

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30

第4次長崎県消費者基本計画 (素案)

(令和3年度～令和7年度)

電子申請によりご意見を提出される方は、
こちらのQRコードをスマートフォン等
で読み取り、専用フォームからご意見を
提出してください。



< 目 次 >

第 1 章 計画策定にあたって

1	1	計画策定の趣旨	1
2	2	計画期間	1
3	3	計画の基本的視点	1

第 2 章 消費生活をめぐる現状と課題

1	1	消費者を取り巻く経済・社会環境の変化	3
2	(1)	人口の減少と高齢化の進行等	3
3	(2)	成年年齢の引き下げ	3
4	(3)	デジタル化の進展・電子商取引の拡大	3
5	(4)	自然災害の激甚化・多様化、新型コロナウイルス感染症の拡大	4
6	(5)	SDGs の機運の高まり	4
7	2	本県における消費者苦情相談の変化	6
8	(1)	受付件数の推移	6
9	(2)	処理状況	7
10	(3)	年代別の相談状況の推移	8
11	(4)	商品・役務（サービス）別の相談状況の推移	9
12	(5)	特殊販売に関する相談状況の推移	10

第 3 章 行政・事業者・消費者の責務と役割

1	1	行政の責務と役割	11
2	2	事業者及び事業者団体の責務と役割	11
3	3	消費者及び消費者団体の役割等	12

1 **第4章 消費生活に関する施策の推進**

2

3 **1 消費者被害の防止** 14

4 (1) 消費者の安全の確保 14

5 (2) 消費者の自主的かつ合理的な選択の確保 18

6 (3) 高齢者等の被害防止のための取組 19

7 (4) 消費者関係法令の厳正な運用 21

8

9 **2 消費者による持続可能な社会づくり** 23

10 (1) 消費者の組織活動の支援 23

11 (2) 食品ロスの削減等に向けた取組 23

12 (3) 環境に配慮した消費行動の推進 24

13

14 **3 消費者教育の推進** 25

15 (1) 学校等における消費者教育の推進 25

16 (2) 地域社会（地域・家庭）における消費者教育の推進 27

17 (3) 社会情勢に対応した消費者教育の推進 29

18

19 **4 消費者行政の体制の充実** 32

20 (1) 県消費生活センターの機能の充実 32

21 (2) 市町消費者行政の充実に向けた支援 33

22 (3) 関係機関との連携推進 34

23

24 **再掲 数値目標一覧表** 36

25

26 **第5章 計画の推進**

27

28 **1 消費生活推進会議での総合調整** 37

29

30 **2 長崎県消費生活審議会への報告** 37

31

32 **3 進行管理及び実施状況の公表** 37

33

1 第1章 計画策定にあたって

3 1 計画策定の趣旨

4 本県では、平成16年に消費者基本法が制定されたことに伴い、平成17年3月
5 に「長崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例」（以下「県消費生活条例」と
6 いう。）を改正しました。

7 改正した県消費生活条例では、消費者基本法の基本理念を明記するとともに、消
8 費者基本計画を策定することを規定し、平成18年度から5年間を第1次、平成23
9 年度から5年間を第2次、平成28年度から5年間を第3次の計画期間とする「長
10 崎県消費者基本計画」を策定し、消費者に関する各種施策を総合的かつ計画的に進
11 めてきました。

12 消費者を取り巻く環境は、人口の減少、少子高齢化の進行、デジタル化の進展等
13 による社会情勢の変化とともに変遷し、それに伴う様々な消費者トラブルが懸念さ
14 れています。

15 本県では、現行計画が令和2年度末をもって計画期間が終了することから、消費
16 者を取り巻く社会環境の変化に対応するとともに、これまで実施してきた消費者施
17 策の取組や成果を踏まえ、今後の消費者行政を総合的に推進するため、「第4次長
18 崎県消費者基本計画」を策定するものです。

20 2 計画期間

21 計画の期間は、令和3年度から5年間とします。

22 ただし、社会経済環境の変化に対応するため、必要に応じて見直すこととします。

24 3 計画の基本的視点

25 計画策定にあたっては、県民の安全・安心な消費生活の実現と消費者教育の推進
26 を基本的視点として、県消費生活条例第8条に基づき策定するものです。

27 また、人口減少と高齢化の進行、デジタル化の進展、SDGsの機運の高まり等と
28 いった社会情勢の変化や、国の「第4期消費者基本計画」を踏まえ、「長崎県総合計
29 画」と調和を図りながら、県民の消費生活の安定と向上を目指すものとします。

30 なお、本計画に規定する消費者教育に関する総合的な取組を、消費者教育推進に

- 1 関する法律（以下、「消費者教育推進法」という。）第 10 条第 1 項に基づき策定す
- 2 る「長崎県消費者教育推進計画」として位置づけることとします。
- 3

1 第2章 消費生活をめぐる現状と課題

2 1 消費者を取り巻く経済・社会環境の変化

3 (1) 人口の減少と高齢化の進行等

4 本県の総人口は、昭和35年の176万人（国勢調査）をピークに令和元年10月
5 の時点で約133万人（推計人口）に減少しています。

6 また、老年人口率は約32%となっており、人口減少や高齢化が全国よりも早く進
7 行している状況がうかがえます。

8 高齢化の進行に伴い、高齢者世帯の単身化が増加することが予想されています。

9 相談できる家族がいないことで消費者トラブルに巻き込まれた際、誰にも相談で
10 きず、トラブルの更なる増加や深刻化を招く恐れがあります。

11 県消費生活センターに寄せられる70歳以上の高齢者からの消費生活相談は、相
12 談件数全体の約4分の1と、大きな割合を占めていることから、高齢者が安心して
13 生活できるよう消費者トラブルの未然防止・早期発見に努める必要があります。

14

15 (2) 成年年齢の引き下げ

16 民法改正により、令和4年4月から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられま
17 す。それに伴い、18歳や19歳の若者は、保護者の同意を得なくてもクレジット等
18 の契約が締結でき、一方で、民法上の未成年者取消権を行使することができなく
19 なります。

20 近年、若者を中心にソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）の利用
21 が増加していますが、SNSについては、利便性の高いコミュニケーション手段で
22 あると同時に、悪質商法の勧誘等にも用いられやすく、成年年齢引下げを契機と
23 して若年者の消費者トラブルが急増していくことが懸念されます。

24

25 (3) デジタル化の進展・電子商取引の拡大

26 近年、ICT（情報通信技術）の高度化により、スマートフォンやタブレット型端
27 末が急速に普及してきており、誰もが、どこでも、いつでも、手軽に、商品やサー
28 ビスを購入できるようになり、消費者にとっては利益の増進につながっています。

29 一方で、インターネット通販などは非対面取引であるために、商品・サービスが
30 消費者の期待したものと異なることや、そもそも商品・サービスが提供されない
31 といった消費者トラブルが増加するおそれがあります。

32 また、購入期限までの残り時間が画面上に表示されることで焦って契約してしま

1 うなど、取引を行うタイミングで混乱して自由意思による選択が阻害されるといっ
2 た問題が生じることも懸念されます。

3 デジタル化の進展には、消費者にとって利益の増進につながる側面と、リスク・
4 課題の発生という側面の両方があることを踏まえ、行政は被害防止に向けた必要な
5 情報を提供し、消費者もインターネット通販などに関する知識の習得・情報収集等
6 に努める必要があります。

7 8 **(4) 自然災害の激甚化・多様化、新型コロナウイルス感染症の拡大**

9 我が国は、地震、台風、豪雨といった多くの自然災害が発生しやすい自然条件に
10 あり、多くの人命や財産が失われています。

11 自然災害により、住宅等の被災した消費者の生活基盤が毀損され、生活関連物資
12 の入手が困難になるなど、消費生活が深刻な影響を受けたり、住宅の補修等の生活
13 基盤の再建に乗じた悪質商法等の消費者トラブルが発生する懸念があります。

14 自然災害被災後の生活基盤の再建時等においては、重要な生活基盤の再建のため
15 焦って契約してしまうなど、取引において自主的かつ合理的な選択が困難となって
16 しまうおそれがあることに留意する必要があります。

17 また、新型コロナウイルス感染症が国内外で広がりを見せています。このような
18 感染症の拡大時においても、不確かな情報提供等により生活物資の不足に陥ったり、
19 消費者の不安につけ込む悪質商法等に留意する必要があります。

20 21 **(5) SDGs の機運の高まり**

22 「SDGs (持続可能な開発目標) Sustainable Development Goals」は、2015 年
23 (平成 27 年) 9 月の国連サミットで採択され、「誰一人取り残さない」持続可能な
24 社会の実現を目指し、17 のゴールと 169 のターゲットで構成され、経済、社会、
25 環境をめぐる広範な課題に統合的に取り組むための国際社会全体の目標です。

26 SDGs の目標達成のためには、全ての関係者がそれぞれの立場で役割を果たすこ
27 とが重要であり、例えば SDGs の 12 番目の目標「つくる責任 つかう責任」では、
28 事業者任せでなく消費者自らが意識を持ち、行動することが前提となっています。

29 消費者の行動は経済社会に大きな影響を与えるものであり、食品ロスの削減、プ
30 ラスチックごみの削減など、持続可能な社会の実現に向けた社会的課題を解決する
31 ために、商品やサービスを提供する事業者の取組を促すと同時に、商品やサービス
32 を選択する消費者の適切な行動を促すなど、消費者行政を推進するに当たっても
33 SDGs の目指す理念を踏まえることが重要です。

1 県民と共に SDGs の推進に取り組み、県としての役割や使命を果たすことで、
 2 SDGs の目標達成に貢献していきます。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



18 なお、本計画に掲げる施策と特に関連する SDGs の目標は次のとおりです。

	<p>あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を推進する</p>
	<p>すべての人々に包摂的かつ公平で質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する</p>
	<p>持続可能な生産消費形態を確保する</p>
	<p>持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する</p>

