

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 ～

(答申案)

(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）自然災害の多発や感染症等の発生	
（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 目標設定の考え方
- 2 達成目標・参考指標一覧

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等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の感染拡大によって消費生活の学びの場が縮小するといった新たな課題や、電話でお金詐欺（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、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ながら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、引き続き県民の消費者としての権利の確立と利益の擁護を図りつつ、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条第1項に基づき、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を兼ねて策定します。

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策定します。

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

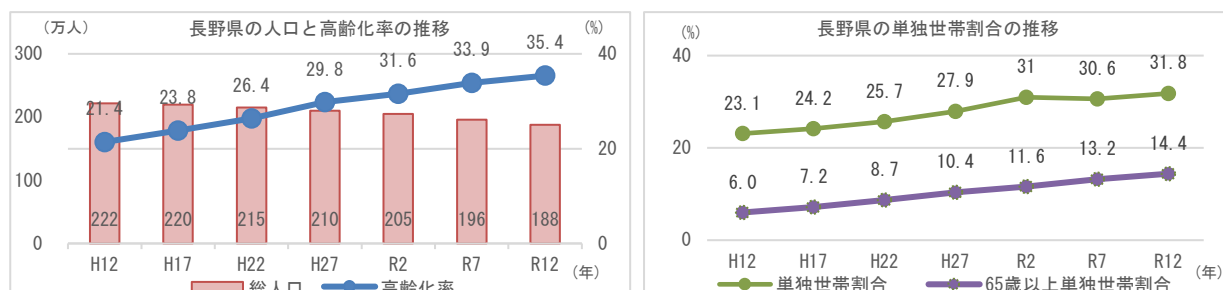
(1) 高齢化の進行等

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年には全体の3分の1程度、65歳以上の単独世帯は全体の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、身近な市町村相談窓口や高齢者等見守りネットワークといった支援体制の充実が一層重要となっています。

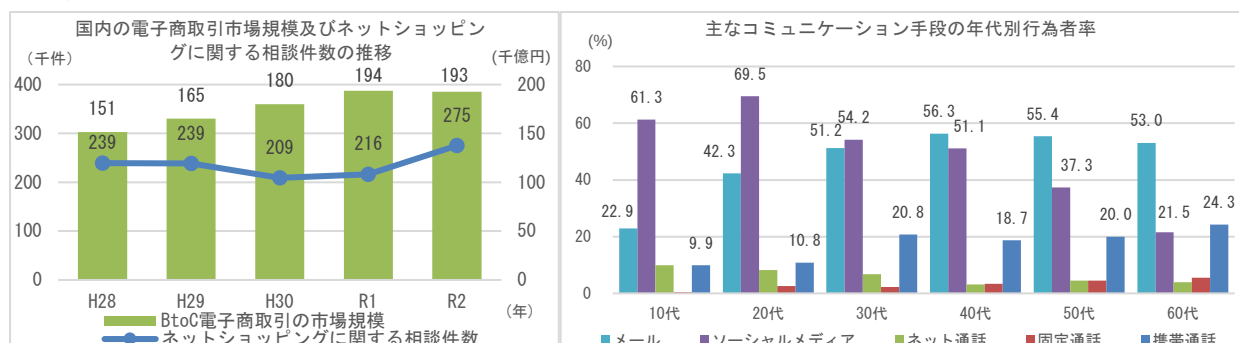


出典：令和2年以前は「国勢調査」（総務省）、令和7年以降は「日本の地域別将来推計人口」（国立社会保障・人口問題研究所）

(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へアクセスして商品・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おり、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」は調査期間に該当手段を利用した者の割合を指す。

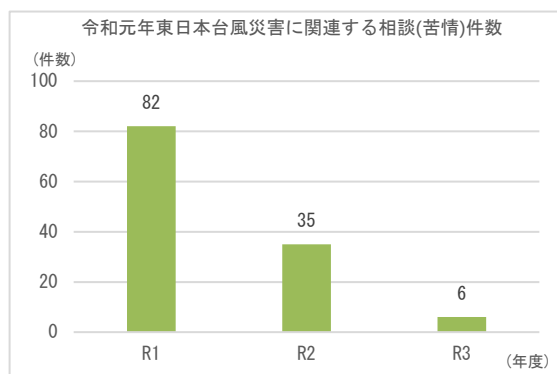
SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）：友人知人等の社会的ネットワークをインターネット上で提供することを目的とするコミュニティ型のサービス。

(3) 自然災害の多発や感染症の発生

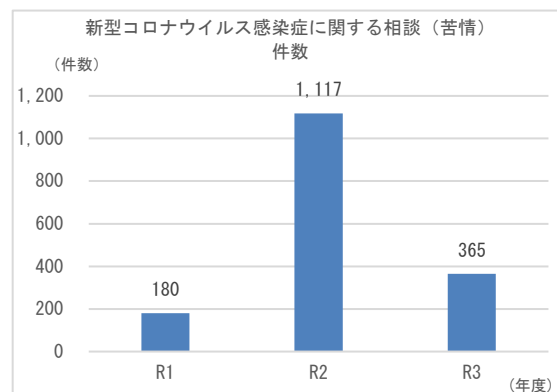
本県では地震、台風、豪雨・豪雪などの自然災害に見舞われることが多く、直近では令和元年10月の令和元年東日本台風災害によって9,299世帯の家屋が浸水や全壊するなど大きな被害が発生しました。被災した消費者は生活基盤が損壊し、生活関連物資の入手が困難となり、日常生活に深刻な影響が出ることや、復興に便乗した悪質商法などによる被害が発生する恐れがあります。

