資料１

第三次長野市消費者施策推進計画

〈令和９年度～令和 13 年度〉

【素案】

令和９年４月

長　野　市

目次

＜第１章＞計画の策定にあたって 1
１　第三次推進計画策定の趣旨 1
２　第三次推進計画の位置づけ 3
３　第三次推進計画の計画期間 3
＜第２章＞第二次推進計画の総括 4
１　第二次推進計画について 4
２　第二次推進計画の推進結果 4
３　第二次推進計画の重点目標の達成状況 6
４　第二次推進計画のまとめ 7
＜第３章＞消費者を取り巻く現状と課題 8
１　現状と主な課題 8
（１）単独世帯の高齢者増加 8
（２）若年者に広がる消費者被害 9
（３）デジタル化・グローバル化の進展 10
（４）将来に向けた消費生活 10
２　長野市における消費生活相談の傾向 11
（１）消費生活相談件数 11
（２）販売購入形態 12
（３）年代別相談件数 12
３　国における消費者行政の動向 13
４　長野県における消費者行政の動向 15
＜第４章＞第三次推進計画の目指す姿と基本方針 16
１　目指す姿 16
２　基本方針と目標（取組の方向性） 17
＜第５章＞基本方針ごとの具体的な事業・目標指標 19
１　≪基本方針Ⅰ≫ 安全・安心な消費生活の推進 19
（１）電話でお金詐欺(特殊詐欺)等の情報共有 19
（２）食品・製品等の監視・指導 19
（３）製品事故情報等の収集・提供 20
（４）地産地消の推進 20
２　≪基本方針Ⅱ≫ 消費者被害の未然防止と相談体制の充実強化 21
（１）見守りネットワークの強化 21

（２）被害防止の啓発 22
（３）電話でお金詐欺（特殊詐欺）等の被害対策 22
（４）相談体制の充実 23
（５）多重債務者の支援 23
（６）専門家による市民相談の実施 23
３　≪基本方針Ⅲ≫　消費者力の育成・強化 24
（１）学校における教育の充実 24
（２）社会教育施設等での教育 24
（３）デジタル化への対応 25
（４）食育の推進 25
（５）家庭ごみの減量・食品ロス削減 26
（６）環境教育の推進 26
（７）消費者力の育成 27
（８）カスタマーハラスメント対策 27
４　目標指標 28
＜第６章＞計画の推進にあたって 30
１　市民意見の広聴 30
２　施策の進行体制 30
３　進行管理の公表 30

＜第１章＞計画の策定にあたって

１　第三次推進計画策定の趣旨

本市では平成29年度に「長野市消費者施策推進計画（長野市消費者教育推進計画）（以下、「推進計画」という。）を、令和４年度には第二次推進計画を策定し、消費者施策を推進してきました。

こうした中、わたしたちを取り巻く社会情勢は、高齢化の進行とともに、単独世帯の高齢者等の配慮を要する消費者が増加し、誰にも相談できずに抱え込んでしまうことによる消費者トラブルの増加や深刻化が懸念されています。また、インターネットやAIを活用した事業者の広告・提供方法の変化、決済サービスの多様化など、消費者を取り巻く環境は急速に変化しており、それにより消費者に多くの利益がもたらされる一方で、悪質商法の増加、海外事業者との取引がより身近になったことによるトラブル等、新たな課題も顕在化しています。

特に、架空料金請求詐欺やオレオレ詐欺に加え、SNS等を通じた投資・ロマンス詐欺などの電話でお金詐欺（特殊詐欺）による被害は犯罪の手口が多様化・巧妙化しており深刻な状況[図１]にあります。

このように悪質商法を含め、デジタル技術の悪用により、年齢や経済状況等に関わりなく、全ての世代が被害に遭う可能性[図２]が高まっています。

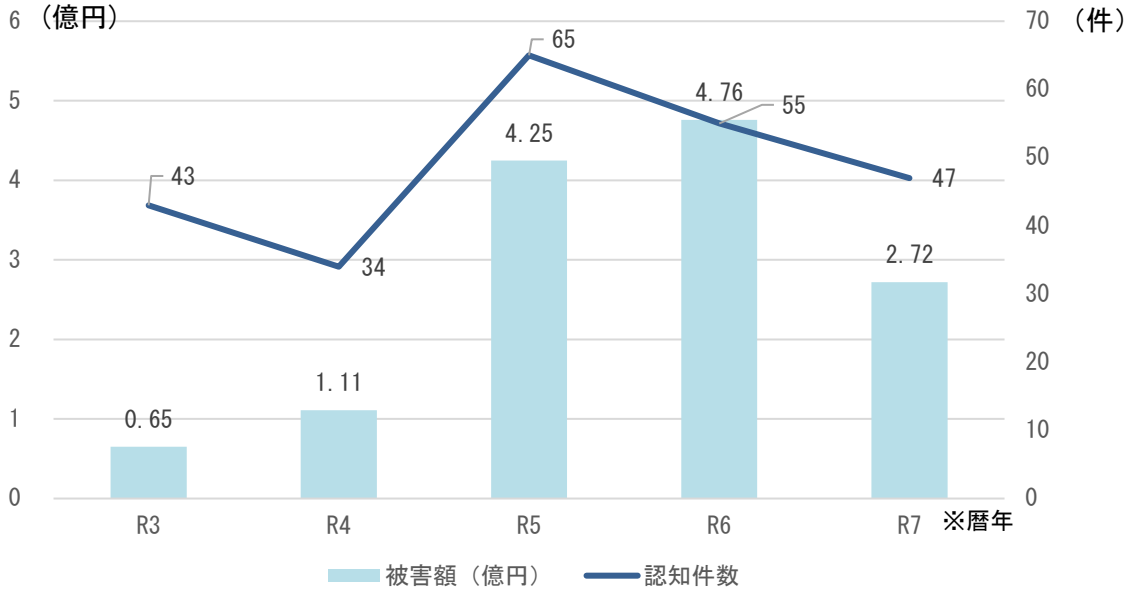
さらに、エシカル消費※、食品ロス削減等による持続可能な消費活動の推進、並びに消費者と事業者双方のコミュニケーションが円滑に図られ、カスタマーハラスメントが生じない消費活動の推進も課題となっています。

このような情勢の中、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力、すなわち『消費者力』を市民一人ひとりが身に付けることがこれまで以上に必要となっています。

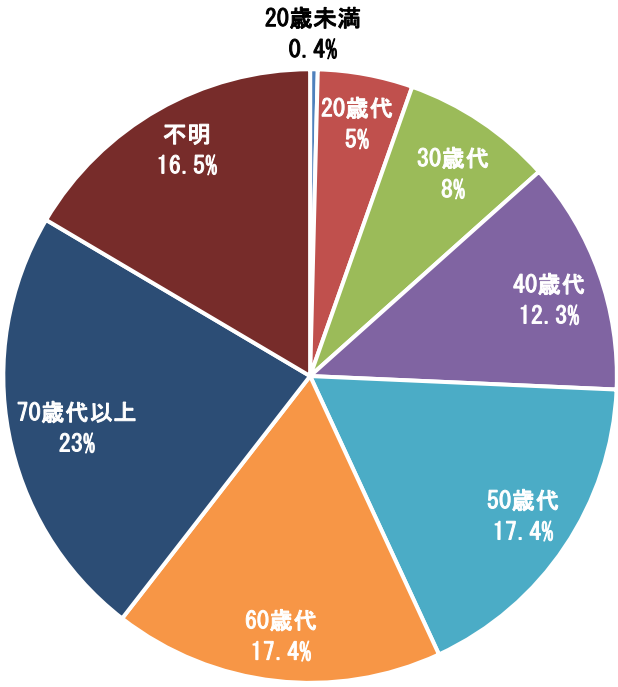
こうした状況を踏まえ、現行の第二次推進計画が令和８年度末で満了することから、引き続き、市民の消費生活の安定と向上に向けて、市の消費者施策を総合的に展開するため、第二次推進計画の後継計画として、第三次推進計画を策定するものです。