19
20

2 本県における消費者苦情相談の変化

(1) 受付件数の推移

令和元年度に県消費生活センターと市町の消費生活相談窓口寄せられた消費生活相談の受付件数は10,276件であり、この5年間は、ほぼ横ばいの状況で、毎年10,000件を超える相談が寄せられています。

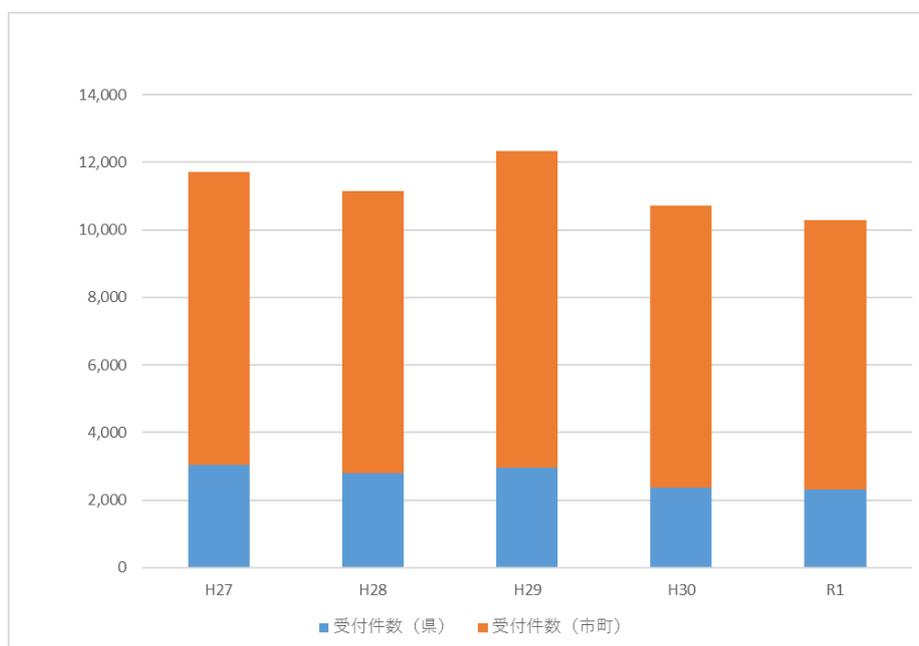
各市町において、消費生活センター及び消費生活相談窓口の整備が進んだことから、県市町合計に占める市町が受け付ける相談件数の割合は増加傾向にあり、身近な市町の消費生活センターと消費生活相談窓口の果たす役割が増しています。

県消費生活センターは、市町相談業務の支援や、広域的な見地を要する相談を受け付けるなど、県内の消費生活相談窓口の中核として機能しています。

(表1) 県内消費生活センター生活相談受付件数の推移 (件数)

年度	H27	H28	H29	H30	R1
受付件数(県)	3,053	2,807	2,954	2,371	2,300
受付件数(市町)	8,661	8,342	9,367	8,335	7,976
県市町合計	11,714	11,149	12,321	10,706	10,276

<県内消費生活相談受付件数の推移>



1 (2) 処理状況

2 県消費生活センターでは、助言やあっせん、情報提供等により相談に対応してい
3 ます。令和元年度に県消費生活センターに寄せられた苦情相談 2,157 件（問合せ件
4 数は含まず）の処理結果は、助言 1,452 件、あっせん 308 件、情報提供 295 件、他
5 機関紹介 22 件、その他 80 件となっており、この 5 年間の構成比に大きな変化は
6 ありません。

7 ここ 5 年間における、本県のあっせん解決率は平均で 12.5%となっており、全国
8 平均の 6.4%を大きく上回り、高い水準を維持しています。

9 なお、あっせんした相談のうち、解決した相談の割合は平均で 9 割を超えていま
10 す。

11 (表 2) 県消費生活センターにおける苦情相談の処理結果

(件数)

年度	項目	助言	あっせん	あっせん解決	情報提供	他機関紹介	その他	計
H27	件数	1,827	409	379	583	49	51	2,919
	構成比 (%)	62.6%	14.0%	13.0%	20.0%	1.7%	1.7%	
H28	件数	1,645	360	328	503	36	76	2,620
	構成比 (%)	62.8%	13.7%	12.5%	19.2%	1.4%	2.9%	
H29	件数	1,865	334	298	532	14	57	2,802
	構成比 (%)	66.6%	11.9%	10.6%	19.0%	0.5%	2.0%	
H30	件数	1,465	339	315	394	34	31	2,263
	構成比 (%)	64.7%	15.0%	13.9%	17.4%	1.5%	1.4%	
R1	件数	1,452	308	274	295	22	80	2,157
	構成比 (%)	67.3%	14.3%	12.7%	13.7%	1.0%	3.7%	

12 【用語解説】

13 ○助言

相談者が事業者に自主交渉することで解決する可能性がある相談に対し、自主解決の方法を
アドバイスしたもの

14 ○あっせん解決

消費生活センターが相談者と事業者の間に立ってあっせんし解決したもの

15 ○情報提供

「フリーローン・サラ金」の相談への対応のほか、悪質商法の具体的な手口や対応など消費者
トラブルに関する最新情報を提供したもの

16 ○他機関紹介

労働関係や事業者からの相談など消費生活相談以外の相談に対して、本来の相談機関を紹介
したもの

1 (3) 年代別の相談状況の推移

2 相談件数を年代別に見ると、年代が高くなるほど相談件数が多くなる傾向にあり、
3 平成30年度以降は、「70歳以上」の相談件数が最多となっています。

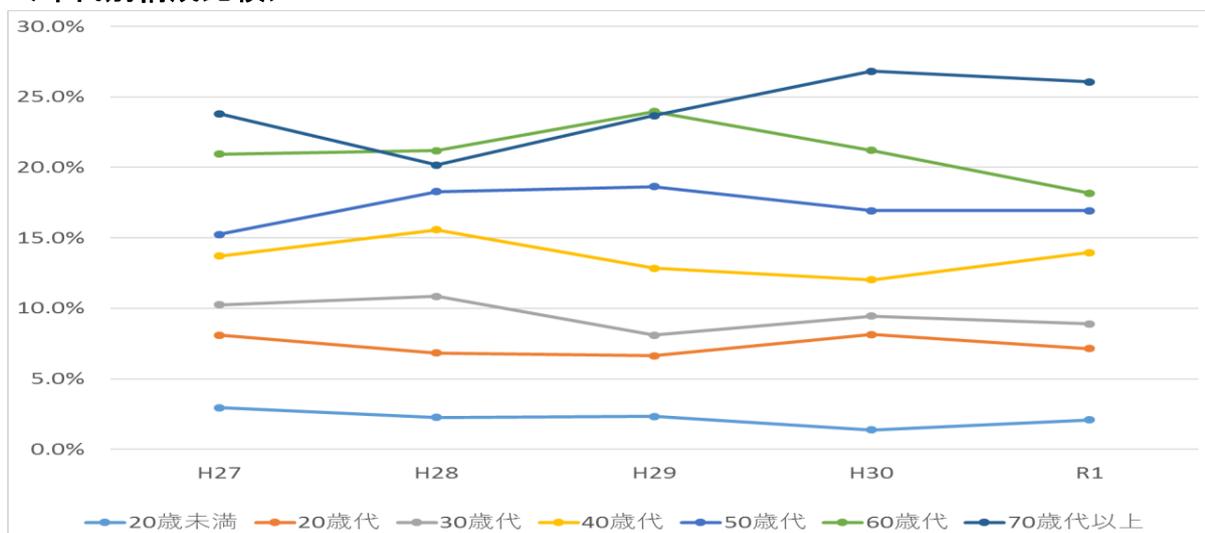
4 苦情相談件数の構成比を見ると、「70歳以上」の割合は、平成28年度に一旦減少
5 したものの、徐々に増加傾向にあり、「60歳代」とあわせると令和元年度では、全
6 体の44.3%を占めており、高齢者層からの相談割合が高い状況にあります。

8 (表3) 年代別の相談状況の推移

(件数)

9 年度	H27	H28	H29	H30	R1	累計
10 20歳未満	86	59	65	31	45	286
11 (構成比)	2.9%	2.3%	2.3%	1.4%	2.1%	2.2%
12 20歳代	236	179	186	184	154	939
13 (構成比)	8.1%	6.8%	6.6%	8.1%	7.1%	7.4%
14 30歳代	299	284	227	214	192	1,216
15 (構成比)	10.2%	10.8%	8.1%	9.5%	8.9%	9.5%
16 40歳代	400	408	360	272	301	1,741
17 (構成比)	13.7%	15.6%	12.8%	12.0%	14.0%	13.6%
18 50歳代	445	479	522	383	365	2,194
19 (構成比)	15.2%	18.3%	18.6%	16.9%	16.9%	17.2%
20 60歳代	611	555	671	480	392	2,709
21 (構成比)	20.9%	21.2%	23.9%	21.2%	18.2%	21.2%
22 70歳代以上	695	528	663	607	562	3,055
23 (構成比)	23.8%	20.2%	23.7%	26.8%	26.1%	23.9%
24 不明等	147	128	108	92	146	621
25 (構成比)	5.0%	4.9%	3.9%	4.1%	6.8%	4.9%
26 合計	2,919	2,620	2,802	2,263	2,157	12,761

26 <年代別構成比較>



1 (4) 商品、役務（サービス）別の相談状況の推移

2 苦情相談の内容を商品と役務（サービス）に区分すると、商品では、「健康食品」
3 が平成17年度から15年連続して1位となっており、「化粧品」も含め相談件数が
4 大きく増加しています。

5 役務では、12年連続で「デジタルコンテンツ（パソコン・スマートフォン等から
6 インターネットを通じて得られる情報）」が1位ですが、相談件数は大幅に減少し
7 ています。

