

第5次長崎県消費者基本計画 (素案)

(令和8年度～令和12年度)



長 崎 県

< 目 次 >

第1章 計画策定にあたって

1 計画策定の趣旨	1
2 計画期間	1
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 消費者を取り巻く経済・社会環境の変化	2
（1）社会構造の変化	2
（2）デジタル技術の飛躍 とグローバル化の進展	3
（3）災害等緊急時における消費行動の変化	4
（4）SDGs の推進	5
2 本県における消費者苦情相談の変化	6
（1）受付件数の推移	6
（2）処理状況	7
（3）年代別の相談状況の推移	8
（4）種類別の相談状況の推移	9
（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 行政の責務と役割	11
2 事業者及び事業者団体の責務と役割	12
3 消費者及び消費者団体の役割等	13

第4章 消費生活に関する施策の推進

1 消費者行政の目指す姿	14
2 施策の展開	16
(1) 消費者被害の防止	16
①消費者の安全の確保	16
②消費者の自主的かつ合理的な選択の確保	20
③デジタル環境における消費者リスクへの対応	22
④高齢者等の被害防止のための取組	23
⑤消費者関係法令の厳正な運用	26
(2) 消費者による持続可能な社会づくり	27
①消費者の組織活動の支援	27
②食品ロスの削減等に向けた取組	27
③環境に配慮した消費行動の推進	28
(3) 消費者教育の推進	29
①学校等における消費者教育の推進	29
②地域社会（地域・家庭）における消費者教育の推進	31
③社会情勢に対応した消費者教育の推進	33
(4) 消費者行政の相談体制等の充実	36
①県消費生活センターの相談機能の充実	36
②市町消費者行政の充実に向けた支援	37
③関係機関との連携推進	38
数値目標一覧表	40

第5章 計画の推進

1 消費生活推進会議での総合調整	41
2 長崎県消費生活審議会への報告	41
3 進行管理及び実施状況の公表	41

資料編

長崎県消費生活審議会委員名簿	
長崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例	
県内消費生活相談窓口一覧	

第 1 章 計画策定にあたって

1 計画策定の趣旨

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「条例」という。）を改正しました。改正した条例では、消費者基本法の基本理念を明記するとともに、消費者施策の推進に関する基本的な計画を策定することを規定し、平成 18 年度から 5 年ごとに第 1 次から第 4 次までの「長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めてきました。

昨今の消費者を取り巻く環境は、人口減少や高齢化などの社会構造の変化に加え、デジタル技術の飛躍やグローバル化の進展などの取引環境の変化により、大きく様変わりしています。これらの変化に対応するため、消費生活相談体制の機能維持・強化や配慮を要する高齢者等への見守り活動の促進、消費者被害の未然防止にかかる啓発や消費者教育の充実などを推進し、消費生活の安定・向上を図っていく必要があります。

本県では、現行計画が令和 7 年度末をもって計画期間が終了することから、消費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 5 次長崎県消費者基本計画」を策定するものです。

2 計画期間

計画の期間は、令和 8 年度から 5 年間とします。

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。

3 計画の基本的視点

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。

また、更なる人口減少と高齢化の進行といった社会構造の変化、デジタル技術の飛躍とグローバル化の進展、SDG s の社会的要請の高まり等といった社会情勢の変化や、国の「第 5 期消費者基本計画」を踏まえ、「長崎県総合計画」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。

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、消費者教育の推進に関する法律（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。

第2章 消費生活をめぐる現状と課題

1 消費者を取り巻く経済・社会環境の変化

(1) 社会構造の変化

国内の総人口は、平成20年の1億2808万人（国勢調査）をピークに令和6年10月の時点で1億2380万人（推計人口）に減少しています。また高齢化率は29.3%と上昇を続けております。

一方、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6年10月の時点で約125万人（推計人口）に減少、高齢化率は約34%となっており、人口減少や高齢化が全国よりも早く進行している状況です。

県消費生活センターに寄せられる60歳以上の消費生活相談は、相談件数全体の約半数と、大きな割合を占めています。

高齢化・単身世帯化の更なる進行により、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。

また、高齢化の進行等により認知症など外見では判断しづらい高齢者等が増加していくなかにおいて、消費生活に配慮を要する消費者への対応も、今後ますます重要になると考えられます。その対策として、地域における見守り活動を促進することや啓発活動を通じた意識向上を図ることが重要です。

このように、高齢者をはじめとする消費者が安心して生活できるよう消費者トラブルの未然防止・拡大防止に努める必要があります。

（２）デジタル技術の飛躍とグローバル化の進展

国内の通信利用状況（個人）は、スマートフォン保有率は 90.5%、インターネット利用率は 86.7%と広く普及しており、本県においても、それぞれ 83.5%、85.3%と拡大傾向にあります。デジタル技術の飛躍により、消費者向けインターネット取引が日常的なものとなり、誰もが、いつでも、どこでも、簡単に商品やサービスを購入できる環境が整備され、消費者の購買活動の効率化や選択肢の拡大といった利便性が向上しています。

オンライン取引について 2024 年の日本国内の消費者向け電子商取引市場規模は、26.1 兆円（前年 24.8 兆円、前々年 22.7 兆円、前年比 5.1%増）に拡大しています。越境 EC（国境を越えた電子商取引）の普及により、消費活動がグローバル化しており、国民生活センター越境消費者センターへ 2024 年度に寄せられた越境消費者相談の件数は 6,005 件で、2020 年度の 4,625 件と比較すると増加傾向にあります。

令和 6 年度の種類別相談件数では、架空請求や迷惑メール等に関する相談などの「商品一般」が全国、長崎県ともに 11.4%と 1 位になっており、インターネットを介した非対面の取引で、実際に届いた商品や提供されたサービスが期待したものと異なるケースや、そもそも商品・サービスが提供されないといったトラブルなどインターネット関連の消費者トラブルが多い傾向にあります。

このように、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・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情報を提供し、消費者もデジタル社会におけるリスクを正しく理解し、適切に対応できる力（デジタルリテラシー）を身につけることが求められます。

（３）災害等緊急時における消費行動の変化

我が国は、地震、台風、豪雨といった多くの自然災害を経験し、これまで多くの人命や財産が失われている状況で、近年、温暖化等による気候変動の影響により、災害の激甚化・頻発化により被害が拡大しています。

自然災害等の発生時には、住宅の損壊や、生活関連物資の入手が困難になるなど、日常生活に影響が及ぶ直接的な被害のみならず、被災者の不安や焦りにつけ込む悪質な商法による消費者トラブルが発生する懸念もあります。

こうした緊急時においては、消費者が冷静な判断を下すことが難しくなり、焦って契約を交わしてしまうなど、自主的かつ合理的な取引判断が困難になるおそれがあるため、悪質商法等への対策や注意喚起を行うとともに、消費者が不安や混乱に陥ることのないよう、不確実な情報に起因するトラブル発生を防止するため、正確で信頼できる情報を迅速に発信していきます。

（４）SDGs の推進

SDGs（Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）の推進にあたっては、行政、事業者、消費者など全ての関係者がそれぞれの立場で役割を果たすことが求められており、SDGsの12番目の目標「つくる責任 つかう責任」では、消費者自らが意識を持ち、持続可能な消費行動をとることが重要とされています。

また、環境や資源に配慮したより良い消費行動及び事業活動は、資源の使用と廃棄を最小限に抑えながら、経済活動を持続可能にすることを目指す「循環経済」の実現のための重要な取組の一つであると同時に、消費者市民社会※の形成にも大きく貢献するものです。