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。

災害などの緊急時には、誰もがぜい弱な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）

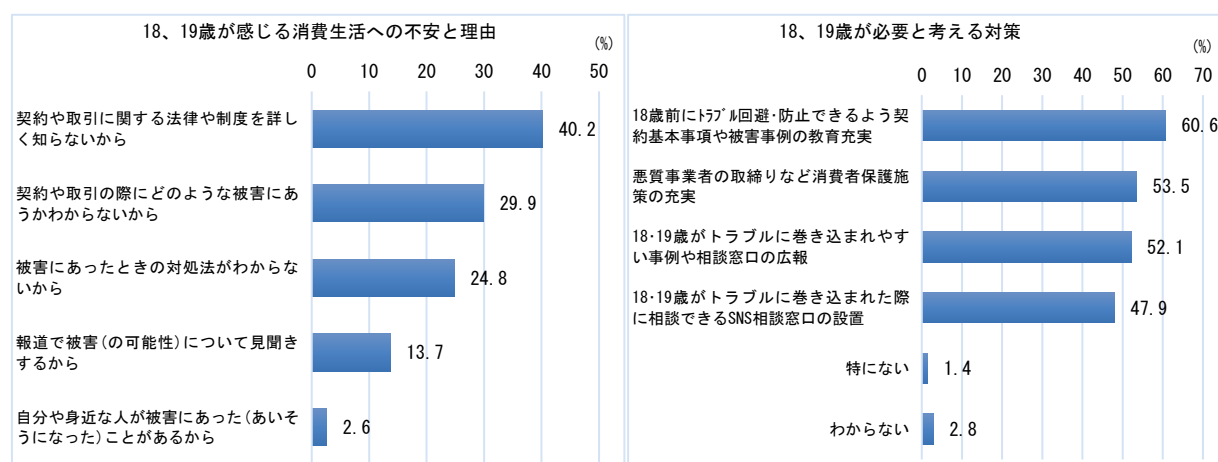


出典：長野県調べ（県及び市町村消費生活センター受付分）

(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「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調査結果では消費生活に関する不安の声が挙げられており、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）

生活関連物資：県民の消費生活との関連性が高い物資。食品や日用品など。

未成年者取消権：未成年者が保護者などの法定代理人の同意を得ずに契約した場合に、原則として、契約を取り消すことができる。（民法第5条第1項、第2項）

(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 年に国連サミットで採択された国際目標である SDG s（持続可能な開発目標）では、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「エシカル消費（倫理的消費）」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、県民に対して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県自らが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積極的に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ており、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。

靈感商法等の問題に対する社会的な要請の高まりを受け、令和４年１２月１０日に消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法を一部改正するとともに、「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」を成立し、靈感商法等による被害を生じさせないための法制度を整備しました。

SDGs(持続可能な開発目標)：平成 27 年(2015 年)9 月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」に記載された、2030 年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標

エシカル消費(倫理的消費)：持続可能な社会の実現のため、人・社会・環境・地域などに配慮した消費行動

デジタル・トランスフォーメーション(DX)：「デジタル技術」と「データ」を活用して、既存の業務プロセス等の改変を行い、新たな価値を創出して新たな社会の仕組みに変革すること

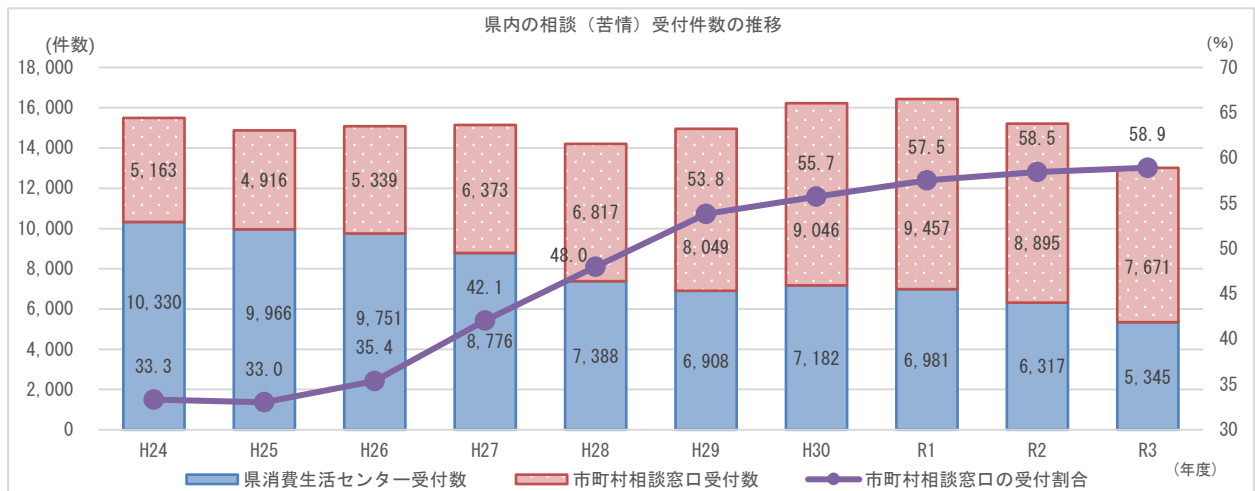
3 長野県の主な現状・課題

(1) 消費生活相談

①消費生活相談受付状況

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）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年度は13,016件で前年度比85.6%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。

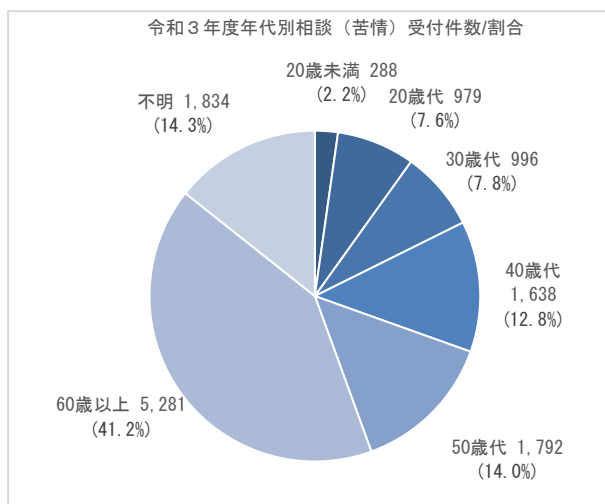


出典：長野県調べ（県消費生活センター及び市町村相談窓口受付分）

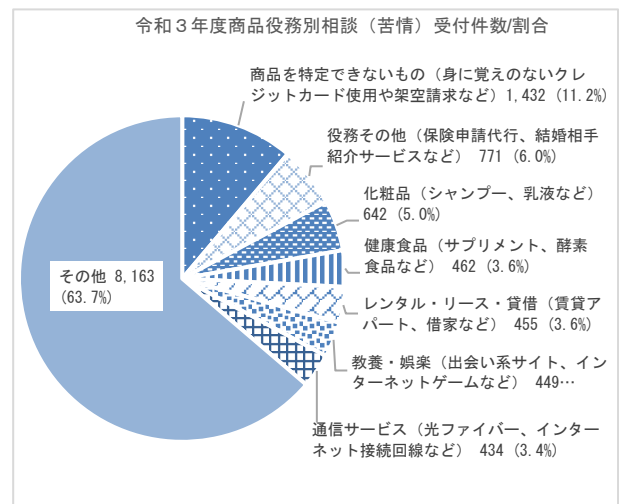
②年代別相談割合及び相談内容

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歳未満の割合は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るため、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必要があります。