8
9 (表4) 商品・役務（サービス）別苦情相談件数の推移 (件数)

商 品														
H27年			H28年			H29年			H30年			R1年		
1位	健康食品	101	1位	健康食品	98	1位	健康食品	119	1位	健康食品	93	1位	健康食品	150
2位	自動車	38	2位	化粧品	50	2位	化粧品	55	2位	化粧品	40	2位	化粧品	87
3位	化粧品	37	3位	自動車	48	3位	四輪自動車	54	3位	電気	38	3位	電気	30
4位	パソコン類	32	4位	パソコン類	28	4位	アクセサリ	27	4位	四輪自動車	35	4位	新聞	27
5位	新聞	31	5位	アクセサリ	24	5位	パソコン類	26	5位	新聞	20	5位	四輪自動車	26
6位	健康器具	28	6位	飲料	22	6位	魚介類	23	6位	ソーラーシステム	20	6位	パソコン類	20
7位	ソーラーシステム	27	7位	健康器具	21	7位	ソーラーシステム	19	7位	パソコン類	19	7位	携帯電話	15
7位	アクセサリ	27	8位	ソーラーシステム	20	8位	健康器具	16	8位	アクセサリ	17	8位	飲料	14
9位	音響・映像機器	19	9位	給湯システム	19	9位	携帯電話	16	9位	ふとん類	16	9位	魚介類	13
9位	空調・冷暖房機器	19	10位	新聞	17	10位	新聞 ほか	15	10位	音響・映像機器	12	10位	給湯システム	11
												10位	書籍	11
合計		939	合計		901	合計		1,207	合計		956	合計		961

役 務														
H27年			H28年			H29年			H30年			R1年		
1位	デジタルコンテンツ	596	1位	デジタルコンテンツ	528	1位	デジタルコンテンツ	544	1位	デジタルコンテンツ	302	1位	デジタルコンテンツ	219
2位	フリーローン・サラ金	166	2位	フリーローン・サラ金	157	2位	フリーローン・サラ金	128	2位	フリーローン・サラ金	111	2位	不動産貸借	87
3位	インターネット接続回線	146	3位	インターネット接続回線	114	3位	インターネット接続回線	100	3位	インターネット接続回線	85	3位	フリーローン・サラ金	81
4位	不動産貸借	116	4位	不動産貸借	103	4位	テレビ放送サービス	69	4位	不動産貸借	79	4位	工事・建築	79
5位	携帯電話サービス	85	5位	工事・建築	65	5位	工事・建築	65	5位	工事・建築	74	5位	インターネット接続回線	77
6位	工事・建築	72	6位	携帯電話サービス	49	6位	不動産貸借	64	6位	修理サービス	36	6位	携帯電話サービス	53
7位	修理サービス	48	7位	テレビ放送サービス	38	7位	携帯電話サービス	57	7位	ファンド型投資商品	33	7位	生命保険	33
8位	生命保険	40	8位	修理サービス	35	8位	修理サービス	34	8位	テレビ放送サービス	32	8位	修理サービス	32
9位	医療	28	9位	興信所	34	9位	生命保険	31	9位	モバイルデータ通信	30	9位	固定電話サービス	21
10位	テレビ放送サービス	26	10位	モバイルデータ通信	30	10位	ファンド型投資商品	27	10位	携帯電話サービス	29	10位	宅配便サービス	20
合計		1,980	合計		1,719	合計		1,595	合計		1,307	合計		1,196

29 ※ 合計は、受付件数から問合せを除いたもの。

1 (5) 特殊販売に関する相談状況の推移

2 苦情相談を、消費者トラブルが生じやすい、訪問販売・通信販売等、いわゆる「特
3 殊販売」別に見ると、相談件数は5年前と比較して全体的に件数が減少してしま
4 が、県消費生活センターの相談件数のうち「特殊販売」に関する相談は、5年連続
5 で半数を超えています。

7 (表5) 特殊販売に係る苦情相談件数の推移 (件数)

	H27	H28	H29	H30	R1
訪問販売	305	255	237	220	193
通信販売	911	924	943	642	700
電話勧誘販売	382	238	208	206	156
マルチ等商法	47	30	40	52	44
ネガティブオプション	4	4	8	1	1
訪問購入	36	43	29	34	21
その他無店舗販売	26	40	22	16	9
特殊販売(計)(A)	1,711	1,534	1,487	1,171	1,124
苦情相談総計(B)	2,919	2,620	2,802	2,263	2,157
A/B(%)	58.6%	58.5%	53.1%	51.7%	52.1%

21 **【用語解説】**

○特殊販売

特定商取引法に規定する販売形態のことで、訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引(マルチ商法)、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引、訪問購入をいう。

○マルチ商法

「儲かるから」と言って商品の販売組織に誘い、商品やサービスを契約させ、次々に組織への加入者を増やしていくと利益が得られるという商法。勧誘時の成功話と違って思うように入会者を獲得できず、売れない商品を抱えることが多い。結果として、それまでの人間関係を破綻させることもある。

○ネガティブオプション

注文がないにもかかわらず事業者が消費者に商品を送付したうえで、売買契約の申込みを行ったり、事業者の言う条件の下で売買契約の成立を主張して代金を請求することをいう。「送りつけ商法」、「押しつけ販売」ともいう。

22

23

1 第3章 行政・事業者・消費者の責務と役割

2 消費者の権利が尊重され、消費者の立場に立った消費者政策を有効に推進するた
3 めには、行政、事業者及び消費者が相互に連携しながら、それぞれの責務と役割を
4 果たしていくことが重要です。

5 それぞれの果たすべき責務等については、消費者基本法や消費者安全法で規定さ
6 れており、県消費生活条例においても、消費者基本法に則り、消費者政策を
7 策定し、市町との連携のもとに実施していくという県の責務をはじめ、事業者及び
8 消費者の責務・役割を規定しているところです。

10 1 行政の責務と役割

11
12 県の責務として、身近な消費生活相談や消費者への情報提供等を担う市町に対し、
13 地域の特性に応じた適切な支援や市町相互間の連絡調整、広域的見地からの相談・
14 情報提供等の事務を確実に実施することが求められています。

15 このため、県消費生活センターの機能の充実を図り、市町の消費生活相談員に対
16 する研修の実施や市町支援相談員の配置などにより、市町相談窓口の整備・強化を
17 支援することとします。

18 また、消費者安全法に定める広域的、専門的な相談に対応するとともに、市町へ
19 の技術的な助言や支援を行っていきます。

20 市町の責務として、消費者被害を防止し、又は発生した消費者問題を解決・救済
21 していくためには、消費者に身近な市町における取組が果たす役割は極めて大きく、
22 どこに住んでいても質の高い消費生活相談や被害救済を受けられる体制が必要と
23 されています。

24 県は市町と連携しながら、平成27年度までに消費生活センターを全市に整備し、
25 各町においても相談窓口を設置し、専門相談員の配置と資質の向上を進めるなど、
26 消費生活相談の体制整備を図ってきました。

28 2 事業者及び事業者団体の責務と役割

29
30 事業者の責務として、事業活動を継続し、消費者と事業者による健全な市場を実
31 現するには、事業者が、消費者からの信頼を獲得・維持するための取組が必要です。

32 このため、事業者及び事業者団体においては、商品・サービスに関する消費者の
33 安全や取引の公正の確保、消費者に対する明確で分かりやすい情報提供及び開示情

1 報の充実、苦情の適切な処理、供給する商品・サービスの品質等の向上、事業活動
2 に関する自主基準の作成等に努めることが求められています。

3 このように、事業者は、消費者を重視した事業活動、すなわち消費者志向経営を
4 行い、事業者団体は、消費者への情報提供や事業者に対する研修をはじめとする自
5 主的な取組を実施する役割を担っています。

6 また、事業者及び事業者団体は、行政との連携を強化しながら、コンプライアンス
7 (法令遵守) や消費者志向経営に係る取組を促進する必要があります。

9 3 消費者及び消費者団体の役割等

10
11 消費者においては、一人ひとりが、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相
12 互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在と将来の世代にわたって社会
13 経済情勢や地球環境に影響を及ぼしうるものであることを自覚して、公正で持続可
14 能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」を目指すことが必要とされ
15 ています。

16 このため、消費者自らが消費生活に関する知識の習得・情報収集等に努め、合理
17 的な意思決定を行い、消費者トラブルに適切に対処できる能力を身に付けることが
18 重要です。

19 消費者団体においては、消費生活に関する情報の収集・提供、意見表明、消費者
20 被害の防止・救済のための活動や、消費者教育を担う人材の輩出・育成等に努める
21 ことが求められます。

22 一方で、消費者を取り巻く環境の変化により、消費者の関心・問題意識は多様化
23 しており、消費者政策は幅広い分野に渡っています。

24 このため、様々な問題意識に基づく活動を行う団体の自主的な取組を支援・促進
25 することも必要となっています。

【用語解説】

○消費者市民社会

消費者一人一人が、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会経済情勢や地球環境にまで思いを馳せて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会。