SDGsの推進において、消費者に期待される役割として、エシカル消費や食品ロス削減の普及啓発等により、消費者の主体的取組が推進されることが重要となります。

県民と共にSDGsの推進に取り組み、消費者行政の分野からも、役割や使命を果たすことで、SDGsの目標達成に貢献していきます。



※ 消費者市民社会：消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会のこと（消費者教育の推進に関する法律第2条第2項）。

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6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11,207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。

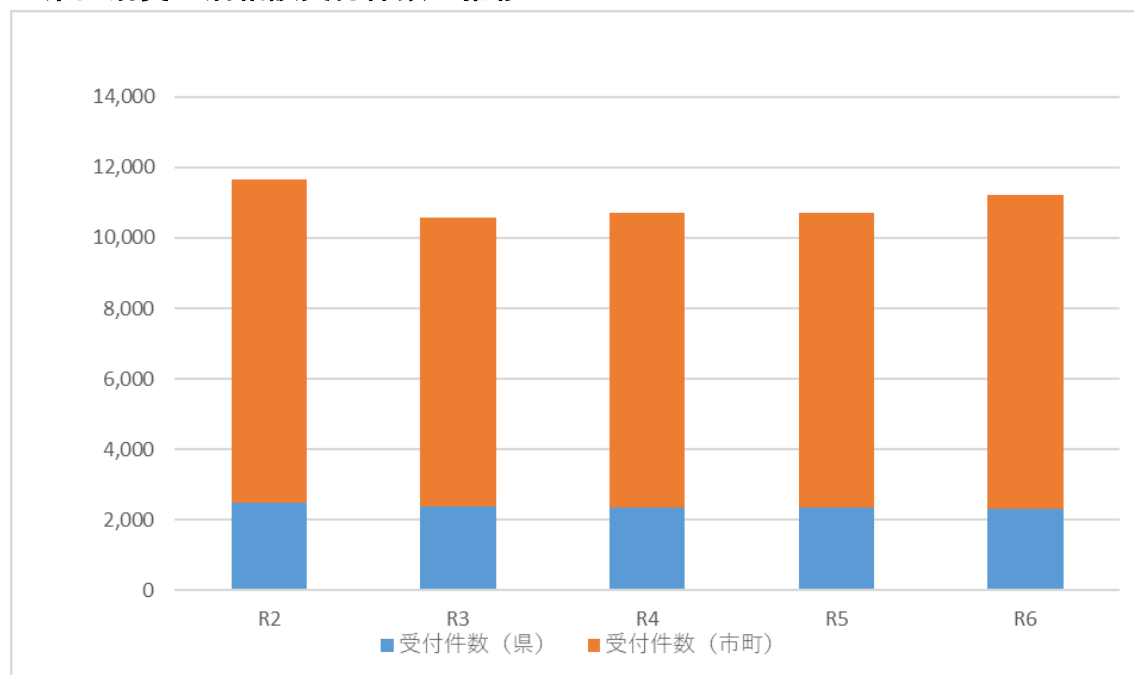
各市町において、消費生活センター及び消費生活相談窓口の整備が進んだことから、近年は県市町合計に占める市町が受け付ける相談件数の割合は増加傾向にあり、身近な市町の消費生活センターと消費生活相談窓口の果たす役割が増しています。

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) 県内消費生活相談受付件数の推移 (件数)

年度	R2	R3	R4	R5	R6
受付件数(県)	2,475	2,378	2,337	2,353	2,321
受付件数(市町)	9,185	8,192	8,380	8,359	8,886
県市町合計	11,660	10,570	10,717	10,712	11,207

<県内消費生活相談受付件数の推移>



※ 消費生活センター：消費者被害の相談、暮らしに役立つ情報提供、消費者の自主的な活動の支援、消費者教育の推進などを行っており、センターの相談業務では、専門の相談員が事業者との交渉などにより、苦情相談の解決を目指している。

（２）処理状況

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ます。令和６年度に県消費生活センターに寄せられた苦情相談 2,181 件（問合せ件数は含まず）の処理結果は、助言 1,395 件、あっせん 377 件、情報提供 244 件、他機関紹介 33 件、その他 132 件となっており、この５年間の構成比に大きな変化はありません。

令和６年度の本県のあっせん解決※率は 93.4%となっており高い水準を維持しています。

（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）

		R2	R3	R4	R5	R6
助言	件数	1,610	1,414	1,332	1,313	1,395
	構成比（％）	70.9%	64.7%	61.9%	60.5%	64.0%
あっせん	件数	267	370	416	361	377
	構成比（％）	11.8%	16.9%	19.3%	16.6%	17.3%
情報提供	件数	298	322	293	409	244
	構成比（％）	13.1%	14.7%	13.6%	18.8%	11.2%
他機関 紹介	件数	26	33	30	18	33
	構成比（％）	1.1%	1.5%	1.4%	0.8%	1.5%
その他	件数	71	46	82	69	132
	構成比（％）	3.1%	2.1%	3.8%	3.2%	6.1%
計		2,272	2,185	2,153	2,170	2,181

		R2	R3	R4	R5	R6
あっせん 解決	件数	247	350	399	343	352
	構成比（％）	92.5%	94.6%	95.9%	95.0%	93.4%

※ 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、解決の方法をアドバイスすること。

※ あっせん：消費生活センターが相談者と事業者の間に立って交渉を行うこと。

※ 情報提供：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。

※ 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できたこと。

（３）年代別の相談状況の推移

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、「60 歳代」の相談件数が最多となっています。

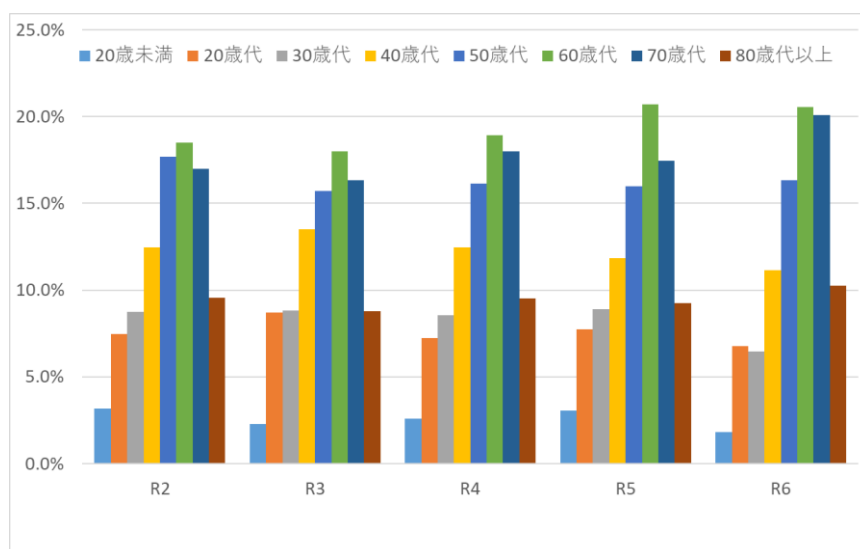
苦情相談件数の構成比を見ると、「60 歳代以上」をあわせると令和 6 年度では 5 割を超え高齢者層からの相談割合が高い状況にあります。