○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）のとおり孤立高齢者は増加傾向にあり、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いため、各地域において見守りを行う体制が必要です。

本県ではこれまでに、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、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

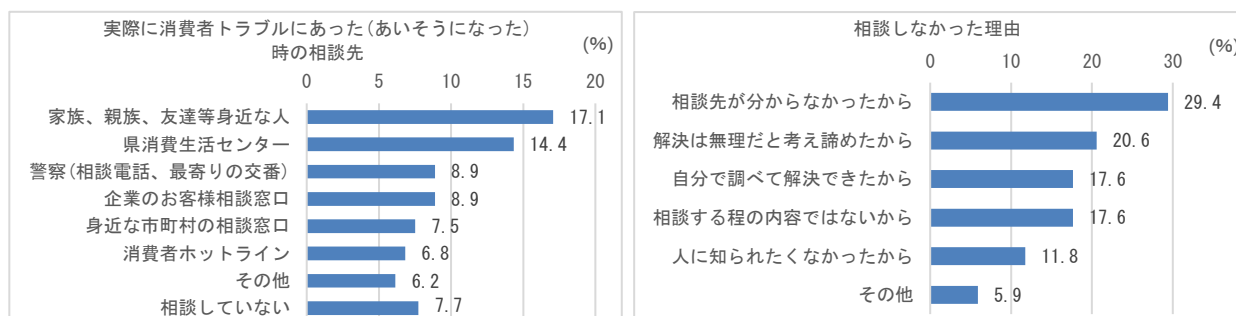
⑤県民の意識

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。

適格消費者団体：消費者の利益擁護のために差止請求権を行使する適格性を有する内閣総理大臣の認定を受けた法人



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、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ています。市町村の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必要です。

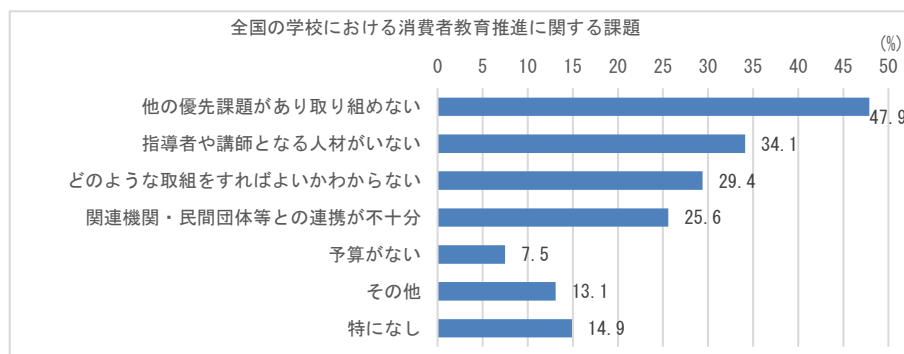
(2) 消費者教育

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等が課題となっている学校現場の実情を踏まえ、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

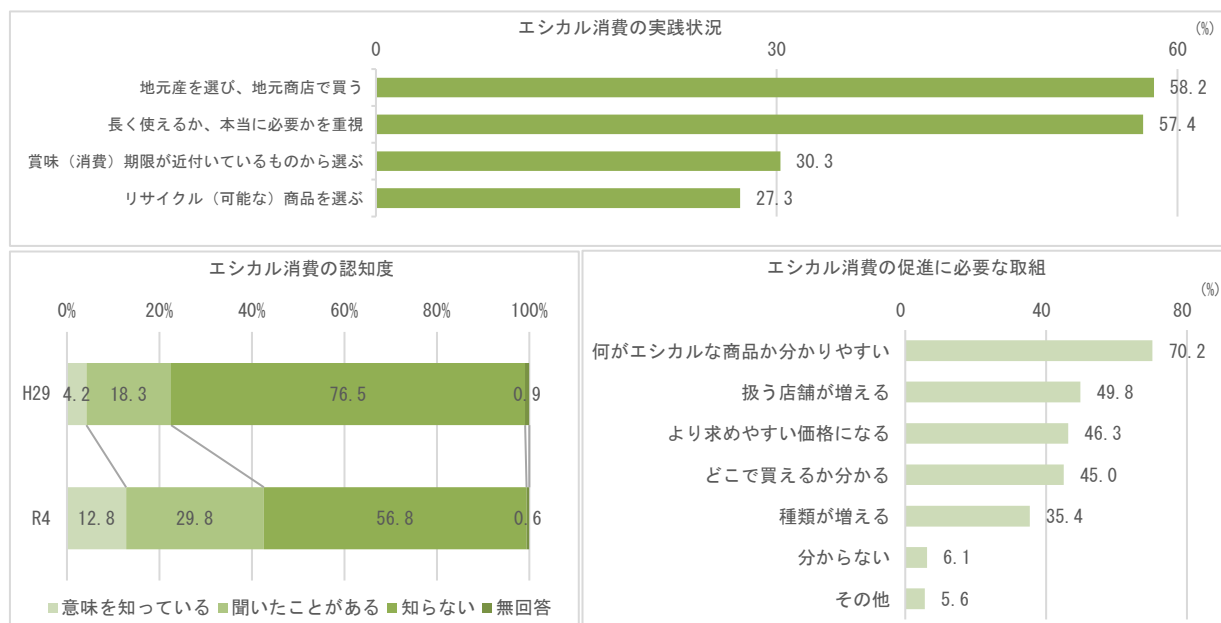
これまで本県では長野県消費者大学や出前講座等を通じて県民に対して「学び」の場を提供してきましたが、コロナ禍の影響により、前計画の目標である年間参加者2万人に対して令和3年度は約1万人に留まっています。一方で、各地域における消費者教育・啓発の担い手として育成してきた消費生活サポーターの登録者数は令和3年度末時点で298人に達しています。引き続き、県民に対して消費者教育を提供するとともに、各地域を支える消費者教育・啓発の担い手を育成していくことが必要です。