27

28

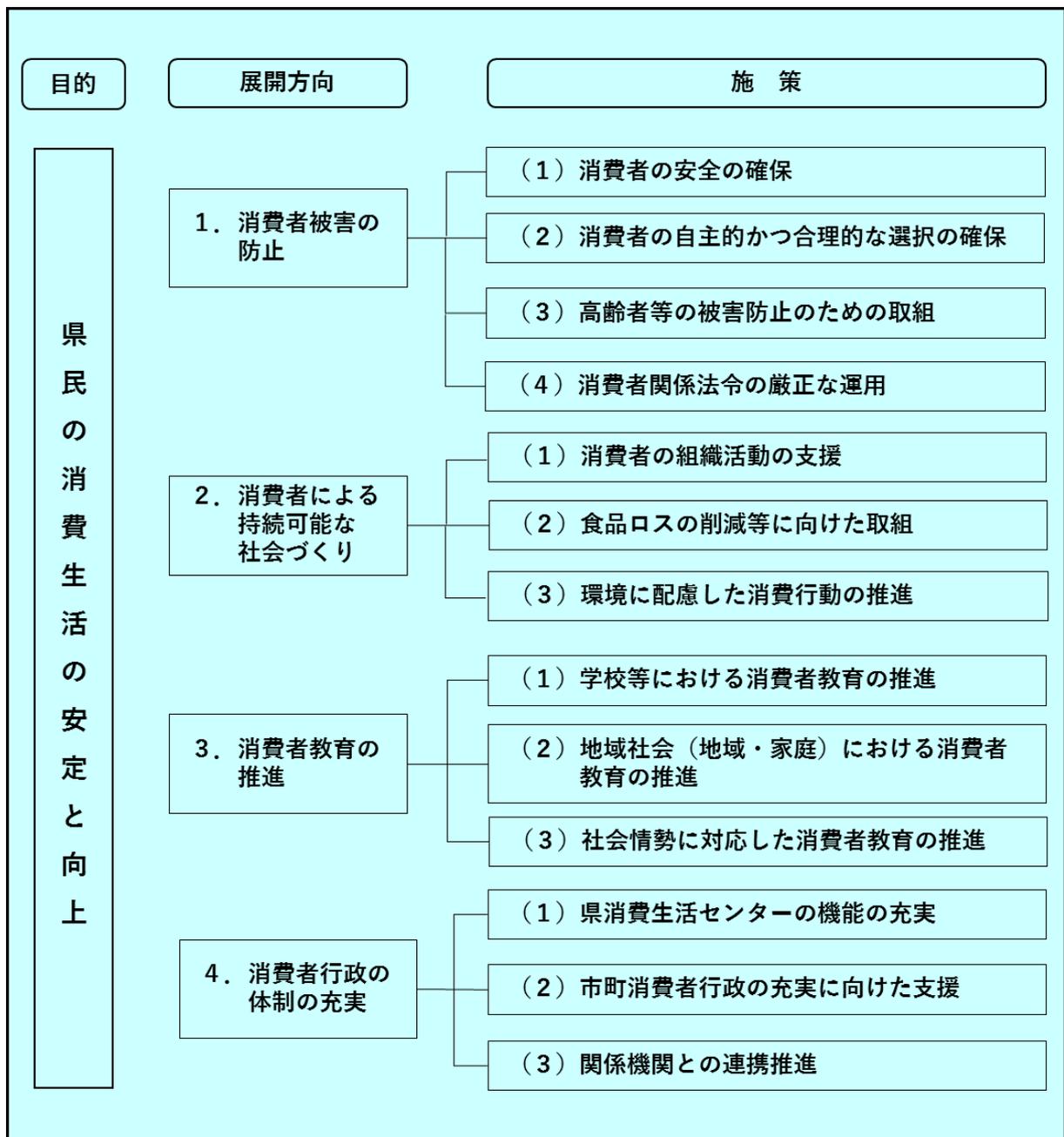
1 第4章 消費生活に関する施策の推進

2 第1次から第3次までの消費者基本計画の考え方を踏まえつつ、消費生活の安定と
3 向上を実現するため、

- 4 1 消費者被害の防止
- 5 2 消費者による持続可能な社会づくり
- 6 3 消費者教育の推進
- 7 4 消費者行政の体制の充実

8 の四つを柱とし、施策を展開します。

9



1 消費者被害の防止

消費者被害の防止のためには、消費者が商品やサービスを合理的に選択・消費するために必要な情報が提供されるとともに、近年の消費者を取り巻く状況を踏まえた施策の推進を図ることが必要です。

特に被害に遭いやすい高齢者等の被害防止のための施策を充実させるとともに、関係機関と連携を図りながら、さまざまな消費者トラブルに対応していきます。

2
3
4
5
6
7
8
9

(1) 消費者の安全の確保

【消費者トラブルの情報収集と適正処理】

- ・消費者トラブルの未然防止・拡大防止のため、県内で発生している悪質商法に関する情報を収集し、市町や福祉関係団体等へ情報の提供を行い、地域住民への消費者トラブルの情報の周知を図ります。（食品安全・消費生活課）

(数値目標) ① 指標名	基準値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
消費者被害防止のための注意情報の発信	20 件	20 件以上

10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26

- ・消費者安全法に基づき、生命・身体に関する重大事故等を、消費者庁に直ちに通知するなど消費者事故等情報の適正処理に努めます。

(食品安全・消費生活課)

- ・国民生活センターや NITE（独立行政法人 製品評価技術基盤機構）等との連携のもとに、消費者の生命や身体に危害を及ぼす疑いのある商品・サービス（危険商品等）については速やかに情報収集や必要な調査を行い、県ホームページ等を活用し、消費者へ迅速で、的確な情報の提供に努めます。また、事業者に対し危険商品等の供給の停止、回収等必要な措置をとるよう勧告するなど、速やかに危害の未然・拡大防止に努めます。（食品安全・消費生活課）

【消費者の意見の行政・事業者への反映】

- ・県消費生活センターのホームページ等において、苦情相談の受付はもとより、県への意見・提言を受付けることにより、消費者の意見の把握に努めます。

(食品安全・消費生活課)

- ・事業者に対して、消費者の意見が事業に反映されるよう、消費者相談窓口を設置するよう要請します。(食品安全・消費生活課)

【家庭用品等の安全性の確保】

- ・家庭用品、消費生活用製品、電気用品の安全性を確保するため、電気カミソリ等の家庭用品、家庭用圧力なべ等の特定製品などの販売事業者や電気用品販売店に対する調査指導を行います。(食品安全・消費生活課)

- ・ホルムアルデヒド等の有害物質を含む家庭用品による健康被害を防止するため、家庭用品製造業者、販売業者の指導取締りと下着等の試買検査による家庭用品の衛生監視を行います。(薬務行政室)

(数値目標) ② 指標名	基準値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
家庭用品の試買検査件数	20 検体	20 検体

【液化石油ガスの安全性の確保】

- ・液化石油ガスによる災害を防止することを目的とし、液化石油ガス販売事業者及び液化石油ガス保安機関に対して立入検査を実施し、法令順守の徹底を図ります。(消防保安室)

【生活衛生関係営業における安全性の確保】

- ・まつ毛エクステンションによる危害を防止するため、管内美容所に対し衛生管理の徹底や利用者への十分な説明を行う等、施術の安心・安全を確保するための取組の周知を徹底するとともに、当該業務に係る教育が適切に実施されるよう養成施設への指導・監督を行います。また、消費者事故等の情報を得た場合、消費者安全法に基づき消費者庁に通知します。(生活衛生課)

- ・ホテル・旅館、理容、美容、クリーニング、公衆浴場など生活衛生関係営業施設の不衛生に起因した疾病等の防止を図り、良好な衛生水準を確保するため、監視、指導を行い、安全なサービスが受けられるようにします。

(生活衛生課)

1 **【福祉サービスの安全性の確保】**

2 ・福祉サービスに関して、事業者段階では解決できない苦情やトラブルなどにつ
3 いて、県社会福祉協議会に設置する「運営適正化委員会」において、助言、相
4 談、調査、あっせん等を行い、福祉サービスの適切な利用・提供を支援します。

5 (福祉保健課)

6
7 ・福祉サービスの質の向上と利用者が適切なサービスを選択するための情報を提
8 供することを目的として、公正・中立な第三者評価機関が、専門的かつ客観的
9 な立場から評価する福祉サービス第三者評価事業を推進します。

10 (福祉保健課)

11
12 ・社会福祉法人・施設等の適正な運営の確保と福祉サービスの質の確保・向上を
13 図るため、法令等に則った厳正な指導監査を実施します。 (監査指導課)

14
15 ・判断能力が十分でないために、適切な福祉サービスの利用を受けることができ
16 ない消費者に対し、福祉サービスの利用援助とこれに伴う金銭管理等の代行を
17 併せて行う福祉サービス利用援助事業を推進し、地域で自立した生活が送れる
18 よう支援します。 (長寿社会課)

19

(数値目標) ③	基準値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
指標名 事業利用により自立した生活をしていると認識して いる割合	80%	95%

20
21 ・利用者が介護サービス事業者を選択できるよう、事業所の詳細な情報を利用者
22 等に提供する介護サービス情報の公表を行います。 (長寿社会課)

23

(数値目標) ④	基準値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
指標名 介護サービス情報の公表を行った事業所の割合	100%	100%

24
25 ・障害者の生活の安全を確保するため、障害者110番により、障害者が抱える
26 各種の心配事、悩み事などの相談対応に努めます。 (障害福祉課)

1 **【医療機関等の安全性の確保】**

- 2 ・ 県民が適切に医療機関を選択することができるよう医療機関の管理者（院長）
3 が医療法に基づき報告する医療機能情報を、県ホームページで公開します。

4 (医療政策課)

- 5
6 ・ 病院や診療所が関係法令により定められた人員や施設を有し、かつ、適正な管
7 理を行っているかについて、検査、指導します。(医療政策課)

- 8
9 ・ 各保健所職員の研修の充実により、医療に関する患者・家族等の苦情や相談に
10 適切に応じ、助言等を行うとともに、医療機関への情報提供を通じて患者サー
11 ビスの向上を推進し、医療の安全と向上に努めます。(医療政策課)

- 12
13 ・ 医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器の品質を確保するため、薬局、医薬品
14 販売業者、医薬品製造販売業者（製造事業者）に対し、立入検査、指導を実施
15 します。(薬務行政室)

16
17 **【薬物乱用の防止】**

- 18 ・ 薬物乱用の根絶のため、長崎県薬物乱用対策実施計画を策定し、青少年、家庭
19 及び地域社会に対する啓発強化と規範意識向上による薬物乱用未然防止の推進
20 に努めます。(薬務行政室)