（表 3）年代別の相談状況の推移

（件数）

年度	R2	R3	R4	R5	R6	累計
20 歳未満	72	50	56	66	40	284
（構成比）	3.2%	2.3%	2.6%	3.0%	1.8%	2.6%
20 歳代	170	190	156	168	148	832
（構成比）	7.5%	8.7%	7.2%	7.7%	6.8%	7.6%
30 歳代	199	193	184	193	141	910
（構成比）	8.8%	8.8%	8.5%	8.9%	6.5%	8.3%
40 歳代	283	295	268	257	243	1,346
（構成比）	12.5%	13.5%	12.4%	11.8%	11.1%	12.3%
50 歳代	402	343	347	347	356	1,795
（構成比）	17.7%	15.7%	16.1%	16.0%	16.3%	16.4%
60 歳代	420	393	407	449	448	2,117
（構成比）	18.5%	18.0%	18.9%	20.7%	20.5%	19.3%
70 歳代	386	357	387	379	438	1,947
（構成比）	17.0%	16.3%	18.0%	17.5%	20.1%	17.8%
80 歳代以上	217	192	205	201	224	1,039
（構成比）	9.6%	8.8%	9.5%	9.3%	10.3%	9.5%
不明等	123	172	143	110	143	691
（構成比）	5.4%	7.9%	6.6%	5.1%	6.6%	6.3%
合計	2,272	2,185	2,153	2,170	2,181	10,961

＜年代別構成比較＞



（４）種類別の相談状況の推移

苦情相談の内容を種類別にみると、スマートフォンに『商品のお届けがある。URLを開けて確認をして下さい』との内容のメールがあったが、覚えがなく対応方法を教えて欲しい」等といった迷惑メールや架空請求等に関する相談などの「商品一般」について増加傾向にあります。

次に、『継続回数の約束なし』と謳った化粧クリームを１回限りで止められると思い申し込んだが解約の電話連絡がつかない」等といった化粧水や洗顔クリーム等の定期購入の相談などの「化粧品」や、不動産の賃貸借等の相談である「レンタル・リース・賃貸」の相談件数についても、依然として上位を占めています。

（表４）種類別の苦情相談件数の推移

（件数）

R2年			R3年			R4年		
1位	デジタルコンテンツ	249	1位	化粧品	164	1位	化粧品	210
2位	健康食品	152	2位	商品一般	130	2位	商品一般	143
3位	化粧品	94	3位	役務その他	126	3位	レンタル・リース・貸借	104
4位	不動産貸借	89	4位	レンタル・リース・貸借	96	4位	役務その他	82
5位	工事・建築	72	5位	他の教養・娯楽	85	5位	他の教養・娯楽	78
6位	携帯電話サービス	66	6位	健康食品	83	6位	健康食品	77
7位	保健衛生品	64	7位	融資サービス	81	7位	移動通信サービス	75
8位	フリーローン・サラ金	62	8位	移動通信サービス	80	8位	融資サービス	67
9位	インターネット接続回線	55	9位	インターネット通信サービス	76	9位	工事・建築・加工	61
10位	修理サービス	43	10位	工事・建築・加工	68	10位	インターネット通信サービス	54
合計		2, 272	合計		2, 185	合計		2, 151

R5年			R6年		
1位	商品一般	195	1位	商品一般	250
2位	化粧品	171	2位	化粧品	163
3位	役務その他	114	3位	レンタル・リース・貸借	113
4位	レンタル・リース・貸借	87	4位	健康食品	111
5位	融資サービス	84	5位	役務その他	103
6位	健康食品	77	6位	移動通信サービス	90
7位	移動通信サービス	76	7位	他の教養・娯楽	67
8位	娯楽等情報配信サービス	69	8位	融資サービス	66
9位	内職・副業	62	9位	インターネット通信サービス	59
10位	他の教養・娯楽	59	10位	工事・建築・加工	51
合計		2, 170	合計		2, 181

※ 合計は、受付件数から問合せを除いたもの。

（５）特殊販売※に関する相談状況の推移

苦情相談を、消費者トラブルが生じやすい、訪問販売や通信販売等、いわゆる「特殊販売」別に見ると、「届いた商品が広告と異なり、偽物（粗悪品）だった」「返金を求めたいが販売サイトと連絡が取れない」といった通信販売に関する相談件数が多い傾向にあります。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、全体の半数を超えています。

（表５）特殊販売に係る苦情相談件数の推移 （件数）

	R2	R3	R4	R5	R6
訪問販売	191	167	104	125	121
通信販売	886	878	865	803	890
電話勧誘販売	191	151	131	150	134
マルチ商法※	34	31	38	19	21
ネガティブオプション※	2	2	3	0	1
訪問購入	7	18	20	27	24
その他無店舗販売	19	13	18	13	13
特殊販売（計）（A）	1,330	1,260	1,179	1,137	1,204
苦情相談総計（B）	2,272	2,185	2,153	2,170	2,181
（A）／（B）（％）	58.5%	57.7%	54.8%	52.4%	55.2%

※ **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。

※ **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。

第3章 行政・事業者・消費者の責務と役割

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果たしていくことが重要です。

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、事業者及び消費者の責務・役割を規定しているところです。

1 行政の責務と役割

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、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・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。

このため、県消費生活センターの相談体制の充実を図り、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、市町の消費生活相談員に対する研修の実施などにより、市町への技術的な助言や支援を行っていきます。

さらに、今後も県内の消費生活相談の機能維持・強化を図っていくため、高齢化が進む消費生活相談員の担い手確保のため、消費生活相談員の養成や国家資格の取得支援に取り組む必要があります。

市町の責務として、消費者に最も身近な消費生活センターや相談窓口の設置や消費生活相談員の配置・確保などの機能を維持・強化し、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されています。

このため、複雑化・多様化及び高度化する消費者問題に的確に対応するため、消費生活相談員や消費者行政を担当する行政職員のレベルアップが重要であり、消費生活相談員の国家資格の取得、相談員や行政職員の研修参加が必要となってきました。

また、県や市町が連携し、消費者教育や消費者被害防止にかかる周知・啓発などを推進するとともに、配慮を要する消費者への対応を強化するため「消費者安全確保地域協議会」の活性化や見守り活動の充実を地域の実情に応じて促進する必要があります。

* 消費者の権利：消費者基本法第2条に、国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、消費者の安全が確保され、商品及び役務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、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに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ことが消費者の権利であると、明記されている。

2 事業者及び事業者団体の責務と役割

事業者の責務として、消費者基本法及び消費者契約法に規定される責務を踏まえ、消費者の安全及び消費者との取引における公正の確保に努め、自己の供給する商品・サービスに関し、環境の保全に配慮するとともに、品質等を向上させ、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。

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。

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主的な取組を実施する役割を担っています。

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（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。

3 消費者及び消費者団体の役割等

消費者においては、昨今のデジタル技術の飛躍やグローバル化の進展などの取引環境が変化する中では、誰もが多様な脆弱性を有しており、消費者トラブルに遭う可能性があるということを全ての消費者が意識して、消費活動を行うことが必要です。

このため、消費者においても自らが率先して、消費者教育の機会等を通じて「消費者力[※]」を身に付け、消費者トラブルによる深刻な被害を防ぐことが求められます。

また、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ています。

あわせて、消費者が、消費者市民社会の一員として事業者適切に意見を伝えることは、事業者が提供する商品・サービスの改善を促すことにつながるため、消費者がカスタマーハラスメントにならない正当な意見を伝える適切な方法を習得することで、消費者と事業者との信頼関係が構築され、持続可能な消費の基礎となります。