学習指導要領：全国どこでも一定の水質が保てるよう文部科学省が定めている教育課程(カリキュラム)の基準
金融広報委員会：計画的な家計運営等のために中立公正な立場から金融に関する広報や消費者教育活動を行う団体

(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が、前計画の目標である長野県版エシカル消費の認知度 100%は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るとともに、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連携した更なる取組が必要です。



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

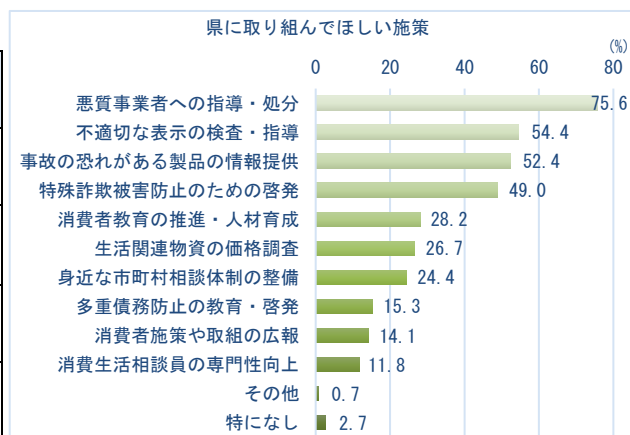
適正な商取引を阻害する不適切表示や訪問販売などによる消費者トラブルの防止のため、各法に基づき事業者への行政指導や処分を行っています。

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



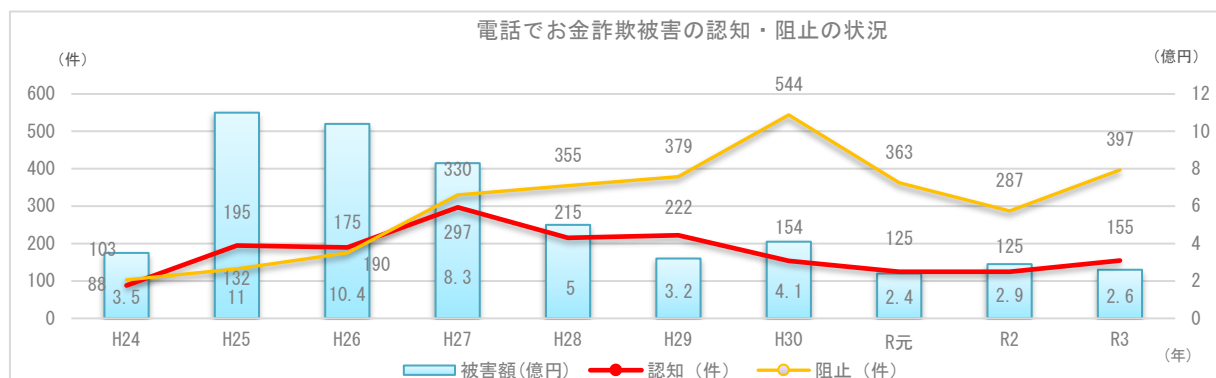
出典：「令和3年度 第2回県政モニターアンケート調査」（長野県）

(5) 電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害

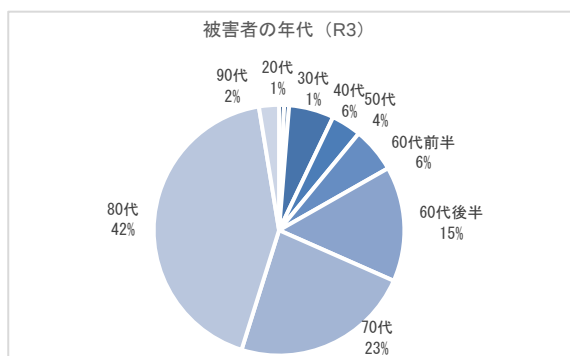
犯人が電話やメールで親族や公共機関を名乗り被害者を信頼させ、手渡しや振り込みで現金をだまし取る等の電話でお金詐欺（特殊詐欺）について、これまで県と警察が連携して県民被害の未然防止に向けた啓発や対策に取り組んできました。過去 10 年間では、被害認知件数は平成 27 年をピークに減少傾向にありましたが、近年は微増に転じ、令和 3 年には 155 件となっています。平成 26 年に「特殊詐欺非常事態宣言」を発令し、県、警察、市町村や県民が一丸となった啓発活動や、金融機関・コンビニエンスストア等と連携した振込阻止の水際対策などが一定の成果をあげているものの、未だ、前計画の目標値である被害認知件数年 90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

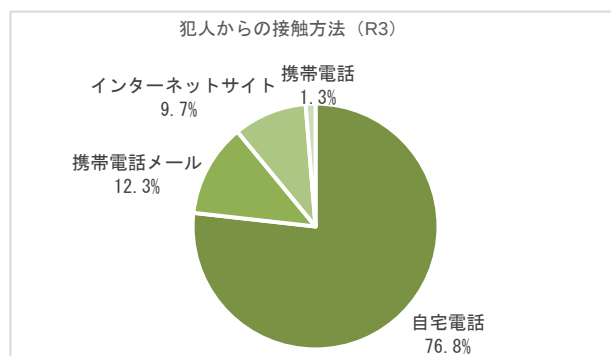
被害防止に向けて、こうした被害傾向を踏まえた更なる総合的対策が必要です。



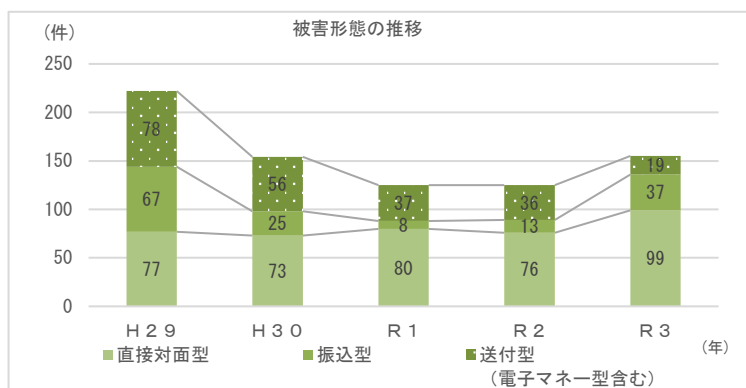
出典：長野県調べ



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 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の確保、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の確保、電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害の防止を推進します。