※エシカル消費…消費者それぞれが、より良い社会に向けて、「人や社会、環境、地域」に配慮した消費行動

［図１］長野市における電話でお金詐欺（特殊詐欺）認知状況（出典：長野県警察）



［図２］令和７年度　消費生活センターへ寄せられた相談年齢層別の割合

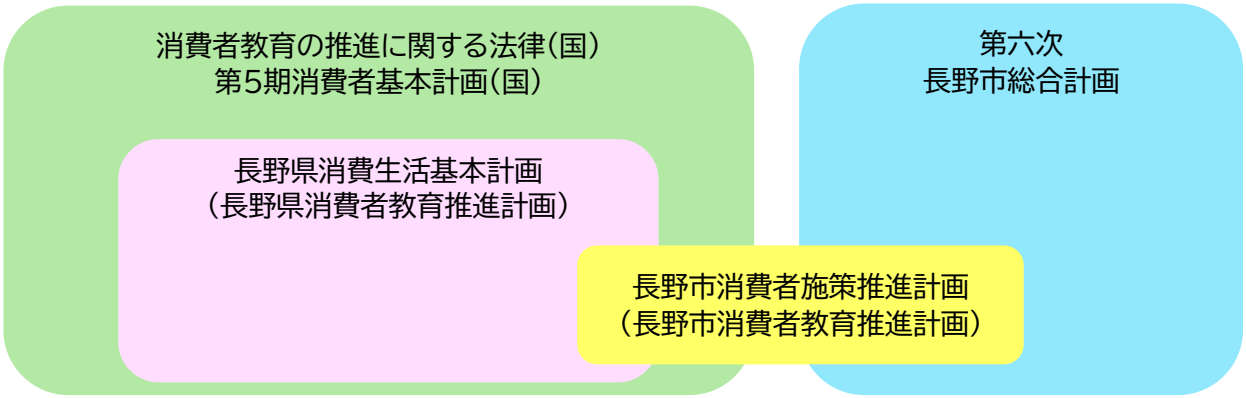


２　第三次推進計画の位置づけ

長野市消費生活の安定及び向上に関する条例第２条に基づき、本市の消費者施策を策定・推進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２項で規定する市町村消費者教育推進計画としての位置づけを兼ねて第三次推進計画を策定します。

また、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）の「基本理念」及び「基本方針」を共有します。

さらに、第六次長野市総合計画を推進するための個別計画として、消費者施策を総合的に推進します。



３　第三次推進計画の計画期間

令和９年度から令和13年度までの５年間

＜第２章＞第二次推進計画の総括

１　第二次推進計画について

第二次推進計画では目指す姿に「自ら考え行動する「消費者市民社会※1」の構築」を掲げ、消費者が社会を形成している当事者であると自覚をもち、一人ひとりが持続可能な社会のために行動していく社会を目指しました。

また、基本方針として、⑴市民の安全・安心、⑵特殊詐欺等の被害防止、⑶消費者教育の充実、⑷市民意見の反映、⑸相談窓口の強化の５つを掲げ、具体的事業を実施してきました。

２　第二次推進計画の推進結果

次に、第二次推進計画の推進結果を基本方針ごとにまとめます。

（１）市民の安全・安心

持続可能な社会（SDGｓ）への関心の高まりは、消費者の日常生活における意識及び商品やサービスの選択に影響を及ぼし、多様化する消費活動に比例し、生命・身体等に関する消費者事故等が増加しています。

そのため、本市では、食品衛生法、食品表示法等に基づく法定の監視・指導や、地産地消の推進等を行ってきましたが、引き続き、市民の安全・安心な消費生活の確保していく必要があります。

（２）特殊詐欺等の被害防止

消費者被害の未然・拡大防止のためには、効果的な啓発や情報提供が必要です。特に、人口構成に占める高齢者の割合の高まりに伴い、認知症等で判断力が低下した高齢者を狙った悪質商法が増加しています。

そうした消費者を守るため、本市では、平成 30 年から運用している「長野市消費者被害見守りネットワーク※2」を活用し、消費者被害に関する情報提供を行ってきましたが、日頃から高齢者等と関わり見守る人材との連携を増やし「地域にいきわたる見守り」を強化していく必要があります。

※1 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う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

※2 長野市消費者被害防止見守りネットワーク…
消費者安全の確保のための取組を効果的かつ円滑に行うため、消費者安全法の規定に基づき設置している。消費者被害にあいやすい高齢者など、特に配慮を要する消費者に係る消費者被害を防止するための見守り活動や、消費者被害に迅速に対応するための連携、消費生活に関する教育及び啓発活動等を行うことを目的としている。
構成員は庁内の地域・市民生活部と保健福祉部の担当課、長野市内の警察署担当職員である。

（３）消費者教育の充実

市内の学校における消費者教育は、学習指導要領を踏まえ関連する教科等において行われています。また、計画構成各課では、市民を対象に消費生活に関する講座や食の安全、環境問題等の講習会等を開催し、消費生活について知識の向上や意識啓発を行ってきました。

しかし、本市全体の出前講座の開催件数は、コロナ禍を契機に減少後、現在は回復していますが、消費生活に関する講座の開催回数は減少したままです。そこで市民の消費生活に関する当事者意識を高めるため、計画構成各課では教育啓発資材の活用や出前講座、地域の集会等での啓発を積極的に行っていく必要があります。

（４）市民意見の反映

消費者施策の推進に当たり、消費者である市民の意見を反映することが重要です。本市では、毎年、長野市消費生活協議会を開催し、長野市消費者施策推進計画の進捗状況の確認や施策等に関する協議を行うとともに、計画の推進状況等をホームページ等で市民に公表してきました。

一方で、市内消費者団体が、第二次推進計画策定時以降、コロナ禍を契機に高齢化等の理由で解散しており、団体との協働が難しい状況になっています。そこで市民一人ひとりが行動を起こし、時代に即した消費者力を身に付けるため、生活知識講座や関係機関主催の啓発活動等の場への参加、協働することが必要となっています。

（５）相談窓口の強化

本市では、被害の未然・拡大防止のため、消費生活相談員の資質向上や相談窓口の周知等を行ってきました。また、弁護士や税理士等、各分野の専門家による無料の市民相談は、市民への認知度が浸透し、高い利用率となっています。本市は、広域連携中枢都市圏事業として、４町村(高山村、信濃町、小川村、飯綱町)に対し、相談業務の広域連携を実施し、専門性の高い消費生活相談等に応えています。

市消費生活センターの相談件数は、年間 2,000 件前後で推移していますが、その内容は複雑・多様化しています。そこで相談員が国民生活センターや長野県が開催する研修会に参加するなどにより、高度な専門知識と相談対応能力の向上を図ることが一層求められています。