消費者団体[※]においては、消費者の埋もれがちな声を集約し、具体的な意見にまとめて表明するほか、消費者教育の担い手や消費者被害の防止及び救済のための活動を行うなど、消費生活に関する情報の収集・提供、意見表明、消費者被害の防止・救済のための活動や、消費者教育を担う人材の輩出・育成等に努めることが求められます。

※ **消費者力**：「気づく・断る・相談する」といった基本的な力を身につけ、消費生活に関する知識を適切な行動に結び付けることができる実践的な力。

※ **消費者団体**：消費行動を通じて侵害される権利を回復し、またその利益を守るため、消費者により自主的に組織された団体。

第4章 消費生活に関する施策の推進

1 消費者行政※の目指す姿

長崎県では消費者行政を推進していくため下記3項目に取り組み、すべての消費者が安全・安心に暮らせる社会の実現を目指します。

1. 【啓発活動と公正な取引環境の確保による消費者トラブルの未然防止】

広報媒体等を使った消費者トラブルの最新情報の発信により、消費者が自主的かつ合理的な意思決定できる環境を整えることや、法令に基づき事業者を指導監督することにより消費者が信頼できる公正な取引環境を確保することで、消費者トラブルを未然に防ぐ社会を目指します。

2. 【自立した消費者を育成するための消費者教育の推進】

ライフステージに応じた体系的かつ継続的な消費者教育を行い、全世代における「消費者力」の獲得及び向上を図ることで、消費者が公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会※」を目指します。

3. 【消費者支援体制の充実】

高齢化の進行等により配慮を要する消費者が増加していくなかにおいても、誰一人取り残されることのないよう、地域における見守り活動を促進し、県・市町の消費生活相談の機能維持・強化に引き続き取り組みます。

以上のことから、誰もが安心して暮らせる社会の実現のために、下記の4つを柱に施策を展開します。

- (1) 消費者被害の防止
- (2) 消費者による持続可能な社会づくり
- (3) 消費者教育の推進
- (4) 消費者行政の相談体制等の充実

※ **消費者行政**：消費者の利益を擁護・増進し、県民の消費生活の安定と向上を確保するための行政活動。
具体的には、消費者が不当な被害を未然に防ぐための制度や体制の整備、被害発生時の相談対応による問題解決など、消費生活に関する施策全般のこと。

※ **消費者市民社会**：持続可能な社会の実現に向けて、消費者が責任ある選択を行い、事業者と協力して消費活動を進める考え方。カスタマーハラスメントを防ぎ、互いに尊重し合う関係づくりが、安心できる社会につながる。



2 施策の展開

(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。

特にインターネットや SNS の普及に伴い、デジタル環境に起因する新たな消費者リスクへの対応が必要となっており、情報の真偽など、消費者の判断力を支える取組が求められています。

また、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効果的な周知・啓発を行い、さまざまな消費者トラブルの被害防止・拡大防止を推進していきます。

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、悪質商法等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 (R3～R6 年度平均)	目標値 (R12 年度)
消費者被害防止のための注意情報の発信	24 件	24 件以上

- ・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。(食品安全・消費生活課)

※ 国民生活センター：独立行政法人国民生活センター法に基づき設置された独立行政法人。国民生活の安定及び向上に寄与するため、総合的見地から国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うとともに、重要消費者紛争について法による解決のための手続を実施することを目的としている。

※ NITE (独立行政法人 製品評価技術基盤機構)：独立行政法人製品評価技術基盤機構法に基づき設置された独立行政法人。製品安全分野、化学物質管理分野、バイオテクノロジー分野、適合性認定分野、国際評価技術分野の 5 つの分野において、経済産業省など関係省庁と密接な連携のもと、各種法令や政策における技術的な評価や審査などを実施している。

1 **【消費者の意見の行政・事業者への反映】**

- 2 ・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
3 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。

4 (食品安全・消費生活課)

- 5
6 ・事業者に対して、消費者の意見が事業に反映されるよう、消費者相談窓口の設置
7 などを助言します。 (食品安全・消費生活課)

8
9 **【家庭用品等の安全性の確保】**

- 10 ・家庭用品、消費生活用製品の安全性を確保するため、販売業者に対する調査指
11 導を行います。 (食品安全・消費生活課)

- 12
13 ・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、
14 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
15 の衛生監視を行います。 (薬務行政室)

16

数値目標 2	基準値	目標値
指標名	(R6 年度)	(R12 年度)
家庭用品の試買検査件数	20 検体	20 検体

17
18 **【液化石油ガスの安全性の確保】**

- 19 ・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
20 及び液化石油ガス保安機関に対して立入検査を実施し、法令遵守の徹底を図り
21 ます。 (消防保安室)

22
23 **【生活衛生関係営業における安全性の確保】**

- 24 ・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
25 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
26 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
27 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、
28 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)

- 29
30 ・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
31 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、
32 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)

※ まつ毛エクステンション：化学繊維等から作られた人工のまつげを接着剤を使用して自分のまつげに装着すること。

【福祉サービスの安全性の確保】

- ・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。

(福祉保健課)

- ・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供することを目的として、公正・中立な第三者機関が、専門的かつ客観的な立場から事業者の提供する福祉サービスの質を評価する福祉サービス第三者評価事業を推進します。

(福祉保健課)

- ・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)

- ・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ない利用者に対し、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よう支援します。

(長寿社会課)

数値目標 3	基準値	目標値
指標名	(R6 年度)	(R12 年度)
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	100%	95%

- ・利用者やその家族等が、介護サービス事業者を適切に選択でき、サービスの質の向上に役立たせることを目的として、職員体制や利用料金等の基本情報項目とサービスの内容等の運営情報項目について事業所等から報告を受け公表をします。

(長寿社会課)

数値目標 4	基準値	目標値
指標名	(R6 年度)	(R12 年度)
介護サービス情報の公表を行った事業所の割合	100%	100%

- ・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)

【医療機関等の安全性の確保】

- ・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）が医療法に基づき報告する医療機能情報を、「医療情報ネット（ナビイ）」に掲載し、公開します。（医療政策課）
- ・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、適正な管理を行っているかについて、検査、指導します。（医療政策課）
- ・県及び各保健所において、医療に関する患者・家族等の苦情や相談に適切な助言等が行えるよう職員向け研修を開催します。また、医療機関に対し、医療安全に係る研修機会の提供や情報提供等を通じ、患者サービス及び医療安全の向上に努めます。（医療政策課）
- ・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、指導を実施します。（薬務行政室）

【薬物乱用の防止】

- ・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に努めます。（薬務行政室）

【住宅の安全性の確保】

- ・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、建築確認制度の適正な運用に努めます。（建築課）
- ・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す。（建築課）

※ 医薬品：ヒトや動物の疾病の診断・治療・予防を行うために与える薬品。使用形態としては、内服薬、外用薬、注射剤などがある。医師の診察によって処方される処方箋医薬品、薬局で買える一般用医薬品がある。

※ 医薬部外品：医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律に定められた、医薬品と化粧品の中間的な分類で、人体に対する作用の緩やかなもので機械器具でないもの。