21
22 **【住宅の安全性の確保】**

- 23 ・ 安全で安心な建物づくりのため、防災や構造上の安全性を確保できるよう、建
24 築確認制度の適正な運用に努めます。(建築課)

- 25
26 ・ 長崎県建築行政マネジメント計画に基づき、県内の特定行政庁及び関係機関等
27 と連携し、各種施策を実施することにより、建築物の安全性等の確保に努めま
28 す。(建築課)

- 29
30 ・ 県民が快適で良質な住まいづくりができるよう住宅フェアの開催や住宅の新築、
31 リフォーム等に係る相談窓口の設置及びホームページの活用による情報提供に
32 努めます。(住宅課)

- 33
34 ・ 住宅の耐震化の促進やリフォーム相談体制の整備を行うとともに、住宅に係る
35 優遇税制などの PR や講習会等を実施し、快適で良質な住まいづくりを推進し
36 ます。(住宅課)

1 (2) 消費者の自主的かつ合理的な選択の確保

2 **【生活物資等の安定的な供給】**

3 ・生活物資の価格の安定のため、生活物資の便乗値上げ、買い占め、売り惜しみ
4 等に関する相談を受け、必要に応じて価格調査や需給動向調査を行うとともに、
5 不適正な事業活動の是正に努めます。 (食品安全・消費生活課)

6
7 ・原油価格の動向については、原油価格高騰対策本部において、県民生活や経済
8 活動への影響等を把握し、関係部局が連携してその対策について協議を行いま
9 す。 (県民生活環境課)

10
11 ・台風、地震等の緊急災害時において、災害救助法が適用された市町の被災者の
12 生活物資等を確保するため、現物備蓄と併せ、流通備蓄として消費者団体等と
13 の生活物資供給協定を締結し、食糧、飲料水、生活用品、衛生用品、医薬品等
14 の確保など安定供給に努めます。 (福祉保健課、薬務行政室)

15
16 **【表示の適正化】**

17 ・景品表示法に基づき、過大な景品類や広告等の監視、指導を行い、公正な取引
18 を確保するとともに、不当な表示を行う事業者に対し、必要に応じ景品表示法
19 を厳正に遵守するよう注意及び行政指導を実施します。
20 (食品安全・消費生活課)

21
22 ・景品表示法の説明会への講師派遣をするとともに、同法のパンフレットを広く
23 配布することなどを通じ、事業者・事業者団体における法令順守の取組を積極
24 的に支援します。 (食品安全・消費生活課)

25
26 ・不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択及び事
27 業者間の公正な競争を確保するため、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運
28 用が行われるよう関連団体等を支援します。 (食品安全・消費生活課)

29
30 ・県産品等の適正な商品表示を促し、関係機関において不当表示や過大な景品類
31 の提供に関わる知識を深めるため、景品表示法に関する専門研修を開催します。
32 (食品安全・消費生活課)

33
34 ・消費者が商品やサービスの選択を誤ることのないよう、「長崎県特産品新作展」
35 の募集等の機会を捉え、法令（食品表示法、景品表示法等）に基づく表示の適
36 正化を県内事業者へ周知します。 (物産ブランド推進課)

37

1 **【計量の適正化】**

- 2 ・計量器が正しく使用されているか、また商品の内容量が正確に計量されている
 3 にかついて、計量器を使用している商店へ立入調査を行うことにより、適正な
 4 計量の確保に努めます。 (計量検定所)

5

(数値目標) ⑤	基準値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
指標名		
商品量目立入調査店舗数	50 店舗	60 店舗

6
7 **(3) 高齢者等の被害防止のための取組**

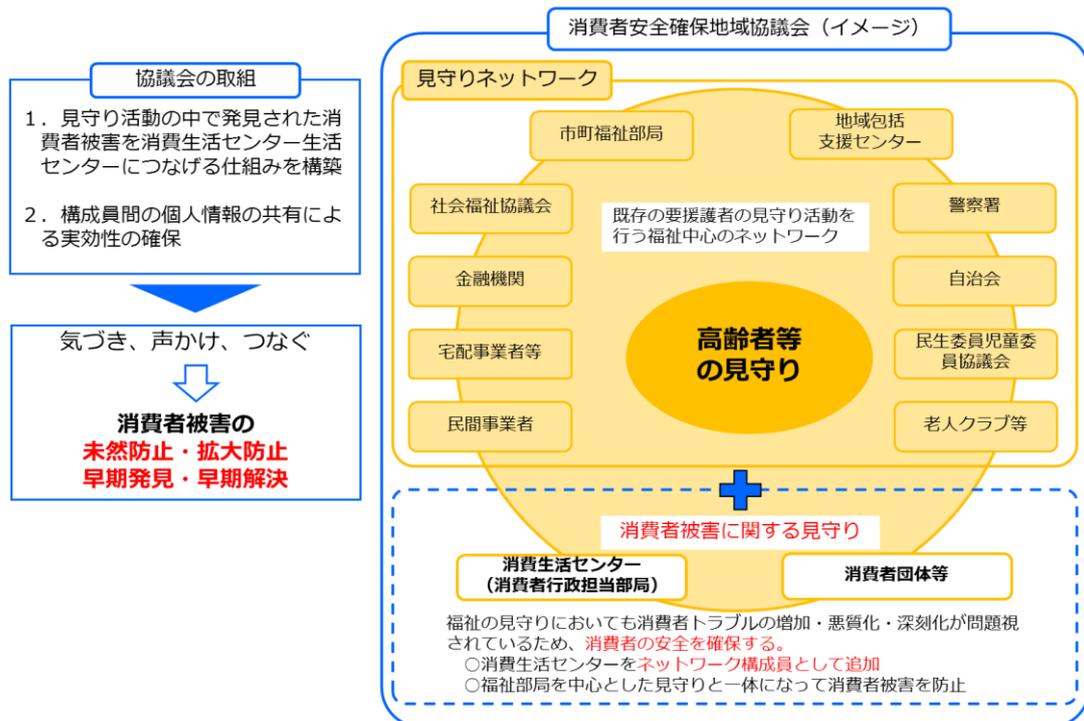
8 **【見守り活動の充実】**

- 9 ・高齢者等の消費者被害を防止するため、消費者行政担当課、福祉・介護行政担
 10 当課、警察・司法関係、各種関係団体等を構成員とする消費者安全確保地域協
 11 議会を設置し、高齢者等を地域で見守る体制を構築することで、複雑巧妙化す
 12 る消費者トラブルを地域ぐるみで未然に防止します。(食品安全・消費生活課)

13

(数値目標) ⑥	基準値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
指標名		
消費者安全確保地域協議会設置市町数	8 市町	21 市町

14 **消費者安全確保地域協議会の概要**



1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29

- ・高齢者等の見守りにおける「気づき」から「声かけ」をし「相談につなぐ」ことによる高齢者の消費者被害・トラブルの未然防止、早期発見・拡大防止を図るため、市町・警察・NPOと連携して、民生児童委員や在宅介護関係者など高齢者等の地域の見守りネットワークを構成するメンバーや地域のリーダー等を対象とした消費生活支援講座・消費者トラブル防止講演会の開催に取り組みます。
(食品安全・消費生活課、警察本部)

(数値目標) ⑦ 指標名	基準値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
地域の見守りネットワーク等での講座等開催地区数	7 地区	7 地区以上

- ・高齢者等見守りを必要とする人が、住み慣れた地域で安心して暮らし続けられるよう行政、関係機関、団体、民間事業者などが連携して、地域全体で支援を必要とする人を日常的に見守る多重的な見守りネットワークの構築を推進します。
(長寿社会課、警察本部)

【高齢者等の消費者トラブルの防止】

- ・悪質商法や特殊詐欺のターゲットになりやすい高齢者等を消費者トラブルから守るため、警察と連携して独居高齢者等へのダイレクトな啓発活動を実施します。
(食品安全・消費生活課、警察本部)

(数値目標) ⑧ 指標名	基準値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
二次被害防止のための注意喚起ハガキ送付率	100%	100%

- ・高齢者等を狙った悪質な訪問販売など消費者に大きな被害を与える不法な取引行為に対しては、警察との連携を密にし、特定商取引に関する法律を適用して、行政処分等を行い、公表します。
(食品安全・消費生活課、警察本部)
- ・高齢者等を狙った悪質な住宅リフォームなどの不当な取引行為については、警察への積極的な情報提供に努めます。また、建設業法に定められた見積書の交付義務化の周知など、関係機関とも連携して被害の未然防止・拡大防止に努めます。
(食品安全・消費生活課、監理課、警察本部)

- 1 ・高齢者や障害者の消費者トラブルの解決のため、成年後見制度の利用促進に努
2 め、関係機関と連携して啓発活動や情報提供の充実に努めます。

3 (長寿社会課、障害福祉課)
4

5 **【研修・講座の開催】**

- 6 ・高齢者の見守りにおける「気づき」から「声かけ」をし「相談につなぐ」こと
7 による高齢者の消費者被害・トラブルの未然防止、早期発見・拡大防止を図る
8 ため、市町・警察・NPOと連携して、民生児童委員や在宅介護関係者など高
9 齢者等の地域の見守りネットワークを構成するメンバーや地域のリーダー等を
10 対象とした消費生活支援講座・消費者トラブル防止講演会の開催に取り組みま
11 す。 (食品安全・消費生活課、警察本部)
12

- 13 ・市町等職員・地域包括支援センター職員を対象とした研修会等を実施し、日頃
14 から高齢者等と接する機会が多い職員のスキルアップを図ります。

15 (長寿社会課)
16

- 17 ・要介護者等の支援において中核的な役割を担う介護支援専門員に研修を実施し、
18 利用者の自立支援のための適切な介護計画の立案やサービスの提供ができるよ
19 うに努めます。 (長寿社会課)
20