３　第二次推進計画の重点目標の達成状況

第二次推進計画では、３つの重点目標を定め、達成に向け事業施策を推進してきました。その達成状況をまとめます。

重点目標１	設定目標値	令和４年度	令和７年度
教育現場への相談員の派遣	５校以上	2校	０校

評価	原因等
未達成	・学校の学習カリキュラムの都合上、時間がつくりにくく、教員からの要望がない。 ・市消費生活センター相談員の人員体制が整わず、派遣に割く人員が足りない。

重点目標２	設定目標値	令和４年	令和７年
①特殊詐欺の被害認知件数	20件以下	34件	47件
②通信販売の被害認知件数	50件以下	14件	58件

評価	原因等
①未達成	・目標設定時（令和３年）には、デジタル化の進展やSNSの急速な普及等時代の変化が予測できず、低い数値を設定してしまった。
②未達成	・被害件数は増加傾向にあり、未然防止についての施策は必要不可欠である。 ・被害認知件数は、被害金額が特定された事案を計上しているため、実際の被害件数の一部しか把握できていない可能性がある。

重点目標３	設定目標値	令和４年度	令和７年度
出前講座の開催	30回以上	33回	26回

評価	原因等
未達成	・消費生活センターが行う出前講座は、相談員の人員体制が整わず、積極的な開催ができていない。 ・他の所属（計画構成各課）が行う食品や環境等に関する出前講座は、一定の実績がある。

４　第二次推進計画のまとめ

これまで、第二次推進計画の基本方針や重点目標の状況を振りかえり、次の５点が課題として残りました。

１　市民の安全・安心な消費生活の確保
２　地域にいきわたる見守りの強化
３　教育啓発資材の活用や出前講座、地域の集会等での積極的な啓発
４　市民一人ひとりの消費生活行動の変容
５　相談員の資質向上と人材の確保

これらを整理し、次の３点について第二次推進計画から引き継ぐべき課題と第三次推進計画で取り組むべき方向性とします。

◎市民への安全・安心な消費生活の着実な推進
◎消費者被害の未然防止に取り組むとともに、相談体制の充実強化
◎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力＝『消費者力』を市民一人ひとりが身に付けられる施策の展開

＜第３章＞消費者を取り巻く現状と課題

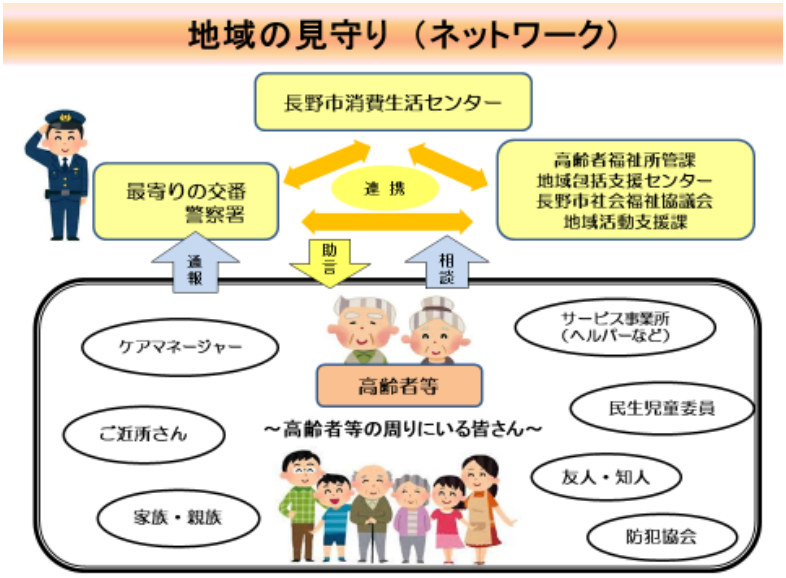
１　現状と主な課題

（１）単独世帯の高齢者増加

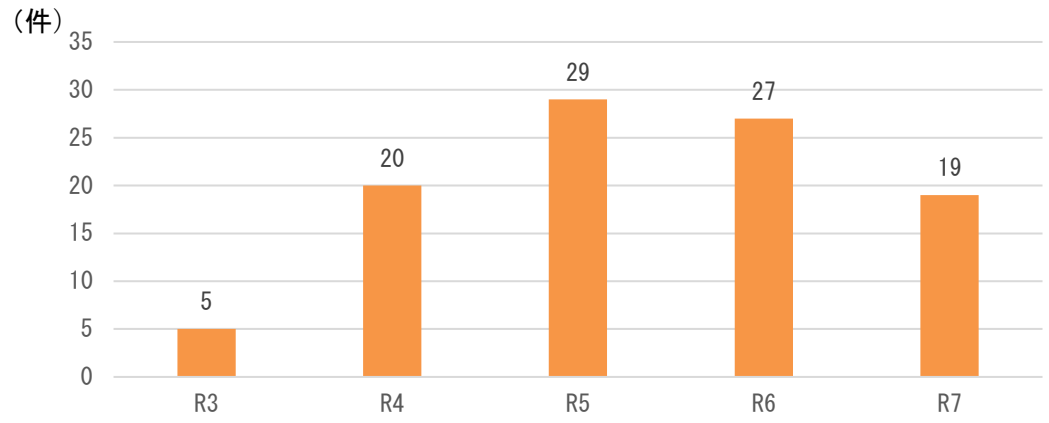
高齢化に加え単独世帯化の更なる進行により、被害にあっていても気づかなかったり、助けを求められなかったりと、配慮を要する消費者が増加しています。

対応を強化するため、長野市消費者被害防止見守りネットワーク［図３］を活用した周囲や地域の継続的な見守りと日頃から高齢者等と関わり見守る人材との連携が必要になっています。