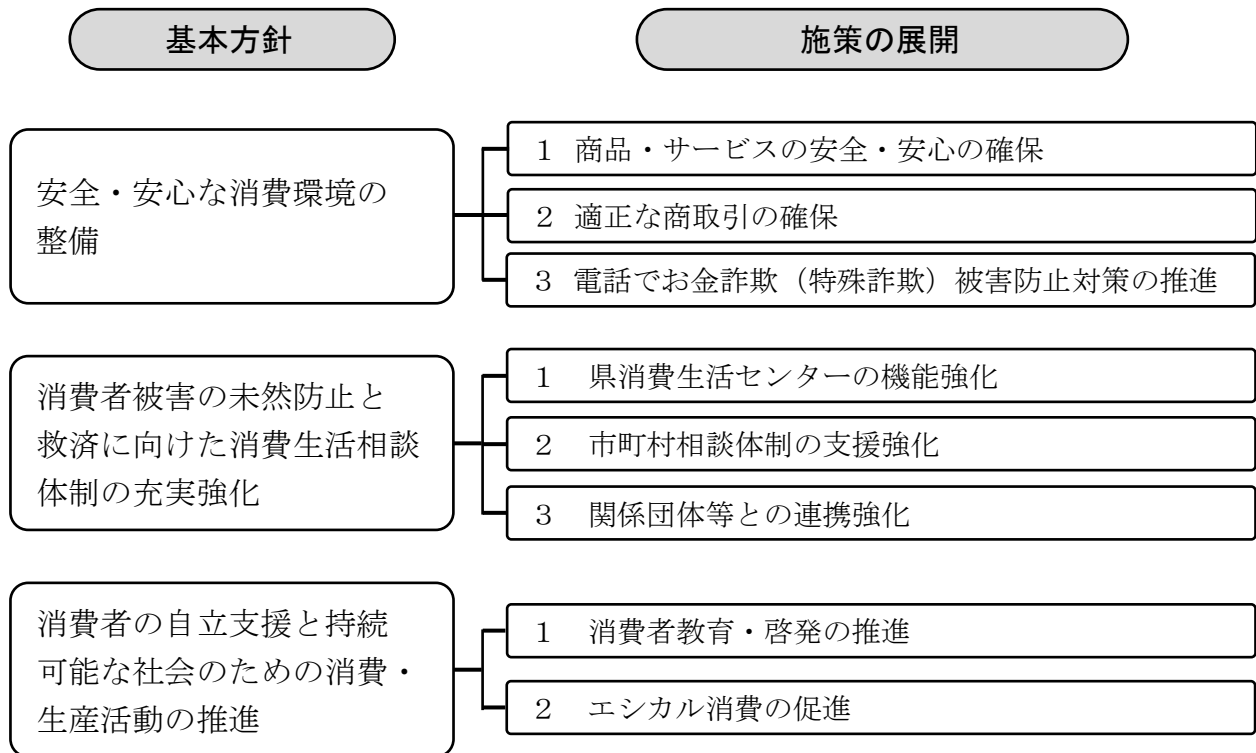
基本方針2 消費者被害の未然防止と救済に向けた消費生活相談体制の充実強化

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た県民と事業者によるエシカルな消費・生産活動等を促進する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、商品やサービスにより生命や身体に危害が及ぶ恐れが発生した際に県民へ迅速な情報提供等を行い、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を徹底し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、商品やサービスの適正な表示が行わ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。
- 割賦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

[協働で取り組む団体：事業者、防犯ボランティア団体、民生・児童委員、社会福祉協議会、金融機関、コンビニエンスストア 等]

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、AI 技術を活用した通報システムの運用等の対策を推進し、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・広報啓発を事業者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防災行政無線等を活用した注意喚起を実施し、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、家族や地域ぐるみでの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。

[主な達成目標]

電話でお金詐欺被害認知件数：155 件（令和 3 年）→90 件以下（令和 9 年）

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

- 本県の消費生活相談体制は、市町村消費生活センターのカバー範囲が拡大し、市町村に対する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への対応が求められています。
こうした背景を踏まえ、県と市町村の役割分担を改めて明確にした上で、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・あつせんに対応するため、消費生活相談員の国民生活センター等の研修へ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・あつ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つせん・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。
- ✓市町村相談窓口と県消費生活センターとの具体的な連携強化策を検討します。

(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し、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の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

[協働で取り組む団体: 民生・児童委員、防犯ボランティア団体、社会福祉協議会 等]

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適切な支援を行うため、福祉担当部門や高齢者等見守りネットワークと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)
- ✓ 市町村相談窓口と県消費生活センターとの具体的な連携強化策を検討します。(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促進します。

3 関係団体等との連携強化

[協働で取り組む団体: 適格消費者団体、消費者団体、弁護士会 等]

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。

[主な達成目標]

市町村相談窓口に対する訪問/電話助言等支援件数：800件(令和3年度)→1,400件(令和9年度)

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

[協働で取り組む団体：消費者団体、金融広報委員会、消費生活サポーター、民生・児童委員、ボランティア団体、社会福祉協議会 等]

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

[協働で取り組む団体:消費者団体、NPO 法人やボランティア団体、生産・販売等事業者 等]

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地球温暖化をはじめとする環境問題を捉え、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背景、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。

- 県も率先してエシカル消費に資する取組を行うことが必要です。

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体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
- ◇ 持続可能な社会づくりに向けて、「信州環境カレッジ」をはじめ、環境教育を推進
- ◇ ゼロカーボン社会共創プラットフォーム「くらしふと信州」において、多くの主体との連携により、脱炭素型ライフスタイルへの転換を促進
- ◇ 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
- ◇ 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
- ◇ 講習会開催等を通じた伝統的工芸品の普及啓発
- ◇ 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後継者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