※ 長崎県薬物乱用対策実施計画：関係行政機関が相互に緊密な連携を図り、薬物乱用の総合的な対策を進めるための行動計画。

※ 長崎県建築行政マネジメント計画：建築物の安全性を確保するため、「適正・円滑な建築確認審査と検査」、「既存建築物の適正な維持管理」、「事故・災害時の迅速・適格な対応」等の内容を盛り込んだ計画。

※ 特定行政庁：建築基準法第2条に規定する建築主事を置く市町。本県は、長崎県・長崎市・佐世保市。

1 ・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、
2 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
3 努めます。 (住宅課)

4
5 ・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
6 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
7 ます。 (住宅課)

9 ②消費者の自主的かつ合理的な選択の確保

10 【生活物資等の安定的な供給】

11 ・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
12 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、
13 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)

14
15 ・原油価格の動向については、長崎県原油価格高騰対策本部※において、県民生活
16 や経済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
17 行います。 (県民生活環境課)

18
19 ・台風、地震等の緊急災害時において、市町の被災者の生活物資等を確保するた
20 め、現物備蓄と併せ、流通備蓄として小売業者団体等との生活物資供給協定を
21 締結し、食糧、飲料水、生活用品、衛生用品、医薬品等の確保など安定供給に
22 努めます。 (福祉保健課、薬務行政室)

24 【表示の適正化】

25 ・景品表示法※に基づき、不当な表示や過大な景品類から一般消費者の利益を保護
26 するため、不当な表示等を行う事業者に対し、必要に応じ景品表示法を厳正に
27 遵守するよう注意及び指導を実施します。 (食品安全・消費生活課)

28
29 ・景品表示法について、事業者・事業者団体における法令遵守の取組を積極的に
30 支援します。 (食品安全・消費生活課)

※ 長崎県原油価格高騰対策本部：原油価格の高騰は、県内の経済活動及び県民生活全般にわたり大きな影響を及ぼすため、県の関係部局が連携して適切に対策にあたるため設置された組織。

※ 景品表示法（不当景品類及び不当表示防止法）：商品及び役務の取引に関連する不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するため、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限及び禁止について定めることにより、一般消費者の利益を保護することを目的とした法律。

・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）

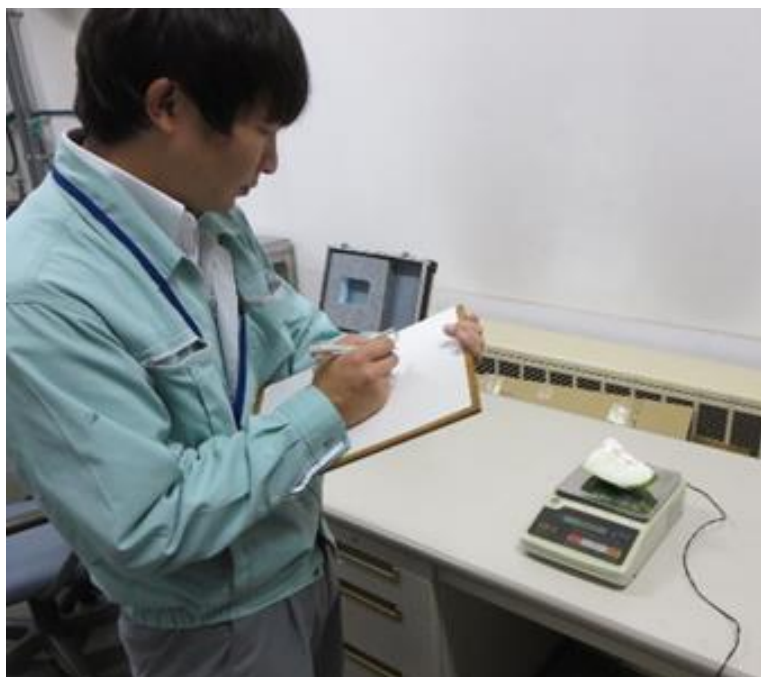
・消費者が商品やサービスの選択を誤ることのないよう、「長崎県特産品新作展※」の募集等の機会を捉え、法令（食品表示法、景品表示法等）に基づく表示の適正化を県内事業者へ周知します。（物産ブランド推進課）

【計量の適正化】

・計量法に基づき、食料品に表示された内容量を確認する商品量目立入検査※を行い、基準を満たさない事業所については改善指導を行うとともに年度内に再度立入検査を実施し、適正な計量の確保を図ります。（計量検定所）

数値目標 5	基準値 (R6 年度)	目標値 (R12 年度)
指標名		
商品量目に関する基準を満たしている事業所の割合	94%	100%

＜電子天秤による商品検査の様子＞



※ 公正競争規約：景品表示法第 31 条の規定により、公正取引委員会及び消費者庁長官の認定を受けて、事業者又は事業者団体が表示又は景品類に関する事項について自主的に設定する業界のルール。

※ 長崎県特産品新作展：創意と工夫にあふれた新しい特産品を一堂に集め、県民に紹介するとともに、優れたものについて顕彰を行っている。

※ 商品量目立入検査：内容量（グラム）が表記されている肉、魚、野菜などの食料品等において、表記されている内容量（グラム）どおり正しく商品が入っているか確認する検査。

③デジタル環境における消費者リスクへの対応

【デジタル市場における消費者被害の対策】

・デジタル化の進展により、インターネット通信販売やキャッシュレス決済サービスが多様化し、消費者の利便性が向上する一方で、消費者トラブルが複雑化・巧妙化しており、今後も新たな消費者トラブルが発生することが懸念されるため、新たな消費者トラブルの情報について、速やかに周知を図り未然防止に努めます。
(食品安全・消費生活課)

・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、国民生活センターに設置された越境消費者センター[※]と連携します。

(食品安全・消費生活課)

・消費者の利益保護を図るため、特定商取引に関する法律に基づき、事業者に対して、契約時における消費者への十分な説明や、インターネット通販での解り易い申し込み画面など適切な契約が行われるよう、指導を行います。

(食品安全・消費生活課)

【デジタルリテラシーの向上】

・消費者支援講座において、デジタル技術や情報を正しく理解し、活用する能力であるデジタルリテラシーが向上することにより、インターネット通販や架空請求・迷惑メールなどのトラブル防止などに関する啓発を実施していきます。

(食品安全・消費生活課)

・県内の子どもをメディア被害[※]から守るため、学校・保護者・地域が連携し、こどもや保護者等へのインターネット・メディア環境の知識、適切な利用や被害防止対策の普及啓発を行うとともに、こども自身が主体的にインターネット・メディアのリスクや望ましい使い方等を自覚し、適切に利用していくスキルを身に付ける機会を提供します。

(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 6	基準値	目標値
指標名	(R6 年度)	(R12 年度)
学校メディア宣言の取組を実施している学校数 [※]	184 校	400 校

[※] 越境消費者センター：海外の事業者との間での取引でトラブルにあった消費者のための相談窓口。インターネットでの海外事業者との取引（商品購入、宿泊予約等）や海外での現地取引（旅行先の商品購入、サービス利用等）のトラブルの解決を行っている。

[※] メディア被害：スマートフォンの普及等に伴い、アプリケーションソフトウェアやSNS、オンラインゲーム等の利用を通じて、長時間利用によるネット依存、ネットいじめやネット詐欺により犯罪に巻き込まれるケース等の社会問題。