［図３］長野市消費者被害防止見守りネットワーク　イメージ図



［図４］長野市消費者被害防止見守りネットワークを通じて寄せられた被害（疑いを含む）情報を構成員等へ注意喚起のため情報提供を行った件数

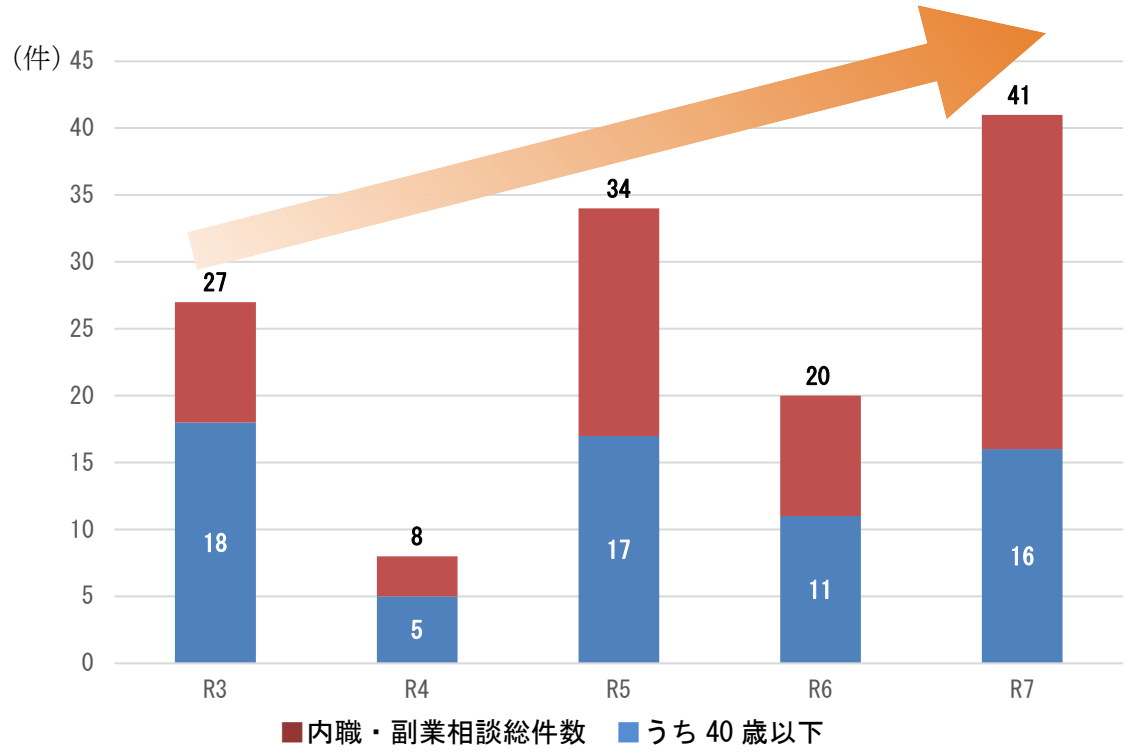


（２）若年者に広がる消費者被害

消費者トラブルの多様化・複雑化が進み、子どもから高齢者まで、あらゆる世代が消費者トラブルに巻きこまれる恐れがあります。また、若い世代を中心に、インターネットや SNS を利用した情報商材※や内職・副業等に起因するトラブル[図５]に巻き込まれるケースが増加しています。また、内職・副業に関する総相談件数のうち 40 歳以下が約半数を占めています。

被害の未然・拡大防止には SNS を利用する機会の多い若い世代への啓発活動や相談窓口の周知が重要であり、また多様化する相談に対応する消費生活相談員の資質向上と研修の充実が求められます。

[図５]当センターへの内職・副業についての相談件数の推移



※情報商材…インターネットの通信販売等で副業、投資やギャンブル等で高額収入を得るためのノウハウ等と称して販売される情報のこと。（国民生活センターHP より）

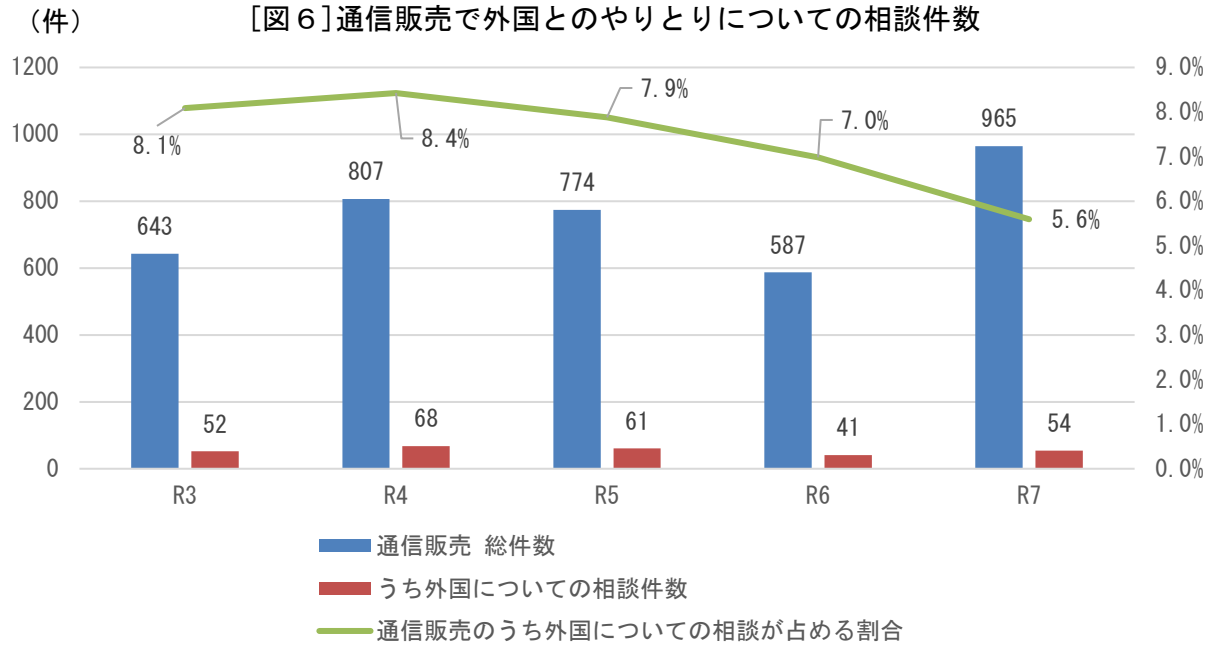
（３）デジタル化・グローバル化の進展

デジタル化や AI の進展等により利便性が向上する一方、インターネット取引などによる通信販売等でダークパターン※を起因とする消費者トラブルが多発しています。

また、決済手段が多様化し、さらにはインターネットを経由した海外事業者との取引が身近なものとなり[図６]、通信販売に関する相談のうち外国についての相談が一定割合を占めています。これらとの契約は相手の特定や連絡、意思疎通が困難になるなど、消費者トラブルの複雑化が問題となっています。

正しい知識と的確な判断力を身に付けることが必要であり、トラブルにあわないための啓発活動や情報発信が重要です。

[図６]通信販売で外国とのやりとりについての相談件数



（４）将来に向けた消費生活

地球温暖化やごみの大量廃棄問題等の環境問題が深刻化しているため、食品ロス削減や環境に配慮した商品の選択等、今後の経済社会や地球環境に影響を及ぼし得ることを自覚した消費者自身の消費行動が求められています。

消費者が、日々の行動や習慣から持続可能な消費行動を起こせるような普及啓発活動が必要です。

※ダークパターン…ユーザーを騙し、人々の判断を誤らせるような仕組みのこと。プライバシーを侵害したり、お金を余計に使わせたりするような問題が発生している。（国民生活センターホームページより）