21 **(4) 消費者関係法令の厳正な運用**

22 **【不当な取引への厳正な対応】**

- 23 ・消費者の利益保護を図るため、特定商取引に関する法律に基づき、事業者に対
24 して、契約締結前における消費者への十分な情報提供や、契約書面の交付等が
25 適切に行われるよう、適切な指導監督を行います。(食品安全・消費生活課)
26

- 27 ・高齢者等を狙った悪質な訪問販売など消費者に大きな被害を与える不法な取引
28 行為に対しては、警察との連携を密にし、特定商取引に関する法律を適用して、
29 行政処分等を行い、公表します。 (食品安全・消費生活課、警察本部)
30

- 31 ・県境を越えて、広域的に不当な取引行為等を行う事業者に対しては、国や関係
32 都道府県と緊密に連携し、同時処分を行うなど広域化する消費者被害の解決に
33 努めます。 (食品安全・消費生活課)
34

- 35 ・法外な高金利で貸付を行うヤミ金融や、情報提供サービス等をかたった架空請
36 求などの不法行為については、警察をはじめ関係機関が連携して撲滅に努めま
37 す。 (食品安全・消費生活課、警察本部)

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25

【適正な事業活動の促進】

- ・消費生活協同組合の健全な発展を図るため、消費生活協同組合法に基づく検査等を通じて組合の育成・指導を行います。 (食品安全・消費生活課)

- ・貸金業の適正化を図り、資金需要者の利益保護のため、貸金業法に基づき、適切な指導と立入検査を実施するほか、利用者の苦情相談に対応します。 (食品安全・消費生活課)

- ・消費者の利益保護を図るため、割賦販売法に基づき、前払式特定取引業者（冠婚葬祭互助会、友の会）に対して、立入検査を実施します。 (食品安全・消費生活課)

- ・旅行の安全の確保及び旅行者の利便の増進を図るため、旅行業法に基づき、必要に応じて旅行業者等に対し調査を行うなど、旅行業者等の業務の適正な運営確保に努めます。 (観光振興課)

- ・建設工事の適正な施工の確保、発注者の保護及び建設業者の健全な発展を促進するため、建設業法に基づき、不適正業者の是正、指導を行います。 (監理課)

- ・宅地建物業の適正化を図るため、宅地建物取引業法に基づき、立入検査を実施するなど適切な指導監督を行います。 (都市政策課)

2 消費者による持続可能な社会づくり

SDGsの視点に立ち、幅広い観点から、消費者・消費者団体との連携・協働を通じた経済・社会構造の変革に向けた取組を推進することが必要です。

このため、食品ロスやゴミの削減に係る取組や、地球温暖化対策に係る取組など、人や社会・環境に配慮した取組を推進します。

(1) 消費者の組織活動の支援

- ・消費者団体訴訟制度において、事業者に対し差止め請求を行なうことができる適格消費者団体の設立・活動を支援します。(食品安全・消費生活課)
- ・消費者問題などに取り組む、NPO・ボランティア活動に対して、相談・助言・情報提供等の支援を行います。(県民生活環境課)

(2) 食品ロスの削減等に向けた取組

- ・食品ロス削減に関するイベントやポスターコンクール等を通して、食べ物を無駄にしない意識の醸成を図ります。(資源循環推進課)

(数値目標)◎ 指標名	基準値 (R2年度)	目標値 (R7年度)
食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合	95%	95%

- ・まだ食べることができる食品の有効活用を図るため、食品ロスの削減だけでなく生活困窮者への支援の観点からも意義のあるフードバンク活動について広く周知します。(資源循環推進課)
- ・高等学校等における家庭科などの授業に消費生活相談員等を講師として派遣し、実践的な消費者教育を推進する中で、食品ロス等について取り上げ、環境に配慮した消費行動の大切さに関する普及・啓発を実施します。(食品安全・消費生活課)

1
2 (3) 環境に配慮した消費行動の推進

3 【専門人材の活用】

- 4 ・ 県民の環境に配慮した消費行動の推進を図るため、専門的知識を持った人材を
5 地域や学校での学習会等に派遣します。 (県民生活環境課)

6
7 【温室効果ガスの排出抑制】

- 8 ・ 自動車から排出される二酸化炭素の排出を削減するため、徒歩、自転車や公共
9 交通機関の利用あるいはエコドライブの励行、電気自動車などのエコカー利
10 用、カーシェアリングなどといった環境にやさしい移動を選択・実践する取組
11 「スマートムーブ」を推進します。 (地域環境課)

12

(数値目標) ⑩	基準値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
指標名		
県下一斉スマートムーブウィーク参加者数	40,000 人	毎年度設定

- 13
14
15 ・ 家庭などから排出される二酸化炭素の排出を削減するため、県民に対して、広
16 く環境に関する情報を発信し、日常の省エネ行動を促進するための「九州エコ
17 ファミリー応援アプリ (仮称)」の普及を図ります。 (地域環境課)

18

(数値目標) ⑪	基準値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
指標名		
九州エコファミリー応援アプリ (仮称) 登録者数	—	毎年度設定

19
20 【ごみの減量化】

- 21 ・ 「ごみのない資源循環型の長崎県『ゴミゼロながさき』」を目指すため、県民、
22 事業者、行政等が一体となって簡易包装の推進やマイバッグ持参運動などの県
23 民運動を展開します。 (資源循環推進課)
- 24
25 ・ 家庭から排出される生ごみの発生抑制や減量化・リサイクルを推進するため、
26 市町や関係団体、ボランティア等と連携・協働して、生ごみ堆肥化に関する知
27 識・技術の普及などに取り組みます。 (資源循環推進課)

1 3 消費者教育の推進

消費者教育推進法に基づき、主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるなど消費者の自立を支援するため、消費生活に関する教育を推進します。

幼年期から高齢期までの各ライフステージに応じた体系的な取組を進めるため、学校、地域・家庭、職域において、市町や学校、警察、消費者団体、事業者など多様な主体との連携を図ります。

特に、成年年齢の引き下げを見据え、若年層への消費者教育の充実を図ります。

2

3

4 (1) 学校等における消費者教育の推進

5 【小学校】

- 6 ・小学校では、主に「社会科」「家庭科」において、自分が住んでいる地域の産
7 業や身近な消費生活について学習することを通して、自立した消費者としての
8 素地を育みます。 (義務教育課、学事振興課)

9

10 【中学校】

- 11 ・中学校では、主に「社会科（公民的分野）」「技術・家庭科（家庭分野）」にお
12 いて、市場経済の基本的な考え方や、消費者の基本的な権利と責任について具
13 体的な事例を取り上げながら学習することを通して、自立した消費者としての
14 資質・能力を育みます。 (義務教育課、学事振興課)

15

16 【高等学校】

- 17 ・高等学校では、主に「公民」「情報」「家庭」の3教科を通して、社会との接
18 点を意識した現実的な問題への対応能力を育成します。
19 具体的には、不正請求やフィッシング等のインターネットを介した詐欺行為
20 を含めた消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任について生徒に理解さ
21 せ、適切な意思決定に基づいて行動できるようにするとともに、生涯を見通し
22 た生活における経済の管理や計画について考えることができるようにします。
23 (高校教育課、学事振興課)

24

25 【特別支援学校】

- 26 ・小学校、中学校、高等学校に準ずる教育を行う児童生徒については、各教科を
27 通して、段階的に消費者教育を推進します。知的障害のある児童生徒等につい
28 ては、障害の特性や発達段階に応じて卒業後の生活に生かすことができる消費
29 者教育を推進します。 (特別支援教育課)

1 **【大学】**

- 2 ・大学の学生等を対象とした消費生活支援講座を実施します。また、大学の設置
3 者や生活協同組合に対し、消費者教育の実施及び消費者に配慮できる職業人と
4 しての教育の拡充を求めています。

5 (食品安全・消費生活課、学事振興課)

6
7 **【教職員への研修・研究・協議】**

- 8 ・学校における消費者教育の向上を図るため、文部科学省や国民生活センター等
9 の実施するセミナーや講座への参加など、指導的な役割を持つ教職員のレベル
10 アップを図るとともに、教職員を対象にした消費者教育研修会等を開催しま
11 す。

12 (食品安全・消費生活課、義務教育課、高校教育課、
13 特別支援教育課、学事振興課)

(数値目標) ⑫	基準値 (H28~R1 年度平均)	目標値 (R7 年度)
指標名 消費者教育研修会への教職員の参加人数 (県市町消費生活センター等実施分)	565 人	600 人

- 14
15 ・県消費生活センターと中学校・高等学校の関係教科教育部会との連携を図りな
16 がら、消費者教育に関する研究・協議を検討します。また、必要に応じて消費
17 者教育に関するアンケート調査等に取り組みます。

18 (食品安全・消費生活課、義務教育課、高校教育課、
19 特別支援教育課、学事振興課)

- 20
21 ・小学生用の副教材を作成します。また、中学生及び高校生用の副教材について
22 も、内容の充実を図るとともに、教材を活用した消費者教育に取り組みます。

23 (食品安全・消費生活課、義務教育課、高校教育課、特別支援教育課)

24
25 **【外部人材の活用】**

- 26 ・成年年齢の引き下げに伴う若年者の消費者被害を防止するため、高等学校等に
27 おける家庭科などの授業に消費生活相談員等を講師として派遣し、実践的な消
28 費者教育を推進します。

(食品安全・消費生活課)

- 29
30 ・学校において、県の実施する消費生活支援講座や地域で活動する消費者団体等
31 の人材を活用して、消費者教育を推進します。また、必要な専門講師を積極的
32 に活用します。

33 (県民生活環境課、食品安全・消費生活課、こども未来課、
義務教育課、高校教育課、特別支援教育課、学事振興課)