[主な達成目標]

消費者大学や出前講座等の受講者数：10,006人（令和3年度）→2.2万人（令和9年度）
エシカル消費に関する県民の理解度：12.8%（令和4年度）→40.0%（令和9年度）

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、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や消費者被害防止に取り組む消費者団体等の様々な関係者が、目指す社会の実現に向けて共に取り組む必要があります。

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

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・参考指標一覧

基本方針	区分	指標	現状値 (年度)	目標値 (年度)
1	達成	電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害認知件数	155 件 (R3)	90 件 (R9)
1	参考	電話でお金詐欺（特殊詐欺）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)	100.0% (R9 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)	1,400 件 (R9 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)	22,000 人 (R9 年度)
3	達成	エシカル消費を理解している人の割合	12.8% (R4 年度)	40.0% (R9 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)	340 社 (R9 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)	増加 (R9 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)	80.0% (R9 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)	790g (R7 年度)
3	達成	温室効果ガス総排出量	14,572 千 t-CO2 (H30 年度)	9,633 千 t-CO2 (R9 年度)
3	達成	最終エネルギー消費量	17.2 万 TJ (H30 年度)	13.5 万 TJ (R9 年度)
3	達成	再生可能エネルギー自給率	16.0% (H30 年度)	27.4% (R9 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)	増加 (R9 年度)
3	達成	売上額 1 億円を超える農産物直売所の数及び売上高	直売所の数：63 店舗 売上高：176 億円 (R3 年度)	直売所の数：73 店舗 売上高：186 億円 (R9 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）	69.5% (R3 年度)	72.7% (R9 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)	2,526 品 (R9 年度)
3	達成	製材品出荷量	91 千 m3 (R2 年度)	153 千 m3 (R9 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)	80.0% (R9 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)	1,000 店舗 (R9 年度)

長野県消費生活基本条例（平成20年7月10日条例第28号）

目次

- 第1章 総則（第1条—第7条）
- 第2章 安全の確保（第8条—第12条）
- 第3章 取引の適正化（第13条—第16条）
- 第4章 不当な取引行為の防止（第17条—第19条）
- 第5章 苦情の処理等（第20条—第30条）
- 第6章 消費生活センター（第31条—第36条）
- 第7章 啓発活動及び教育の推進（第37条—第39条）
- 第8章 生活関連物資の価格の安定等（第40条—第43条）
- 第9章 長野県消費生活審議会（第44条—第46条）
- 第10章 雑則（第47条—第52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の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の確立及びその自立の支援その他の基本理念を定め、県及び事業者の責務等を明らかにするとともに、県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、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者施策」という。）の推進を図り、もって県民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

（基本理念）

第2条 消費者施策の推進は、県民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、次に掲げる消費者の権利（以下「消費者の権利」という。）を確立するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

- （1）消費者の安全が確保される権利
 - （2）商品及び役務（以下「商品等」という。）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
 - （3）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
 - （4）消費者の意見が消費者施策に反映される権利
 - （5）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
- 2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等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 消費者施策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。
- 4 消費者施策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

（県の責務）

第3条 県は、前条の消費者の権利の確立及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、消費者施策を策定し、及び実施するものとする。

2 県は、消費者施策の策定及び実施に当たっては、市町村と緊密な連携を図るとともに、市町村が実施する消費者施策について必要な協力を行うものとする。

3 県は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため必要があると認めるときは、消費者施策の実施に関し、国、他の地方公共団体、事業者団体、消費者団体等に協力を求め、又はその求めに応じるものとする。

（事業者の責務）

第4条 事業者は、第2条の消費者の権利の確立及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品等について、次に掲げる事項について必要な措置を講ずるとともに、県又は市町村が実施する消費者施策に協力しなければならない。

- （1）消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
- （2）消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- （3）消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- （4）消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理すること。

2 事業者は、その商品等の供給に関し環境の保全に自ら努めるとともに、当該商品等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、自らの責任において消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

（事業者団体の責務）

第5条 事業者団体は、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なければならない。

（消費者の役割）

第6条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を習得し、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。

2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全に配慮するよう努めなければならない。

（消費者団体の役割）

第7条 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健全かつ自主的な活動に努めなければならない。

第2章 安全の確保

（事業者が講ずべき措置）

第8条 事業者は、その商品等を供給するに当たっては、当該商品等が消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼすことを防止するために必要な措置を講じなければならない。

2 事業者は、その供給する商品等が消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれのあることが明らかになったときは、直ちにその旨を公表しなければならない。

3 前項に規定する場合において、事業者は、速やかに、当該商品の製造、加工又は販売の停止、回収又は廃棄、当該役務の提供の中止その他必要な措置を講じなければならない。

(国等が公表した情報の提供)

第9条 知事は、国等が公表した、その欠陥、経年劣化等により消費者の生命、身体又は財産に重大な危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある商品等の情報を消費者に提供するように努めなければならない。

2 知事は、前項の情報提供を行う場合には、市町村、消費者団体、事業者団体等に協力を求めることができる。(県の調査等)

第10条 知事は、事業者の供給する商品等が消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼす疑いがあると認めるときは、速やかに当該商品等を調査し、及び当該商品等に関する情報を収集しなければならない。

2 知事は、前項の規定による調査等を行うに当たり、必要があると認めるときは、当該商品等を供給する事業者に対し、期間を定めて、当該商品等の安全性についての裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が正当な理由なく当該資料を提出しないときは、次条の規定の適用については、当該商品等は消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある商品等であるとみなす。

3 知事は、消費者の安全を確保するために必要があると認めるときは、第1項の規定による調査等の経過及び結果を、速やかに公表しなければならない。

(安全の確保に関する勧告)

第11条 知事は、前条第1項の規定による調査等の結果、事業者の供給する商品等が消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると認めるときは、法令又は他の条例の規定に基づく措置を講ずる場合を除き、当該事業者に対し、当該商品等の供給の中止その他の是正のために必要な措置を講ずるよう勧告することができる。

(緊急な危害防止措置)