[※] 長崎県の公立小中学校数 470 校（令和 7 年 5 月 1 日時点）

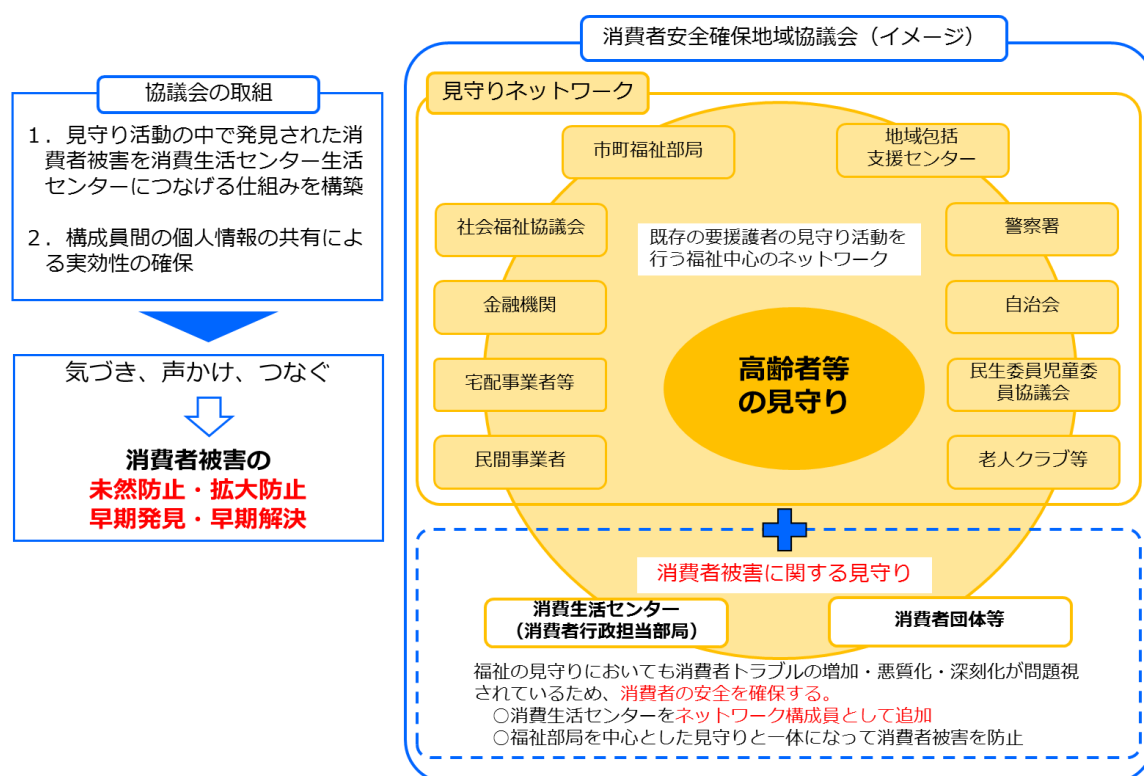
- ・高等学校では、主に「公民」「情報」「家庭」の3教科を通して、社会との接点を意識した現実的な問題への対応能力を育成します。具体的には、不正請求やフィッシング*等のインターネットを介した詐欺行為を含めた消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任について生徒に理解させ、適切な意思決定に基づいて行動できるようにするとともに、生涯を見通した生活における経済の管理や計画について考えることができるようにします。(高校教育課、学事振興課)

④高齢者等の被害防止のための取組

【見守り活動の充実】

- ・消費者行政担当課、福祉・介護行政担当課、警察関係、各種関係団体等を構成員とする消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の活性化や見守り活動の充実を地域の実情に応じて促進することにより、配慮を要する消費者への対応を強化します。(食品安全・消費生活課)

<消費者安全確保地域協議会の概要>



* フィッシング：金融機関(銀行やクレジットカード会社)等を装った電子メールを送り、住所、氏名、銀行口座番号、クレジットカード番号等の個人情報を詐取する行為。

- ・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、民生委員・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めます。
(食品安全・消費生活課、警察本部)

数値目標 7	基準値 (R6 年度)	目標値 (R12 年度)
指標名		
地域の見守りネットワーク等での講座等開催 地区数	8 地区	8 地区以上

<消費者トラブル防止講演会>



- ・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】

- ・ニセ電話詐欺の被害に遭いやすい高齢者等をトラブルから守るため、警察と連携して直接的に働きかける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	基準値 (R6 年度)	目標値 (R12 年度)
指標名		
二次被害防止のための注意喚起ハガキ 送付率	100%	100%

* NPO（特定非営利活動法人）：営利を目的とせず、その活動に賛同する人たちからの寄附やボランティアの協力などの支援を受けて、その目的を達成しようとする民間の組織。

1 ・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違法な取引
2 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、
3 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）

4
5 ・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
6 察への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
7 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。
8 （食品安全・消費生活課、監理課、警察本部）

9
10 ・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
11 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。
12 （長寿社会課、障害福祉課）

13 【研修・講座の開催】

14 ・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
15 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
16 ため、市町・警察・NPOと連携して、民生委員・児童委員や在宅介護関係者
17 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
18 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
19 組みます。（再掲） （食品安全・消費生活課、警察本部）

20
21 ・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
22 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。
23 （長寿社会課）

24
25 ・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
26 し、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
27 るように努めます。 （長寿社会課）

※ 特定商取引に関する法律：事業者による違法・悪質な勧誘行為等を防止し、消費者の利益を守ることを目的とする法律。

※ 成年後見制度：認知症、知的障害、精神障害などによって判断能力が十分でない方を保護する制度。

※ 地域包括支援センター：市町が実施主体となっており、地域住民の心身の健康状態の保持と生活の安定のために必要な援助を行うことにより、地域住民の保健医療の向上、及び福祉の増進を包括的に支援することを目的として、包括的支援事業等を一体的に実施する役割を担う中核的機関。

※ 介護支援専門員（ケアマネージャー）：要介護者等が自立した日常生活を営むのに必要な援助に関する専門的知識及び技術を有するものとして介護支援専門員証の交付を受けた者。

⑤消費者関係法令の厳正な運用

【不当な取引への厳正な対応】

- ・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、事業者に対して、契約時における消費者への十分な説明や、インターネット通販での解り易い申し込み画面など適切な契約が行われるよう、指導を行います。(再掲)

(食品安全・消費生活課)

- ・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違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。(再掲) (食品安全・消費生活課、警察本部)

- ・広域で不当な取引等を行う事業者に対しては、国や関係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努めます。

(食品安全・消費生活課)

- ・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す。

(食品安全・消費生活課、警察本部)

【適正な事業活動の促進】

- ・消費生活の安定と向上を図るため、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、法令違反等の指摘事項に対する改善を求めることを通じて適正な運営確保に努めます。

(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)

- ・業務の適正な運営と宅地及び建物の取引の公正を確保するとともに、購入者等の利益の保護を図るため、不当な取引行為があった場合において、宅地建物取引業法に基づく業者に対する指導を行います。（建築課）

（２）消費者による持続可能な社会づくり

SDGsを踏まえた幅広い観点から、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が求められています。

このため、消費者の組織活動の支援や、環境に配慮した消費行動など、持続可能な社会づくりに向け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 9	基準値 (R6 年度)	目標値 (R12 年度)
指標名		
食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合	92.9%	96%以上

- ・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）

※ 消費者団体訴訟制度：消費者契約法第 12 条に基づき、適格消費者団体が消費者被害の未然防止・拡大防止を図る観点から、事業者の不当な行為（不当な勧誘行為や不当な契約条項の使用）に対し差止め請求をすることができる制度。