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29

【インターネットトラブルの防止】

- ・県内の子どもをメディア被害から守るため、長崎県子育て条例行動計画に基づき、関係機関や地域・家庭と連携・協力して、メディアが子どもの心身に及ぼす影響や、インターネット利用のルール作りなど、子どもとメディアとの正しい付き合い方について広報啓発を推進します。

(こども未来課、児童生徒支援課、学事振興課、警察本部)

(数値目標) ⑬ 指標名	基準値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
メディア安全講習会の実施件数	345 回	345 回

(2) 地域社会（地域・家庭）における消費者教育の推進

【啓発活動・講座等の実施】

- ・高齢者の見守りにおける「気づき」から「声かけ」をし「相談につなぐ」ことによる高齢者の消費者被害・トラブルの未然防止、早期発見・拡大防止を図るため、市町・警察・NPOと連携して、民生児童委員や在宅介護関係者など高齢者等の地域の見守りネットワークを構成するメンバーや地域のリーダー等を対象とした消費生活支援講座・消費者トラブル防止講演会の開催に取り組みます。
(食品安全・消費生活課、警察本部)

- ・悪質商法や特殊詐欺のターゲットになりやすい高齢者等を消費者トラブルから守るため、警察と連携して独居高齢者等へのダイレクトな啓発活動を実施します。
(食品安全・消費生活課、警察本部)

- ・地域における消費者教育を充実させるには、住民にもっとも身近な市町の取組が重要であるため、消費生活相談員や職員を対象とした消費生活支援講座の講師養成研修の開催、啓発広報に必要な教材・資料や情報の提供、イベントへの協力など市町の啓発広報を支援します。
(食品安全・消費生活課)

(数値目標) ⑭ 指標名	基準値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
講座開催市町数	19 市町	21 市町

1 ・商品・サービスの選び方や複雑・多様化する取引方法について、自らの判断で
2 選択できるよう、自治会、高齢者団体ほか地域団体等の要請に基づき、消費生
3 活支援講座の講師を派遣します。特に、市町と連携し社会教育施設での消費者
4 教育支援を推進します。 (食品安全・消費生活課、生涯学習課)

5
6 ・消費生活について楽しく、わかりやすく学べる場の提供や、市販されている商
7 品を使った簡易な実験を行うなど、食育とも連携を図りながら消費生活に関す
8 る関心を高めるため、くらしの安全講座を開催します。

9 (食品安全・消費生活課)

10
11 ・テレビやラジオ、新聞などのメディアをはじめホームページ、メール、ツイッ
12 ター、チラシなど各種広報媒体を活用し、また、関係機関とも連携のうえ街頭
13 キャンペーンを実施することによって、悪質商法や製品事故など最新の消費者
14 被害の注意情報の提供ならびに県内相談窓口のPRを行います。

15 (食品安全・消費生活課)

16
17 ・地域社会の自主防犯意識の高揚を図り、特殊詐欺の被害を防止するため、防犯
18 講習会を開催します。 (警察本部)

19 20 **【職域における消費者教育の推進】**

21 ・職域における消費者教育の推進のため、経済団体等に対して従業員教育の要請
22 のほか、県及び市町の消費者教育の取組について情報提供するとともに、事業
23 者、従事者への活用を促進します。 (食品安全・消費生活課)

24 25 **【保護者等への学習と情報の提供】**

26 ・幼年期児童の製品事故等の消費トラブルを防止するため、保護者やPTAを対
27 象とした消費生活支援講座を実施します。また、県消費生活センターホームペ
28 ージ等により消費者被害の最新情報と対応策の提供を行います。

29 (食品安全・消費生活課、生涯学習課)

30
31 ・県内の子どもをメディア被害から守るため、長崎県子育て条例行動計画に基づ
32 き、関係機関や地域・家庭と連携・協力して、メディアが子どもの心身に及ぼ
33 す影響や、インターネット利用のルール作りなど、子どもとメディアとの正し
34 い付き合い方について広報啓発を推進します。

35 (こども未来課、児童生徒支援課、学事振興課、警察本部)

1 **【他の消費生活に関連する教育との連携】**

- 2 ・消費者教育推進法第3条第7項では、他の消費生活に関連する教育に関する施
3 策との有機的な連携を図ることを求めています。食育や金融経済教育、環境教
4 育の教材等のコンテンツの共通化を通じて、互いの教育の内容を織り込んだ
5 り、連携して実施、展開することなどで効果的・効率的に消費者教育を推進し
6 ます。 (食品安全・消費生活課)

7
8 **(3) 社会情勢に対応した消費者教育の推進**

9 **【ライフステージに応じた消費者教育の推進】**

- 10 ・「消費者市民社会」の実現を目指し、誰もが、どこに住んでいても、生涯を通
11 じて消費者教育を受ける機会を得ることができるよう、関係機関と連携して啓
12 発や講座を開催するなど消費者教育を総合的に推進します。

13 (食品安全・消費生活課)

14

(数値目標) ⑮	基準値 (H28~R1 年度平均)	目標値 (R7 年度)
指標名		
県・市町消費者講座受講者数	25,921 人	31,000 人以上

15
16 **【SDGs・エシカル消費の推進】**

- 17 ・大学の学生等を対象とした消費生活支援講座を実施します。また、大学の設置
18 者や生活協同組合に対し、消費者教育の実施及び消費者に配慮できる職業人と
19 しての教育の拡充を求めています。(食品安全・消費生活課、学事振興課)

- 20
21 ・商品・サービスの選び方や複雑・多様化する取引方法について、自らの判断で
22 選択できるよう、自治会、高齢者団体ほか地域団体等の要請に基づき、消費生
23 活支援講座の講師を派遣します。特に、市町と連携し社会教育施設での消費者
24 教育支援を推進します。(食品安全・消費生活課、生涯学習課)

- 25
26 ・職域における消費者教育の推進のため、経済団体等に対して従業員教育の要請
27 のほか、県及び市町の消費者教育の取組について情報提供するとともに、事業
28 者、従事者への活用を促進します。(食品安全・消費生活課)

- 29
30 ・県民の環境に配慮した消費行動の推進を図るため、専門的知識を持った人材を
31 地域や学校での学習会等に派遣します。(県民生活環境課)

1
2 ・高等学校等における家庭科などの授業に消費生活相談員等を講師として派遣
3 し、実践的な消費者教育を推進する中で、食品ロス等について取り上げ、環
4 境に配慮した消費行動の大切さに関する普及・啓発を実施します。

5 (食品安全・消費生活課)

6
7 ・食品ロス削減に関するイベントやポスターコンクール等を通して、食べ物を無
8 駄にしない意識の醸成を図ります。 (資源循環推進課)

9
10 ・まだ食べることができる食品の有効活用を図るため、食品ロスの削減だけでな
11 く生活困窮者への支援の観点からも意義のあるフードバンク活動について広く
12 周知します。 (資源循環推進課)

13 14 【成年年齢引下げへの対応】

15 ・中学校では、主に「社会科（公民的分野）」「技術・家庭科（家庭分野）」にお
16 いて、市場経済の基本的な考え方や、消費者の基本的な権利と責任について具
17 体的な事例を取り上げながら学習することを通して、自立した消費者としての
18 資質・能力を育みます。 (義務教育課、学事振興課)

19
20 ・高等学校では、主に「公民」「情報」「家庭」の3教科を通して、社会との接点
21 を意識した現実的な問題への対応能力を育成します。具体的には、不正請求や
22 フィッシング等のインターネットを介した詐欺行為を含めた消費生活の現状と
23 課題や消費者の権利と責任について生徒に理解させ、適切な意思決定に基づい
24 て行動できるようにするとともに、生涯を見通した生活における経済の管理や
25 計画について考えることができるようにします。(高校教育課、学事振興課)

26
27 ・小学校、中学校、高等学校に準ずる教育を行う児童生徒については、各教科を
28 通して、段階的に消費者教育を推進します。知的障害のある児童生徒等につい
29 ては、障害の特性や発達段階に応じて卒業後の生活に生かすことができる消費
30 者教育を推進します。 (特別支援教育課)

31
32 ・学校における消費者教育の向上を図るため、文部科学省や国民生活センター等
33 の実施するセミナーや講座への参加など、指導的な役割を持つ教職員のレベル
34 アップを図るとともに、教職員を対象にした消費者教育研修会等を開催しま
35 す。 (食品安全・消費生活課、義務教育課、
36 高校教育課、特別支援教育課、学事振興課)

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24

・県消費生活センターと中学校・高等学校の関係教科教育部会との連携を図りながら、消費者教育に関する研究・協議を検討します。また、必要に応じて消費者教育に関するアンケート調査等に取り組みます。

(食品安全・消費生活課、義務教育課、
高校教育課、特別支援教育課、学事振興課)

・成年年齢の引き下げに伴う若年者の消費者被害を防止するため、高等学校等における家庭科などの授業に消費生活相談員等を講師として派遣し、実践的な消費者教育を推進します。

(食品安全・消費生活課)

【高齢社会への対応】

・高齢者の見守りにおける「気づき」から「声かけ」をし「相談につなぐ」ことによる高齢者の消費者被害・トラブルの未然防止、早期発見・拡大防止を図るため、市町・警察・NPOと連携して、民生児童委員や在宅介護関係者など高齢者等の地域の見守りネットワークを構成するメンバーや地域のリーダー等を対象とした消費生活支援講座・消費者トラブル防止講演会の開催に取り組みます。

(食品安全・消費生活課、警察本部)

・悪質商法や特殊詐欺のターゲットになりやすい高齢者等を消費者トラブルから守るため、警察と連携して独居高齢者等へのダイレクトな啓発活動を実施します。

(食品安全・消費生活課、警察本部)