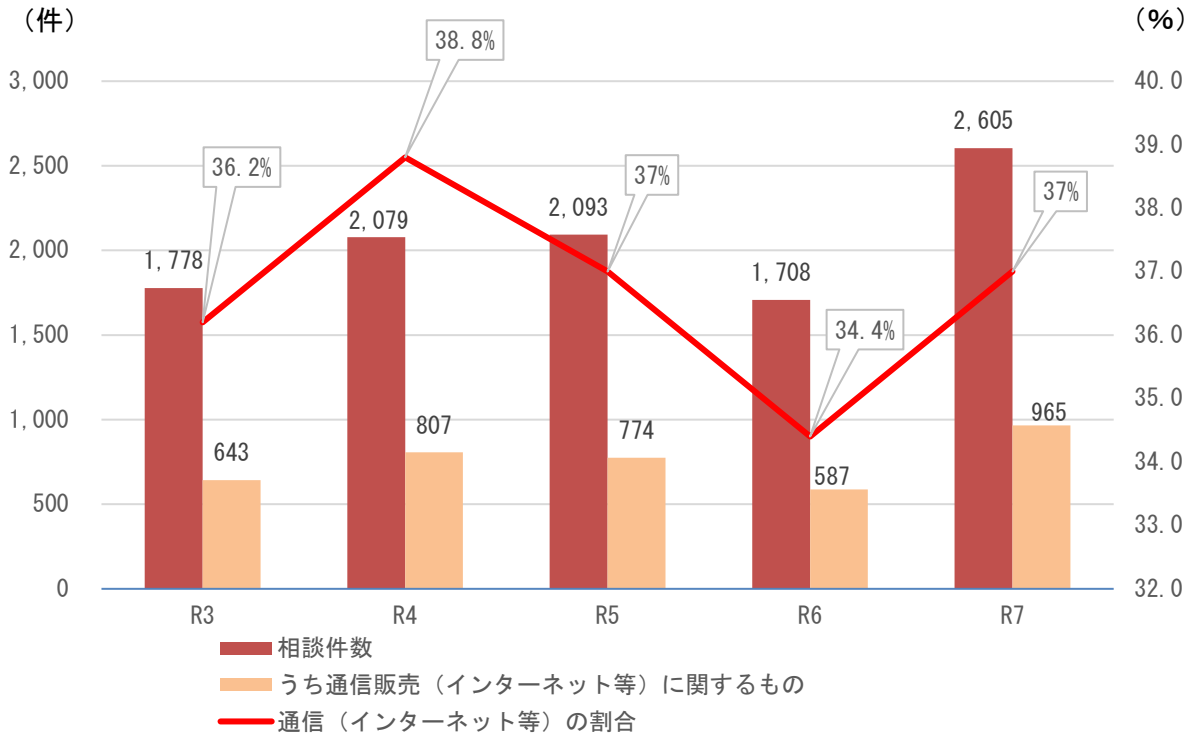
２　長野市における消費生活相談の傾向

（１）消費生活相談件数

当センターに寄せられた消費生活相談件数[図７]は令和７年度で 2,605 件と年々増加傾向にあります。また、社会情勢を反映し相談件数のうち通信販売（インターネット等）に関する相談件数は全体の４割近くを占めています。特に多い相談が定期購入契約によるもので、消費者を誤認させるような表示等を禁止するなどの規制がされたものの、消費者が定期購入契約であることを最終確認画面において見落とすケースもあります。

インターネット取引の普及や SNS の利用者の増加により、消費者の利便性が高まる一方で、悪質商法や特殊詐欺はより巧妙化し、新たな消費者トラブルも形を変えて発生し、減少しない状況にあります。

［図７］当センターへの相談件数と年齢別の相談件数の推移　＜PIOネット※から抽出＞

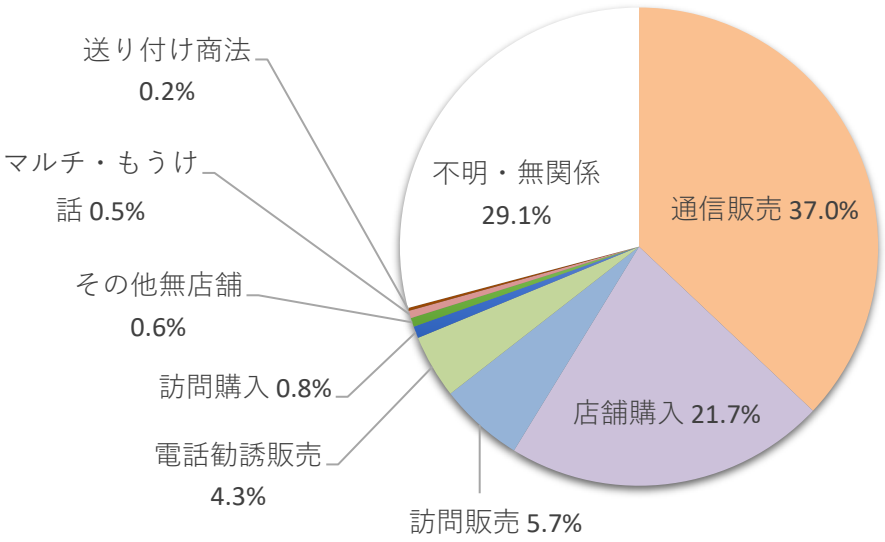


（２）販売購入形態

当センターに寄せられた相談における販売購入形態の割合は、通信販売が最も多く 37%を占め、近年は同じ傾向にあります。また、全ての世代で１位になっています[図８]。通信販売を利用中に、利用規約をよく読まずに契約したら定期購入だった、定価より大幅に安価になった商品を注文したが発送されず事業者とも連絡が取れない等、トラブルの種類が複雑・多様化しています。

また、訪問販売や電話勧誘によるトラブルも低い割合ながら、依然としてなくなることなく推移しています。

［図８］　令和７年度　販売購入形態別の割合



（３）年代別相談件数

当センターへの相談内容はどの年代も通信販売についての相談が多くなっています。

［表１］　令和７年度　年代別相談件数

順位	20歳未満	20歳代	30歳以上 40歳以下	50歳以上 60歳以下	70歳以上
1	通信販売 (70.0%)	通信販売 (39.6%)	通信販売 (43.0%)	通信販売 (43.3%)	通信販売 (33.5%)
2	不明/無関係 (20.0%)	店舗購入 (26.0%)	店舗購入 (23.9%)	不明/無関係 (25.7%)	不明/無関係 (33.1%)
3	店舗購入 (10.0%)	不明/無関係 (22.1%)	不明/無関係 (22.2%)	店舗購入 (19.4%)	店舗購入 (19.7%)
4		電話勧誘 (9.9%)	訪問販売 (4.6%)	訪問販売 (5.3%)	訪問販売 (8.2%)
5		訪問販売 (2.2%)	電話勧誘 (3.8%)	電話勧誘 (4.3%)	電話勧誘 (3.2%)