第12条 知事は、事業者の供給する商品等が消費者の生命、身体又は財産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、法令の規定に基づく措置を講ずる場合を除き、直ちに、その商品等の名称、その商品等を供給する事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な事項を公表しなければならない。

第3章 取引の適正化

(表示の適正化)

第13条 事業者は、その供給する商品等について、消費者が商品の購入若しくは使用又は役務の利用に際しその選択等を誤ることがないようにするため、次に掲げる事項を、当該商品又は店内その他見やすい場所に適正に表示するように努めなければならない。

(1) 事業者の氏名又は名称及び住所

(2) 商品の名称、品質、内容量、保存方法、使用方法、製造年月日、価格又は単価その他商品の選択等に当たり必要な事項

(3) 役務の内容、利用料金その他役務の選択等に当たり必要な事項

2 事業者は、その供給する商品等について虚偽又は誇大な広告その他の消費者を誤認させる表示をしてはなら

ない。

(包装の適正化)

第14条 事業者は、その供給する商品について、消費者が誤認するような過大又は過剰な包装を行わないよう努めなければならない。

(事業者等の自主基準)

第15条 事業者及び事業者団体は、その供給する商品等の表示又は包装の適正化に関し自らが遵守すべき基準を作成するように努めなければならない。

2 事業者及び事業者団体は、前項の基準を定めたときは、速やかに知事に届け出なければならない。これを変更し、又は廃止したときも同様とする。

3 知事は、第1項の基準の作成及び変更並びに遵守について、必要な指導又は助言を行わなければならない。

(県の基準)

第16条 知事は、特に必要があると認めるときは、事業者が供給する商品等の表示又は包装の適正化のために必要な基準を定めることができる。

2 知事は、前項の基準を定めたときは、速やかに告示しなければならない。これを変更し、又は廃止したときも同様とする。

3 事業者は、第1項の基準を遵守するように努めなければならない。

第4章 不当な取引行為の防止

(不当な取引行為の禁止)

第17条 事業者は、消費者との間で行う商品等の取引に関して、次の各号のいずれかに該当する行為で規則で定めるもの(以下「不当な取引行為」という。)を行ってはならない。

(1) 消費者に対し、販売の意図を隠し、商品等に関する重要な情報を提供せず、不実のことを告げ、誤解を招く情報を提供し、威迫し、しつように説得し、心理的に不安な状態に陥れる等の不当な方法を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

(2) 取引における信義則に反して消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させる行為

(3) 消費者又はその関係人を欺き、威迫する等の不当な方法を用いて契約(契約の成立又はその内容について当事者間に争いがあるものを含む。)に基づく債務の履行を迫り、又は契約に基づく債務の履行を不当に拒否し、若しくは遅延させる行為

(4) 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若しくは契約の無効の主張を妨げ、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張によって生じた債務の履行を不当に拒否し、若しくは遅延させる行為

(5) 商品等を供給する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者からの商品等の購入を条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で、これらの契約に基づく債務の履行を迫り、若しくは債務の履行をさせる行為

(不当な取引行為に関する調査等)

第18条 知事は、不当な取引行為が行われている疑いがあると認めるときは、速やかに、その取引の実態その他必要な事項について調査を行わなければならない。

2 知事は、前項の調査を行うに当たり、前条第1号の不実のことを告げる行為をしたか否かを判断するために必要があると認めるときは、当該事業者に対し、期間を定めて、当該告げた事項の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、次条の規定の適用については、不当な取引行為が行われているものとみなす。

3 知事は、第1項の調査の結果、不当な取引行為による消費者の被害の発生及び拡大を防止する必要があると認めるときは、当該調査の経過及び結果を、速やかに公表しなければならない。

(不当な取引行為に関する勧告)

第19条 知事は、前条第1項の調査の結果、不当な取引行為が行われていると認めるときは、当該事業者に対し、当該取引行為の中止その他の是正のために必要な措置を講ずるよう勧告することができる。

第5章 苦情の処理等

(事業者の苦情処理)

第20条 事業者は、商品等に関し事業者と消費者との間に生じた苦情（以下単に「苦情」という。）を適切かつ迅速に処理するため、苦情を受け付けるための窓口の設置その他必要な体制の整備に努めなければならない。

(県の苦情処理)

第21条 知事は、苦情が適切かつ迅速に処理されるようにするため、苦情を受け付けるための窓口を設置するとともに、市町村との連携を図りつつ、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とする苦情の処理のあっせん等を行わなければならない。

2 知事は、前項の場合において必要があると認めるときは、当該苦情に係る事業者その他の関係者に対し必要な資料の提出又は説明を求めることができる。

3 知事は、苦情が専門的知見に基づき適切かつ迅速に処理されるようにするため、その処理に携わる人材の確保及び資質の向上その他の必要な施策を講じなければならない。

(市町村の苦情処理に係る支援)

第22条 県は、市町村が行う苦情の処理について、必要に応じ、情報の提供、技術的援助その他の必要な支援を行うものとする。

(長野県消費者被害救済委員会)

第23条 消費者の商品等により受ける被害が多発し、若しくは多発するおそれがあり、又は消費者の利益が著しく侵害され、若しくは侵害されるおそれのある紛争について、知事の付託に応じてあっせん又は調停を行うため、長野県消費者被害救済委員会（以下「救済委員会」という。）を設置する。

第24条 救済委員会は、委員5人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから知事が任命する。

- (1) 消費生活についての紛争に関し識見を有する者
- (2) 消費者
- (3) 事業者

第25条 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

第26条 委員は、職務上知り得た秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も同様とする。

第27条 救済委員会に会長を置き、委員が互選する。

2 会長は、会務を総理する。

3 会長に事故があるときは、あらかじめ会長が指名した委員が、その職務を代理する。

第28条 会議は、会長が招集し、会長が議長となる。

2 審議会は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 審議会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

第29条 救済委員会は、必要があると認めるときは、当事者、関係人等に対して、資料の提出又は説明若しくは意見を求めることができる。

(消費者訴訟に係る支援)

第30条 知事は、消費者の商品等により受けた被害について、消費者又は消費者契約法(平成12年法律第61号)