1 4 消費者行政の体制の充実

商品・サービスや消費者取引形態の多様化・複雑化に伴い、さまざまな消費者トラブルが発生しています。

消費者被害の防止と救済のため、県消費生活センターの機能を充実し、市町の支援に努めるとともに、各市消費生活センターや各町の相談窓口の機能を充実を図ります。

さらに、関係機関と連携を図りながら、さまざまな消費者トラブルに対応していきます。

2
3
4
5
6
7
8
9

(1) 県消費生活センターの機能の充実

【相談体制の充実】

- ・消費者安全法に定める広域的専門的な相談に対応するとともに、市町への技術的な助言や支援を行うため県消費生活センターの機能を充実を図ります。

(食品安全・消費生活課)

(数値目標) ⑯ 指標名	基準値 (H28~R1 年度平均)	目標値 (R7 年度)
県・市町の消費生活センター及び相談窓口における相談件数	11,113 人	11,200 件以上

10

(数値目標) ⑰ 指標名	基準値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
県消費生活センターにおける斡旋解決率	12.7%	12.7%以上

11
12
13
14
15
16
17
18
19
20

- ・消費生活センターに寄せられた苦情相談などで、当該苦情等を適切に処理するために必要な場合は、消費生活審議会による調停を活用します。

(食品安全・消費生活課)

- ・県内各消費生活センター及び市町窓口が連携して、信販会社など関係業界・団体との情報交換を行い、より効率的かつ適切な苦情相談処理に当たります。

(食品安全・消費生活課)

- 1
2
3
4
5
- ・県の県政相談、消費者金融相談、交通事故相談、高齢者相談、建設工事紛争相談など県民生活に関する専門的な相談機関、日本司法支援センター(法テラス)長崎地方事務所や、市町等が設置する地域包括支援センターなどとの連携強化を図り、効果的な相談体制づくりに努めます。

6
7
8

(県民センター、食品安全・消費生活課、
交通・地域安全課、長寿社会課、監理課)

- 9
10
- ・県消費生活センターのホームページ等において、苦情相談の受付はもとより、県への意見・提言を受付けることにより、消費者の意見の把握に努めます。

11
12

(食品安全・消費生活課)

13 **【商品テストの実施】**

- 14
15
16
- ・被服品のクリーニングのトラブル等の商品事故による、消費者トラブルの救済と未然・再発防止を図るため、消費生活センターで商品テストを実施するとともに、啓発講座等により商品にかかる知識の普及に努めます。

17
18

(食品安全・消費生活課)

- 19
20
21
- ・高度で専門的な商品テストは、国民生活センターやNITE(独立行政法人製品評価技術基盤機構)等に依頼するとともに、国民生活センター等が実施する商品テストの情報を把握し、苦情相談に反映させます。

22
23

(食品安全・消費生活課)

24 25 **(2) 市町消費者行政の充実に向けた支援**

- 26
27
28
- ・消費者行政強化交付金を活用して、市町職員の研修、相談員の養成、相談業務のサポートなどを行い、市町消費生活相談体制機能の充実・強化を支援します。

29

(食品安全・消費生活課)

- 30
31
32
- ・県消費生活センターに新たに設置した専任の市町支援相談員を市町に派遣し、市町相談員等に対して相談業務の技術的な支援や研修を実施するほか、市町の要望等に応じたきめ細かな支援を行います。

33
34
35
36
37

(食品安全・消費生活課)

1 (3) 関係機関との連携推進

2 【消費者トラブルへの対応】

- 3 ・消費者トラブルの未然防止・拡大防止のため、県内で発生している悪質商法に
4 関する情報を収集し、市町や福祉関係団体等へ情報の提供を行い、地域住民へ
5 の消費者トラブルの情報の周知を図ります。 (食品安全・消費生活課)
6
- 7 ・複雑・多様化、悪質・巧妙化している消費者トラブルに的確かつ迅速に対応す
8 るためには、県だけではなく、様々な機関との連携が必要となっています。こ
9 のため、国や市町との連携、警察、弁護士会、司法書士会等関係団体との研究
10 会や連絡会議などを通じて関係機関との連携強化に努めます。
11 (食品安全・消費生活課、警察本部)
12
- 13 ・インターネット通販などでの海外の事業者とのトラブルにおいては、「ことば
14 の問題」や「法律・商習慣の違い」により解決が困難なケースもあるため、国
15 民生活センターに設置された越境消費者センターとの連携により海外ショッピ
16 ングに関する相談など、グローバル化にも対応していきます。また、県内に在
17 住する外国人が安心して消費生活を送ることができるよう、情報提供や相談対
18 応について、「長崎県外国人相談窓口」等と連携し、消費生活トラブルに適切
19 に対応していきます。 (食品安全・消費生活課)
20
- 21 ・県産品等の適正な商品表示を促し、関係機関において不当表示や過大な景品類
22 の提供に関わる知識を深めるため、景品表示法に関する専門研修を開催しま
23 す。 (食品安全・消費生活課)
24
- 25 ・不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択及び事
26 業者間の公正な競争を確保するため、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運
27 用が行われるよう関連団体等を支援します。 (食品安全・消費生活課)
28
- 29 ・事業者団体や事業者に対して、コンプライアンス（法令遵守）への取組や相談
30 窓口の整備を要請します。 (食品安全・消費生活課)
31
- 32 ・必要に応じて、関係事業者団体等に対して悪質商法の手口の周知・広報を要請
33 するなど、連携を図ります。 (食品安全・消費生活課)
34
35
36
37

1 **【多重債務問題への対応】**

2 ・多重債務者の発生を予防するための、出前講座や県金融広報委員会との連携に
3 よる消費者に対する金融教育を行います。また、市町が行う住民に対する啓発
4 事業を支援します。 (食品安全・消費生活課)

5
6 ・県多重債務者対策協議会や県自殺対策連絡協議会と連携し、多重債務者の相談
7 窓口の周知徹底を図るなど、多重債務者対策に取り組みます。
8 (食品安全・消費生活課、障害福祉課)

9
10 ・生活困窮者に対し、生活保護に至る前の段階から自立に向けた支援を行うとと
11 もに、関係機関との連携により包括的な支援体制を推進します。
12 (福祉保健課)

13

(数値目標) ⑱ 指標名	基準値 (R1 年度)	目標値 (R7 年度)
就労支援対象者の就労・増収率 (就労・増収者/就労支援対象者)	54%	75%

14
15 ・多重債務の要因の一つとなるギャンブル等依存症などの関連する問題の解決
16 に向けて、関係機関と連携した啓発事業や支援を行います。 (障害福祉課)

1 再掲 数値目標一覧表

2	施策	指標名	基準値 (R1年度)	目標値 (R7年度)	担当課
3	1 消費者被害の防止				
	(1)消費者の安全の確保	① 消費者被害防止のための注意情報の発信	20件	20件以上	食品安全・消費生活課
		② 家庭用品の試買検査件数	20検体	20検体	薬務行政室
		③ 事業利用により自立した生活をしていると認識している割合	80%	95%	長寿社会課
		④ 介護サービス情報の公表を行った事業所の割合	100%	100%	長寿社会課
	(2)消費者の自主的かつ合理的な選択の確保	⑤ 商品量目立入調査店舗数	50店舗	60店舗	計量検定所
	(3)高齢者等の被害防止のための取組	⑥ 消費者安全確保地域協議会設置市町数	8市町	21市町	食品安全・消費生活課
		⑦ 地域の見守りネットワーク等での講座等開催地区数	7地区	7地区以上	食品安全・消費生活課
		⑧ 二次被害防止のための注意喚起ハガキ送付率	100%	100%	食品安全・消費生活課
2 消費者による持続可能な社会づくり					
	(2)食品ロスの削減等に向けた取組	⑨ 食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合	95% (R2年度)	95%	資源循環推進課
	(3)環境に配慮した消費行動の推進	⑩ 県下一斉スマートムーブウィーク参加者数	40,000人	毎年度設定	地域環境課
		⑪ 九州エコファミリー応援アプリ（仮称）登録者数	—	毎年度設定	地域環境課
3 消費者教育の推進					
	(1)学校等における消費者教育の推進	⑫ 消費者教育研修会への教職員の参加人数 (県市町消費生活センター等実施分)	565人 (H28~R1平均)	600人	食品安全・消費生活課
		⑬ メディア安全講習会の実施件数	345回	345回	こども未来課
	(2)地域社会（地域・家庭）における消費者教育の推進	⑭ 講座開催市町数	19市町	21市町	食品安全・消費生活課
	(3)社会情勢に対応した消費者教育の推進	⑮ 県・市町消費者講座受講者数	25,921人 (H28~R1平均)	31,000人以上	食品安全・消費生活課
4 消費者行政の体制の充実					
	(1)県消費生活センターの機能の充実	⑯ 県・市町の消費生活センター及び相談窓口における相談件数	11,113件 (H28~R1平均)	11,200件以上	食品安全・消費生活課
		⑰ 県消費生活センターにおける斡旋解決率	12.7%	12.7%以上	食品安全・消費生活課
	(3)関係機関との連携推進	⑱ 就労支援対象者の就労・増収率 (就労・増収者/就労支援対象者)	54%	75%	福祉保健課

1 第5章 計画の推進

計画の着実な実施を図るため、庁内の消費生活関連の施策を実施する部局等で構成する消費生活推進会議により総合的な調整・推進を行うとともに、その実施状況について長崎県消費生活審議会への報告や県民への公表を行います。

2

3 1 消費生活推進会議での総合調整

4 庁内の消費生活関連施策を実施する部局等からなる消費生活推進会議において、
5 全庁的な総合調整を行い、計画を推進します。

6

7 2 長崎県消費生活審議会への報告

8 計画の実施状況について、長崎県消費生活審議会に報告し、意見を求めます。

9 なお、消費者教育推進法に規定する「消費者教育推進協議会」は長崎県消費生活
10 審議会が兼ねるものとします。

11

12 3 進行管理及び実施状況の公表

13 毎年、消費者基本計画に掲げる数値目標に基づき、施策の進行管理を行い、その
14 状況を公表します。

15