運の醸成
- ◇県内企業のワークライフバランスやダイバーシティ等の実現に向けた認証制度の普及促進
- ◇プラスチックごみ削減に向けた「信州プラスチックスマート運動」の推進
- ◇食品ロス削減に向けた「食べ残しを減らそう県民運動～e-プロジェクト～」の推進
- ◇身の回りのものの「ウッドチェンジ」の普及に向けた製品開発や販路開拓の促進
- ◇産地が取り組む、有機農業等の環境にやさしい農業への転換に向けた実証・普及を支援
- ◇リサイクル製品の普及拡大に向けた信州リサイクル製品認定制度の推進
- ◇事業者における省エネルギーと再生可能エネルギーの普及促進
- ◇伝統的工芸品産業事業者の担い手の確保や販路開拓を支援
- ◇県産品（農産物や県産材製品等）の生産等事業者の支援や事業者における利用促進
- ◇飲食店や事業者等と連携した健康づくり応援メニューの提供等信州 ACE プロジェクトの推進
- ◇事業者における健康食品の開発支援や「発酵・長寿」ブランドの発信

(3) 県が率先して行うエシカル消費の理念に基づく取組の推進

- ✓ 県も自ら率先してエシカル消費に資する物品調達や省エネルギーなどを積極的に推進します。
 - ◇県産品や環境に配慮された物品、障がい者就労施設等が供給する物品等の調達を推進
 - ◇県が実施する建設工事において、「リサイクル製品（資材）利用促進モデル工事」の実施等によりリサイクル製品の利用を推進

- ◇徹底した省エネルギーの推進と再生可能エネルギーの導入
- ◇長野県グリーン購入推進方針に基づき環境に配慮した物品等を優先的に調達
- ◇水力発電所の新規開発による再生可能エネルギー生産の推進
- ◇電気と水を活用した水素エネルギーの利活用のあり方の研究を推進

第5章 施策の推進に当たって

1 県民意見の反映

施策の推進に当たっては、消費者である県民の意見を的確に反映することが重要です。

本県では、公募委員を含む長野県消費生活審議会において計画や施策等に関する審議を行うとともに、県民からの意見をパブリックコメント等の実施を通じて聴取し、計画の策定や施策の推進等への反映に努めます。また、効果的な事業実施に向けて、施策の進捗状況を長野県消費生活審議会に毎年報告し、同審議会による評価を受け、次年度以降の施策の改善に努めます。

県民に対する透明性を確保するため、これらの結果は県のホームページに公表します。

2 県民や事業者、消費者団体等との協働

複雑化・多様化する消費者問題に対応するとともに、消費行動を通じてより良い社会を目指していくためには、行政からの働きかけや支援を受けるだけに留まることなく、県民一人ひとりが社会の一員であるとの認識のもとに、積極的に学び、行動を起こし、様々な活動の場に参加、協働することが必要不可欠です。

また、消費者である県民のみならず、生産・販売者である事業者、消費者被害防止や啓発に取り組む消費者団体等の様々な関係者とともに、目指す社会の実現に向けて協働して取り組むことも同じく必要です。

本県は、安全な消費環境の整備をはじめ、消費者被害の未然防止や救済、消費者教育やエシカル消費の促進といった幅広い消費者施策の推進に当たって、消費者である県民や事業者、消費者団体等関係団体とともに協働して取り組んでまいります。

第6章 達成目標・参考指標

1 目標設定の考え方

本計画の基本理念の実現に向けて、今後5年間にわたる達成目標と参考指標を設定します。

区分	考え方
達成目標	基本理念の実現に向けて、達成を目指す目標です。
参考指標	基本理念の実現を検証するため、参考とする主な指標です。

2 達成目標・参考指標（案）一覧

基本方針	区分	指標	現状値 (年度)	目標値 (R9 年度)
1	達成	電話でお金詐欺被害認知件数	155 件 (R3)	(検討中)
1	達成	電話でお金詐欺被害阻止率	71.9% (R3)	
1	参考	消費生活用製品安全法違反件数	0 点 (R3 年度)	
1	参考	家庭用品品質表示法違反件数	0 点 (R3 年度)	
1	参考	特定商取引法等に基づく事業者への行政指導・処分件数	12 件 (R3 年度)	
2	達成	市町村消費生活センターの人口カバー率	89.1% (R3 年度)	
2	達成	市町村相談窓口に対する訪問/電話助言等支援件数	800 件 (R3 年度)	
2	参考	県消費生活センター及び市町村相談窓口における消費生活相談（苦情）受付件数	13,016 人 (R3 年度)	
2	参考	県消費生活センターにおけるテレビ会議システム及びSNS 相談窓口を通じた消費生活相談（苦情）受付件数	-	
3	達成	消費者大学や出前講座等の受講者数	10,006 人 (R3 年度)	
3	達成	エシカル消費に関する県民の理解度	12.8% (R4 年度)	
3	達成	職場いきいきアドバンスカンパニー認証企業数	198 社 (R3 年度)	
3	達成	障がい者就労施設等が供給する物品等の調達額・調達件数	調達額：50,439,521 円 調達件数：822 件 (R3 年度)	
3	達成	環境のためになること（環境に配慮した暮らし）を実行している人の割合	54.2% (R4 年度)	
3	達成	1人1日当たりの一般廃棄物排出量	807g (R2 年度)	
3	達成	食べ残しを減らそう県民運動～e-プロジェクト～協力店舗数	886 店舗 (R3 年度)	
3	達成	県内の温室効果ガス総排出量	14,572 千t-CO2 (H30 年度)	
3	達成	県内の最終エネルギー消費量	17.2 万 TJ (H30 年度)	
3	達成	エネルギー自給率	16.0% (H30 年度)	
3	達成	郷土食を作ることができる人の割合（15 歳以上）	48.0% (R1 年度)	
3	達成	売上額1億円を超える農産物直売所の数	63 店舗 (R3 年度)	

3	達成	売上額 1 億円を超える農産物直売所の売上高	176 億円 (R3 年度)	
3	達成	学校給食における県産食材の利用割合（金額ベース）	（集計中） (R3 年度)	
3	達成	「原産地呼称管理制度」及び「酒類の地理的表示制度」 による米、酒類の認定品数（累計）	276 品 (R3 年度)	
3	達成	伝統工芸振興に関する指標（検討中）	-	
3	達成	県内向け県産材製品出荷量	81 千 m3 (R2 年度)	
3	達成	主食・主菜・副菜を組み合わせた食事が 1 日 2 回以上の 日がほぼ毎日の人の割合 (20 歳以上)	49.3% (R1 年度)	
3	達成	健康に配慮したメニューを提供する店舗数	716 店舗 (R3 年度)	