第2条第4項に規定する適格消費者団体が事業者に対して訴訟を提起する場合において、当該消費者又は適格消費者団体の求めがあったときは、これらの者に対し、規則で定めるところにより資料の提供その他の訴訟に必要な支援を行うことができる。

第6章 消費生活センター

(設置)

第31条 消費者安全法（平成21年法律第50号。以下この章において「法」という。）第10条第1項の規定により、消費生活センターを設置する。

(名称、位置及び担当区域)

第32条 消費生活センターの名称、位置及び担当区域は、別表のとおりとする。

(試験に合格した消費生活相談員の配置)

第33条 消費生活センターには、法第10条の3第1項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者(不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律(平成26年法律第71号)附則第3条の規定により合格した者とみなされた者を含む。)を消費生活相談員として置くよう努めなければならない。

(指定消費生活相談員の配置)

第34条 消費生活センターには、法第10条の4に規定する指定消費生活相談員を置くよう努めなければならない。

(消費生活相談等の事務の実施により得られた情報の安全管理)

第35条 消費生活センターは、法第8条第1項各号に掲げる事務の実施により得られた情報の漏えい、滅失又は毀損の防止その他情報の適切な管理のために必要な措置を講じなければならない。

(運営の委任)

第36条 この章に定めるもののほか、消費生活センターの運営について必要な事項は、知事が定める。

第7章 啓発活動及び教育の推進

(啓発活動の推進)

第37条 県は、消費生活の安定及び向上を図るため、消費生活に関する知識の普及、情報の提供その他の消費者に対する啓発活動を推進するものとする。

(消費者教育の充実)

第38条 県は、消費者が生涯にわたって消費生活について学習できるようにするため、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ものとする。

(環境の保全に関する啓発等)

第39条 県は、環境の保全に配慮して消費生活が営まれ、又は事業活動が行われるようにするため、環境の保全に関する啓発活動その他の必要な施策を講ずるものとする。

第8章 生活関連物資の価格の安定等

(生活関連物資の調査等)

第 40 条 知事は、消費生活の安定を図るため必要があると認めるときは、県民の消費生活との関連性が高い物資(以下「生活関連物資」という。)について、その価格の動向、需給の状況等に関し必要な調査を行わなければならない。

2 知事は、前項の調査の結果を公表しなければならない。
(生活関連物資の指定等)

第 41 条 知事は、生活関連物資の価格が著しく上昇し、又は上昇するおそれがあり、かつ、当該生活関連物資の買占め又は売惜しみが行われ、又は行われるおそれがある場合において、県民の消費生活の安定を確保するため特に緊急に措置を講ずる必要があると認めるときは、当該生活関連物資を価格の安定及び供給の確保を図るべき物資として指定することができる。

2 知事は、前項に規定する事態が消滅したと認めるときは、同項の規定による指定を解除しなければならない。

3 知事は、第 1 項の規定による指定をしたときは、速やかにその旨を告示しなければならない。前項の規定によりこれを解除したときも、同様とする。

(事業者への協力要請等)

第 42 条 知事は、前条第 1 項の規定により指定した生活関連物資(以下「特定生活関連物資」という。)について、関係のある事業者及び事業者団体に対して適正な価格若しくは条件による販売又は円滑な供給を確保するために必要な措置を講ずるよう協力を要請することができる。

2 知事は、特定生活関連物資について、価格の上昇の原因、需給の状況その他必要な事項に関し調査を行わなければならない。

(特定生活関連物資に関する勧告)

第 43 条 知事は、前条第 2 項の調査の結果、事業者が特定生活関連物資の価格の安定又は供給の確保を不当に妨げていると認めるときは、当該事業者に対し、これらの行為の中止その他の是正のために必要な措置を講ずるよう勧告することができる。

第 9 章 長野県消費生活審議会

(長野県消費生活審議会)

第 44 条 消費者施策に関する重要事項についての知事からの諮問に応じて調査審議し、並びに県民の消費生活の安定及び向上に関する重要事項について意見を述べるため、長野県消費生活審議会(以下「審議会」という。)を設置する。

第 45 条 審議会は、委員 15 人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、知事が任命する。

- (1) 消費生活に関し識見を有する者
- (2) 消費者
- (3) 事業者

3 審議会に、専門の事項を調査させるため必要があるときは、専門委員を置くことができる。

第 46 条 第 25 条、第 27 条及び第 28 条の規定は、審議会

について準用する。

第 10 章 雑則

(消費者施策の状況等の公表)

第 47 条 知事は、毎年、消費者施策の状況等を公表しなければならない。

(知事への申出)

第 48 条 県民は、この条例に規定する措置が講ぜられていないことにより、消費者の権利が侵害され、又は侵害されるおそれのあるときは、知事に対し、その旨を申し出て、適当な措置を講ずることを求めることができる。

2 知事は、前項の規定による申出があったときは、必要な調査を行い、その申出の内容が事実であると認めるときは、この条例の規定に基づく措置その他適当な措置を講じなければならない。

(報告及び立入調査等)

第 49 条 知事は、この条例の施行に必要な限度において、事業者に対し、その業務に関し報告を求め、又はその職員に、当該事業者の事務所、倉庫その他その事業を行う場所に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

2 前項の規定による立入調査をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者にこれを提示しなければならない。

3 第 1 項の規定による立入調査の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解してはならない。

第 50 条 前条第 1 項の場合において、事業者が正当な理由なくその業務に関する報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による立入若しくは帳簿等の調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しくは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は、第 11 条の規定の適用については、事業者の供給する商品等は消費者の生命、身体若しくは財産に危害を及ぼし、若しくは及ぼすおそれがある商品等とみなし、第 19 条の規定の適用については、事業者の消費者との間で行う商品等の取引は不当な取引行為とみなし、第 43 条の規定の適用については、特定生活関連物資を供給する事業者は特定生活関連物資の価格の安定若しくは供給の確保を不当に妨げている事業者とみなす。

(公表)

第 51 条 知事は、事業者が第 11 条、第 19 条又は第 43 条の規定による勧告に従わなかったときは、当該事業者の氏名又は名称及び住所、その行為の内容その他必要な事項を公表することができる。この場合においては、当該事業者に対し、あらかじめ、意見を述べる機会を与えなければならない。

(補則)

第 52 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、知事が定める。

(以下略)