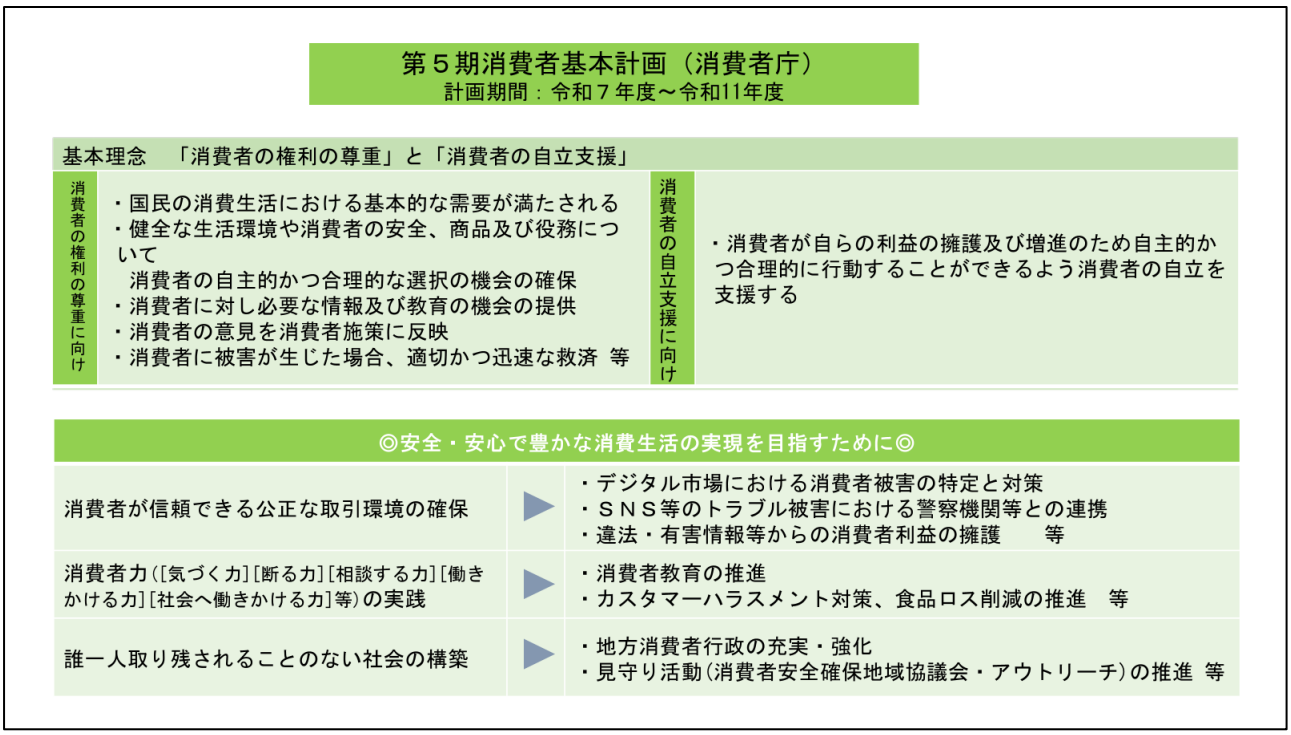
３　国における消費者行政の動向

（１）消費者基本計画等の改定

令和７年(2025 年)３月、消費者基本法第９条の規定に基づく消費者施策に関する基本的な計画として、「第５期消費者基本計画」が閣議決定されました。

同計画では、高齢化やデジタル化の進展等により社会情勢が大きく変化する中で、「消費者が信頼できる取引環境」、「『消費者力』の実践」と「誰一人取り残されることのない社会の構築」を通じて、安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現を目指しています。

なお、地方消費者行政の支援に関しては人口減少等の中においても、より効率的な体制整備を促進し、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される体制をユニバーサルサービスとして全国的に維持・拡充することが必要であるとしています。また、地域の実情に応じて、広域連携等の活用、消費生活相談員の確保・技能向上、デジタル技術の活用による消費生活相談業務の効率化・高度化などにより、消費生活相談体制の強化を促進するとともに、高齢者等消費生活上特に配慮を要する消費者への見守り活動の充実、消費者教育の充実等を促進するとしています。



（２）特定商取引に関する法律の一部改正

令和３年(2021 年)６月、消費者庁は消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部改正を行い、令和４年(2022 年)６月から施行になりました。

主な改正点は、次の３つです。

①通信販売の「詐欺的な定期購入商法」の対策として、定期購入でないと誤認させる表示等に対する直罰化や、そのような表示により申し込みをした場合に申込の取り消しを認める制度の創設です。

②送り付け商法対策として、事業者が一方的に商品を送り付けた場合 14 日間保管後処分が可能でしたが、改正後は直ちに処分することが可能となりました。

③消費者利益の擁護増進のための規定の整備として、消費者からのクーリング・オフ通知を、電磁的方法(電子メールの送付等)で行うことが可能になりました。

これらの改正により、消費者の脆弱性につけ込む悪質商法に対する消費者被害の防止・取引の公正を図っています。

（３）消費者契約法の一部改正

令和４年(2022 年)６月、消費者庁は消費者契約法の一部改正を行い、令和５年(2023 年)６月から施行になりました。

主な改正点は、次の３つです。

①取消権の対象拡大として、社会的経験の不足や、不安をあおる告知、恋愛感情につけ込む勧誘(デート商法など)による契約の取消しが明確化・強化されました。

②無効となる契約条項の追加として、消費者の不利益となる条項や、事業者の責任を過度に免除する条項の無効範囲が広がりました。

③解約料等の説明義務・努力義務として、事業者に対し、解約料の算定根拠を説明する努力義務などが課されています。

これらの改正により、消費者と事業者間の格差を少なくし、消費者の利益が守られるようになりました。その一方で、消費者は、消費者契約を締結するに際して、事業者から提供された情報を活用し、消費者契約の内容について理解することが求められています。

4　長野県における消費者行政の動向

（１）第３次長野県消費生活基本計画の推進

長野県（以下、県という。）では長野県生活条例及び消費者教育の推進に関する法律に基づき策定した第三次長野県消費生活基本計画により消費者行政に取り組んでいます。

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）
計画期間：令和５年度～令和９年度

【基本理念】

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

【施策推進の基本方針】（概要）

１　安全・安心な消費環境の整備
≪主な達成目標≫電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害認知件数：90件以下
２　消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
≪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：1,400件
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
≪主な達成目標≫・消費者大学や出前講座等の受講者数：2.2万人
・エシカル消費を理解している人の割合：40.0%

【施策の展開】

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　電話でお金詐欺被害防止対策の推進
４　県消費生活センターの機能強化
５　市町村相談体制への支援強化
６　関係団体等との連携強化
７　消費者教育・啓発の推進
８　エシカル消費の促進

（２）長野県消費生活条例の一部改正

令和７年（2025 年）４月、県は長野県消費生活条例の一部改正を行い、デジタル化への対応、悪質事業者に対する初動体制の迅速化、消費者教育・啓発活動の充実及び効率的な運営を実現するため、長野県消費生活センターを県内４か所から松本市１か所に集約しました。

＜第４章＞第三次推進計画の目指す姿と基本方針

１　目指す姿

社会情勢の変化や消費者を取り巻く環境が変化する中で、持続可能な消費の実現や消費者被害の未然・拡大防止のためには、消費者自身が主体的に取り組むことに加え、エシカル消費や食品ロス削減等、自分の身は自分で守るといった視点から必要となる情報や知識を持つことが大切です。そのためには、市民一人ひとりが消費生活に関する知識を適切な行動に結びつけることができる力の育成・強化を図る必要があります。

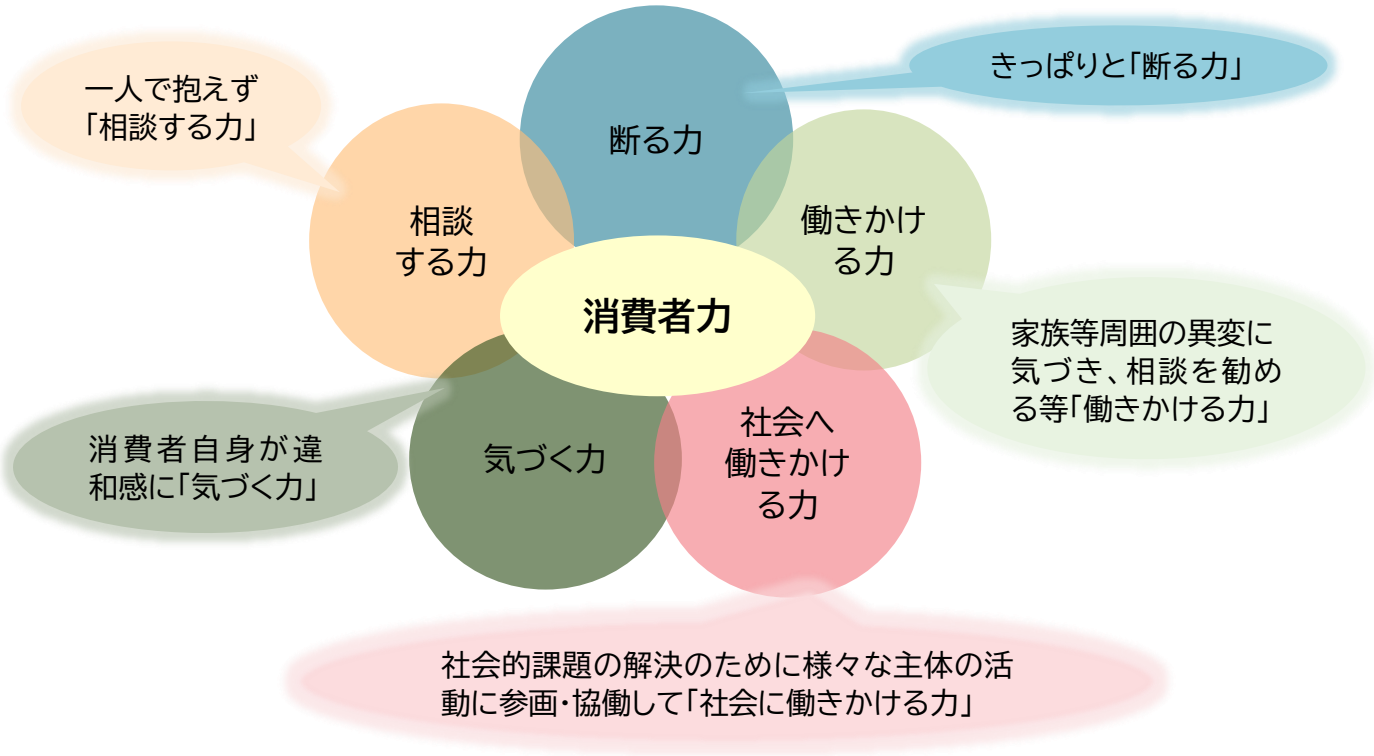
本計画では、庁内の関係各課や庁外の関係機関や民間事業者等と連携・協力し、様々な分野において、「消費者力」を磨けるような啓発活動等に取り組んでいきます。