※ 適格消費者団体：消費者契約法第 13 条に基づき、不特定多数の消費者の利益を守るために、内閣総理大臣によって認定された団体。

※ 食品ロス：まだ食べられるのに廃棄される食品のこと。

※ フードバンク活動：賞味期限が近いなど、食品の品質には問題ないが、通常の販売が困難な食品・食材を、NPO 等が食品メーカーから引き取って、福祉施設等へ無償提供するボランティア活動。

- ・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)

③環境に配慮した消費行動の推進

【専門人材の活用】

- ・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地域や学校での学習会等に派遣します。

(県民生活環境課)

【温室効果ガスの排出抑制】

- ・「ながさきデコ活ゼロカーボンアクション 12」によるライフスタイルの転換、「エコふぁみアプリ」を活用した情報発信、推進員による普及啓発、「スマートムーブ」による環境にやさしい移動の促進など、県民の暮らしに寄り添った取組を展開し、環境に配慮した消費行動の推進を通じて、温室効果ガスの排出抑制につなげる取組を進め、一人ひとりが環境に配慮した選択を日常的に実践できる社会の実現を目指します。

(地域環境課)

数値目標 10	基準値	目標値
指標名	(H25 年度)	(R12 年度)
県内家庭部門における二酸化炭素排出量	234.2 万トン	87.1 万トン

【ごみの減量化】

- ・「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、事業者、行政等が一体となって、県民のゴミゼロ意識の向上を図るため、4 R に関する県民運動を展開します。

(資源循環推進課)

- ・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、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識・技術の普及などに取り組みます。

(資源循環推進課)

（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ながら周知・啓発を行います。

①学校等における消費者教育の推進

【小学校】

- ・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素地を育みます。（義務教育課、学事振興課）

【中学校】

- ・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資質・能力を育みます。（義務教育課、学事振興課）

【高等学校】

- ・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計画について考えることができるようにします。（再掲）

（高校教育課、学事振興課）

【特別支援学校】

- ・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者教育を推進します。（特別支援教育課）

【大学等】

- ・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)

【教職員への研修・研究・協議】

- ・学校における消費者教育の向上のため、教職員を対象にした研修会において消費者教育に係る講座を実施し、指導的な役割を持つ教職員のレベルアップを図ります。

(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)

数値目標 11	基準値 (R6 年度)	目標値 (R12 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)	780 人	800 人

- ・消費者教育を推進するため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)

- ・中学生及び高校生用の副教材について、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。

(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)

【専門人材の活用】

- ・県に消費者教育推進員※を配置し、県内の高校や大学等、関係機関との連携を図りながら消費者教育の授業支援や消費生活支援講座等を推進します。

(食品安全・消費生活課)

- ・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)

※ 消費者教育推進員（消費者教育コーディネーター）：消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐため、間に立って調整する役割を担う者。

＜高等学校での消費者教育＞



- ・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に活用します。（県民生活環境課、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）

【デジタルリテラシーの向上】

- ・県内のこどもをメディア被害から守るため、学校・保護者・地域が連携し、こどもや保護者等へのインターネット・メディア環境の知識、適切な利用や被害防止対策の普及啓発を行うとともに、こども自身が主体的にインターネット・メディアのリスクや望ましい使い方等を自覚し、適切に利用していくスキルを身に付ける機会を提供します。（再掲）
（こども未来課、児童生徒支援課、学事振興課、警察本部）

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、民生委員・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。（再掲）
（食品安全・消費生活課、警察本部）
- ・ニセ電話詐欺の被害に遭いやすい高齢者等を消費者トラブルから守るため、警察と連携して直接的に働きかける啓発活動を実施します。（再掲）
（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が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 12 指標名	基準値 (R7 年度)	目標値 (R12 年度)
消費者被害防止に関する講座開催市町数	20 市町	21 市町

- ・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教育支援を推進します。（食品安全・消費生活課、生涯学習課）
- ・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、SNS、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。（食品安全・消費生活課）

<消費者月間パネル展 県庁1階>



<パネル展 ミライ on 図書館>



- ・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、防犯講習会を開催します。（警察本部）

【職域における消費者教育の推進】

- ・県内企業等の新入社員等に対する消費者教育のため県消費生活センターの職員を派遣した従業員向けの消費者教育を推進します。（食品安全・消費生活課）

【保護者等への学習と情報の提供】

- ・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P T Aを対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。

(食品安全・消費生活課、生涯学習課)

- ・県内のこどもをメディア被害から守るため、学校・保護者・地域が連携し、こどもや保護者等へのインターネット・メディア環境の知識、適切な利用や被害防止対策の普及啓発を行うとともに、こども自身が主体的にインターネット・メディアのリスクや望ましい使い方等を自覚し、適切に利用していくスキルを身に付ける機会を提供します。(再掲)

(こども未来課、児童生徒支援課、学事振興課、警察本部)

【その他の関連する教育との連携】

- ・食育や金融経済教育、環境教育に関する内容を盛り込んだ消費者教育を推進します。

(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

【ライフステージに応じた消費者教育の推進】

- ・「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。

(食品安全・消費生活課)

数値目標 13	基準値	目標値
指標名	(R7年度)	(R12 年度)
消費者被害防止に関する講座受講者の理解度	95%	95%以上

【SDGs の推進】

- ・持続可能な社会の実現に向けて、ライフステージに応じたエシカル消費[※]等の消費者教育を推進します。(食品安全・消費生活課)
- ・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地域や学校での学習会等に派遣します。(再掲) (県民生活環境課)
- ・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。(再掲) (食品安全・消費生活課)
- ・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。(再掲) (資源循環推進課)
- ・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。(再掲) (資源循環推進課)

【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、民生委員・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。(再掲) (食品安全・消費生活課、警察本部)
- ・ニセ電話詐欺の被害に遭いやすい高齢者等をトラブルから守るため、警察と連携して直接的に働きかける啓発活動を実施します。(再掲) (食品安全・消費生活課、警察本部)

※ エシカル消費（倫理的消費）：持続可能な社会を形成するため、エコ商品やフェアトレード商品を選ぶ、認証ラベルのある商品や地元の産品を選ぶ等、消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮するなどの課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと。

【カスタマーハラスメントの防止】

- ・消費者が、消費者市民社会の一員として事業者適切に意見を伝えることは、商品・サービスの改善につながり、正当な権利として認められています。他方で、近年、消費者からの従業員等に対する暴言、脅迫、不当な要求等の著しい迷惑行為であるカスタマーハラスメントが問題となっているため、自立した消費者として、事業者意見に伝えるための適切な方法等について、消費生活支援講座等を通して周知・啓発します。（食品安全・消費生活課）