これらを踏まえ、本計画における目指す姿を次のように定めます。

目指す姿

全ての世代における「消費者力」の実践
～消費者市民社会※の実現に向けて～

「消費者力」は、以下の５つの力を育てることで、育成・強化されると考えます。



※消費者市民社会・・・（消費者教育推進法第２条第２項）
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う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。

2　基本方針と目標（取組の方向性）

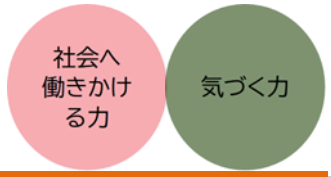
計画の目指す姿の『全ての世代における「消費者力」の実践～消費者市民社会の実現に向けて～』を実現するために、３つの基本方針とそれに基づく目標（取組の方向性）、目標を達成するための手段（１８の施策）を定めます。

基本方針	目標（取組の方向性）
Ⅰ　安全・安心な消費生活の推進 （社会へ働きかける力／気づく力）	○悪質商法や電話でお金詐欺（特殊詐欺）に関する最新情報の的確な収集・把握に向けた、警察や関係機関、民間等との連携強化 ○消費者の身体・生命への被害防止に向けた立入検査の実施と食品をはじめとする商品・サービスの表示に対する監視・指導の徹底 ○地産地消の推進など、個人の消費行動から社会全体を意識した消費への転換促進
Ⅱ　消費者被害の未然防止と相談体制の充実強化 （断る力／働きかける力／気づく力／相談する力）	○電話でお金詐欺（特殊詐欺）をはじめとする消費者被害を受けやすい高齢者等を守るための「長野市消費者被害防止見守りネットワーク」の体制強化 ○判断能力が不十分な方の権利擁護及び消費者被害防止に向けた、成年後見制度の周知・利用支援の推進 ○消費者被害の未然防止・拡大防止に向けた、多様な広報媒体を活用した効果的な啓発・情報提供の推進 ○気軽に相談できる体制の充実と、トラブル解決・被害回復のための迅速かつ適切な消費生活相談及び専門家による市民相談の実施
Ⅲ　消費者力の育成・強化 （断る力／社会へ働きかける力／働きかける力／気づく力）	○体系的・総合的な消費者教育の推進による、市民一人ひとりの自立した消費行動を支える「消費者力」の向上 ○デジタル化の進展に伴う消費者トラブルの未然防止に向けた、デジタル社会に対応した消費行動に関する意識啓発の推進 ○家庭ごみ・食品ロスの削減や環境活動の推進を通じた、社会・環境全体に配慮する持続可能な消費行動への転換促進

目標を達成するための手段（施策の概要）
⑴電話でお金詐欺（特殊詐欺）等の情報共有
⑵食品・製品等の監視・指導
⑶製品事故情報等の収集・提供
⑷地産地消の推進
⑴見守りネットワークの強化
⑵被害防止の啓発
⑶電話でお金詐欺（特殊詐欺）等の被害対策
⑷相談体制の充実
⑸多重債務者の支援
⑹専門家による市民相談の実施
⑴学校における教育の充実
⑵社会教育施設等での教育
⑶デジタル化への対応
⑷食育の推進
⑸家庭ごみの減量・食品ロス削減
⑹環境教育の推進
⑺消費者力の育成
⑻カスタマーハラスメント対策

＜第５章＞基本方針ごとの具体的な事業・目標指標

次に基本方針ごとのと具体的な事業内容を定めます。



１　≪基本方針Ⅰ≫ 安全・安心な消費生活の推進

（１）電話でお金詐欺（特殊詐欺）等の情報共有

具体的事業	事業内容
関係各課・機関との情報共有 【消費生活センター】	悪質商法や電話でお金詐欺（特殊詐欺）による被害防止を図るため、「国民を詐欺から守るための総合対策2.0」に基づき、関係各課・警察・機関団体等と連携し、的確な情報収集や把握に努めます。

（２）食品・製品等の監視・指導

具体的事業	事業内容
製品表示等の立入検査及び家庭用品安全対策 【消費生活センター、保健所食品生活衛生課】	違法商品の流通を防ぐため、家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法及び電気用品安全法に基づく適正な製品表示であるか等について、販売事業者への立入検査を実施します。 また、健康被害の発生を防止するため、市民の購買実態を踏まえ、家庭用品に含まれる有害物質の規制について、事業者への周知徹底を図るとともに、小売店での試買検査を実施します。
食品に関する適正な表示のための相談・助言及び監視・指導 【保健所 健康課、食品生活衛生課】	食品を摂取する際の安全性及び消費者の自主的な食品の選択の機会を確保するため、食品表示法、健康増進法に基づき、食品表示をしようとする食品関連事業者からの相談に応じ、必要に応じて監視・指導を行います。

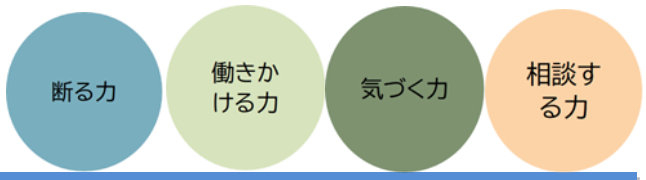
食品営業施設等の監視・指導、講習会の開催及び市民向け食中毒予防の講習会の開催 【保健所 食品生活衛生課】	毎年度策定する「長野市食品衛生監視指導計画」に基づき、施設設備の管理、食品の衛生管理について監視・指導を行い、事業者や市民に向けた講習会を開催します。 また、食品衛生に関するリスクコミュニケーション事業として、食品安全懇話会の開催や食品衛生体験事業等を実施し、市民、事業者または生産者、行政間での情報交換及び情報共有を図り、相互の理解を深めます。
生活衛生関係営業施設等に対する監視・指導 【保健所 食品生活衛生課】	理容・美容店、クリーニング店、ホテル、旅館、公衆浴場及び興行場等の衛生水準の維持・向上と自主管理の徹底を図るため、監視指導及び衛生講習会を実施します。
薬局、医薬品等販売業施設に対する監視・指導、講習会の開催 【保健所 食品生活衛生課】	施設及び無承認医薬品の広告等の監視・指導を実施することにより、医薬品等の品質、有効性及び安全性を確保し、市民への適切な供給を図ります。 また、市民に対し医薬品の適正使用等の意識啓発をするために、薬の正しい使い方等の講習会を実施します。