「消費者が意見を伝える」際のポイント



自立した消費者として、意見がきちんと相手に伝わるように、「意見を伝える」とときには次の3つのポイントを参考にしてみてください。

Point 1

ひと呼吸、置こう！

怒りに任せた発言は逆効果。ひと呼吸おいて冷静に。従業員も同じ「人」として、お互いに尊重し合うことが大切です。



Point 2

言いたいこと、要求したいことを「明確に」、そして「理由」を丁寧に伝えましょう！

返品したいのか、解約したいのか、またその理由を明確に、丁寧に伝えることが重要です。



Point 3

事業者の説明も聞きましょう！

上手なコミュニケーションが解決への糸口。一方的に主張するだけでなく、事業者の説明も聞きましょう。



従業員、事業者も頑張っています。意見の伝え方には留意しましょう。

※行き過ぎた言動をとると、場合によっては犯罪として処罰されることもあります。

【事例①】強要罪に問われた例

アルバイト従業員の接客態度に不満を述べ、「土下座して謝れ。」などと怒鳴りつけ、店員に土下座して謝罪をさせたとして、強要罪で有罪に。

【事例②】恐喝罪に問われた例

店長の接客態度に不満を述べ、長時間にわたり店長等に抗議をし、これを良い機会として脅迫をして、物品を要求し、恐喝罪で有罪に。

出典：消費者の皆様へ「消費者が意見を伝える際のポイント」（消費生活庁）

【金融リテラシーの向上】

- ・金融経済教育推進機構（J-FLEC）※、長崎県金融広報委員会※及び関係機関と連携して、イベント・セミナー等の取組を周知し、金融経済教育の充実を図ります。また、もうけ話やクレジットカード等の金融関連の消費者トラブルについて、消費生活支援講座等を通して周知・啓発します。

（食品安全・消費生活課）

※ 金融経済教育推進機構（J-FLEC）：金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律に基づき設置された認可法人。幅広い年齢層に向け、かつ、国民各々のニーズに応えた金融経済教育の機会を官民一体で全国的に拡充していくことを目的としている。

※ 金融広報委員会：日銀が中心となって県及び市町・関係団体等と連携し、暮らしに身近な金融に関する広報・消費者教育活動を行っている団体。

（４）消費者行政の相談体制等の充実

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相談機能を強化し、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対応力の向上を図ります。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。

①県消費生活センターの相談機能の充実

【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の充実を図ります。

（食品安全・消費生活課）

数値目標 14	基準値	目標値
指標名	(R6 年度)	(R12 年度)
県・市町の消費生活センター及び相談窓口におけるあっせん解決率	92.4%	94.4%
数値目標 15	基準値	目標値
指標名	(R3～R6 年度平均)	(R12 年度)
消費生活センターの認知度	75.0%	80.0%

<県消費生活センター>



- ・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）

※ 調停：消費者及び事業者が、話し合いによりお互いが合意することで紛争の解決を図る手続。

1 ・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
2 談などの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
3 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
4 携強化を図り、効果的な相談体制づくりに努めます。

5 （県民センター、食品安全・消費生活課、交通・地域安全課、
6 長寿社会課、監理課）
7

8 ・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、
9 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。
10 （再掲） （食品安全・消費生活課）
11

12 【消費生活相談のＤＸ】

13 ・新システム（PIO-NET※）を導入し、相談員の業務効率化を推進します。
14 （食品安全・消費生活課）
15

16 【製品トラブルへの対応】

17 ・商品事故による消費者トラブルの救済を図るため、専門的な商品テストは、国
18 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
19 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
20 談に反映させます。 （食品安全・消費生活課）
21

22 ②市町消費者行政の充実に向けた支援

23 ・地方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
24 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
25 します。 （食品安全・消費生活課）
26

27 ・県消費生活センターの相談員が市町相談員等に対して相談業務の技術的な支援
28 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。
29 （食品安全・消費生活課）
30
31
32

※ 日本司法支援センター（法テラス）：総合法律支援法に基づき設立された法務省所管の法人。刑事・民事を問わず、国民がどこでも法的なトラブルの解決に必要な情報やサービスが受けられるよう、総合的な支援を実施している。

※ PIO-NET：国民生活センターと全国の消費生活センターや消費生活相談窓口をオンラインネットワークで結んだ「全国消費生活情報ネットワークシステム」（Practical Living Information Online Network System）のこと。

※ 地方消費者行政強化交付金：地域の消費者の安全で安心な消費生活の実現及び地域の活性化に資することを目的とした、国から都道府県及び市町村への交付金。

③関係機関との連携推進

【消費者トラブルへの対応】

- ・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。(再掲)(食品安全・消費生活課)
- ・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。このため、国や市町との連携、警察、弁護士会、司法書士会等の関係団体との研究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。
(食品安全・消費生活課、警察本部)
- ・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、国民生活センターに設置された越境消費者センター※と連携します。(再掲)
(食品安全・消費生活課)
- ・県内に在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に対応していきます。(食品安全・消費生活課、国際課)
- ・景品表示法について、事業者・事業者団体における法令遵守の取組を積極的に支援します。(再掲)
(食品安全・消費生活課)
- ・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、円滑な運用が行われるよう関連団体等を支援します。(再掲)(食品安全・消費生活課)
- ・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)への取組や相談窓口の整備を要請します。(食品安全・消費生活課)
- ・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・広報を要請するなど、連携を図ります。(食品安全・消費生活課)

※ 越境消費者センター：海外の事業者との間での取引でトラブルにあった消費者のための相談窓口。インターネットでの海外事業者との取引(商品購入、宿泊予約等)や海外での現地取引(旅行先の商品購入、サービス利用等)のトラブルの解決を行っている。

※ 長崎県外国人相談窓口：公益財団法人長崎県国際交流協会に設置された相談窓口。長崎県に在住の外国人が安心・安全に生活できるよう、多言語で相談を受け付けている。

- 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
- 31
- 32
- 33
- 34

- ※ **多重債務者対策協議会**：関係機関・団体が連携し、多重債務者が抱える多種多様な問題等の総合的な対策を円滑かつ効果的に推進するため、必要な協議・検討を行う場。
- ※ **自殺対策連絡協議会**：関係機関・団体が連携し、総合的な自殺対策の推進を図る場。
- ※ **ギャンブル等依存症**：ギャンブル等にのめり込んでコントロールができなくなる精神疾患の一つ。

数値目標一覧表

施 策	指 標 名	基準値 (R6年度)	目標値 (R12年度)	担当課
(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	24件 (R3～R6平均)	24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	100%	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 商品量目に関する基準を満たしている事業所の割合	94%	100%	計量検定所
③デジタル環境による消費者リスクへの対応	6 学校メディア宣言の取組を実施している学校数	184校	400校	こども未来課
④高齢者の被害防止の取組	7 地域の見守りネットワーク等での講座等開催地区数	8地区	8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%	県警本部
(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	92.9%	96%以上	資源循環推進課
③環境に配慮した消費行動の推進	10 県内家庭部門における二酸化炭素排出量	234.2万トン (H25)	87.1万トン	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	11 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)	780人	800人	食品安全・消費生活課
②地域社会における消費者教育の推進	12 消費者被害防止に関する講座開催市町数	20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	13 消費者被害防止に関する講座受講者の理解度	95% (R7)	95%以上	食品安全・消費生活課
(４) 消費者行政の体制整備				
①県消費生活センターの相談機能の充実	14 県・市町の消費生活センター及び相談窓口におけるあっせん解決率	92.4%	94.4%	食品安全・消費生活課
	15 消費生活センターの認知度	75.0% (R3～R6平均)	80.0%	食品安全・消費生活課

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。

1 消費生活推進会議での総合調整

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、全庁的な総合調整を行い、計画を推進します。

2 長崎県消費生活審議会への報告

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。

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」は長崎県消費生活審議会が兼ねるものとします。

3 進行管理及び実施状況の公表

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、その状況を公表します。

資 料 編

1

2

3

4

資料 1 長崎県消費生活審議会委員名簿

5

6

7

資料 2 長崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例

8

9

10

資料 3 県内消費生活相談窓口一覧