（３）製品事故情報等の収集・提供

具体的事業	事業内容
商品・サービスの事故情報等の収集・提供 【消費生活センター】	消費者の生命・身体に危害が及ぶおそれのある商品やサービスによる被害を防止するため、リコール製品等の情報収集及び速やかな情報提供を行います。

（４）地産地消の推進

具体的事業	事業内容
地産地消の普及・推進 【農業政策課】	地産地消を推進するために、地元産農産物を一定量使用する店「地産地消協力店」の認定数を増やし、これらの店を周知・宣伝するスタンプラリー事業等を実施します。



２　≪基本方針Ⅱ≫ 消費者被害の未然防止と相談体制の充実強化

（１）見守りネットワークの強化

具体的事業	事業内容
「長野市消費者被害防止見守りネットワーク」を活用した情報共有や啓発 【地域活動支援課、消費生活センター、福祉政策課、生活支援課、高齢者活躍支援課、地域包括ケア推進課、介護保険課、障害福祉課】	消費者被害の未然防止を図るため、消費生活センターから発信する悪質商法の手口や回避方法等を「長野市消費者被害防止見守りネットワーク」構成員である関係課が連携し、各関係団体等に情報共有することで、地域の関心を高め、被害の未然防止につなげます。 また、さらなる被害の拡大を防ぐため、関係課が消費者被害やトラブル予想事例等を把握した際は、消費生活センターへ報告し、事例の情報共有に努めます。 判断能力に不安のある高齢者等の悪質商法や電話でお金詐欺（特殊詐欺）での被害を未然防止するため、長野市成年後見支援センターと連携して成年後見制度の周知により利用を促進します。

見守りネットワーク

※消費者庁見守りネットワークロゴマーク

（２）被害防止の啓発

具体的事業	事業内容
広報媒体による啓発 【消費生活センター、地域活動支援課】	悪質商法や電話でお金詐欺（特殊詐欺）についての消費者被害の未然防止を図るため、各種広報媒体（広報誌、ホームページ、新聞、ラジオ、SNS等）を活用し、最新の手口や対応策等を市民に広く周知します。また、県や警察、防犯協会と協働して街頭啓発に積極的に参加し、幅広い世代へ向け注意を呼びかけます。
民生委員・児童委員、ケアマネジャー、電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害防止アドバイザー等との連携 【地域包括ケア推進課】	消費者被害の未然防止を図るため、日常的な支援の中で、民生委員・児童委員やケアマネジャー、介護保険事業者、県警が委嘱する電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害防止アドバイザー等と連携し、高齢者への周知・啓発活動を行います。

（３）電話でお金詐欺（特殊詐欺）等の被害対策

具体的事業	事業内容
特殊詐欺等の被害対策 【消費生活センター】	特殊詐欺等の被害防止のため、詐欺電話等をブロック、警告表示をする「特殊詐欺アダプタ、特殊詐欺アプリ（警察庁推奨）」について、ホームページ、SNS等を通じ利用促進を図ります。

（４）相談体制の充実

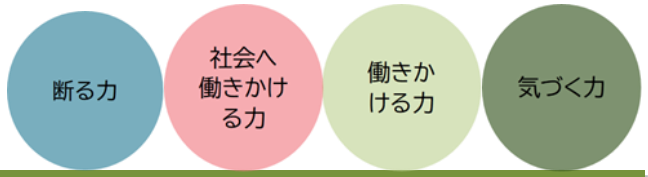
具体的事業	事業内容
国民生活センターや県消費生活センター等との連携及び相談窓口の周知 【消費生活センター】	広域的な見地を必要とする相談や専門性の高い相談に応えるため、県・国民生活センターと相互に連携を図りながら相談者の問題解決に取り組みます。 また、海外事業者とのトラブルについては、「越境消費者センター」に案内し、問題解決につなげます。 市民が迅速かつ適切に相談できる体制を整えるために、消費者ホットライン「188」の広報を積極的に行い、市民の認知度を高めます。さらに、県が行うテレビ会議システムやSNSを活用した消費生活相談対応について周知を図ります。
消費生活相談員の資質向上 【消費生活センター】	消費生活相談員が、今後更に多様化・複雑化すると想定される相談・苦情に対し、的確に助言等を行い、問題を解決できるよう、国民生活センターや県が開催する研修会に参加し、相談対応能力の向上を図ります。
消費生活センター業務の広域連携 【消費生活センター】	連携協定を結ぶ町村（高山村、信濃町、小川村、飯綱町）と連携し、消費者被害の未然・拡大防止を図るため、消費生活相談、無料市民相談を受け付けます。

（５）多重債務者の支援

具体的事業	事業内容
支援プログラムに基づく支援 【消費生活センター、関係各課】	多重債務問題を抱える市民を支援する「長野市多重債務者包括支援プログラム」に基づき、弁護士や司法書士に相談を引継ぐほか、債務整理後においては相談者の生活再建・自立を支援するため庁内関係部局と連携します。

（６）専門家による市民相談の実施

具体的事業	事業内容
専門家による無料の市民相談 【消費生活センター】	消費生活相談以外の専門的な相談事案に対応するため、各分野の専門家による無料の市民相談（法律相談・税務相談・登記相談・公証相談・手続相談）を実施します。



３　≪基本方針Ⅲ≫　消費者力の育成・強化

（１）学校における教育の充実

具体的事業	事業内容
小学校･中学校における教育 【学校教育課、消費生活センター】	「ゲーム課金」や「SNSを利用した広告からの通販」など、身近な消費者問題に対応するために、物や金銭の大切さと計画的な使い方、法やきまりを守ること、節度や節制に心がけること、契約の重要性や自立した消費者行動、自他の権利を尊重するなど、消費者教育に関わる内容を社会科や家庭科、道徳を中心に教科等横断的に指導します。 また、必要に応じて外部講師（必要な専門講師）を活用し、消費者教育を推進します。
高等学校における教育 【学校教育課、消費生活センター】	消費者に関する問題、消費生活の現状と課題や消費者の責任、生涯を見通した生活における経済の管理や計画、自立した消費者としての責任ある行動などを公民科や家庭科、情報科を中心に教科等横断的に指導します。 また、必要に応じて外部講師（必要な専門講師）を活用し、消費者教育を推進します。

（２）社会教育施設等での教育

具体的事業	事業内容
出前講座・生活知識講座等の開催 【地域活動支援課、消費生活センター、高齢者活躍支援課､家庭･地域学びの課】	市民が生涯にわたり安心して消費生活を営むための学ぶ機会を提供するため、出前講座や生活知識講座など、消費生活に関する多様な講座を市立公民館・市交流センターや老人福祉センター等で開催します。 また、消費生活センターにおいては事業所における従業員への消費者教育を推進するため、出前講座を実施し、消費生活に関する知識の向上を図ります。

（３）デジタル化への対応

具体的事業	事業内容
デジタル化に対応した消費者教育の推進と相談体制の充実 【情報システム課、消費生活センター、学校教育課】	デジタル化の進展に伴う消費者トラブルに対応するため、相談体制を充実するとともに、新たなデジタルサービスの仕組みやリスクについて、学校教育や社会教育施設、住民自治協議会等での出前講座、スマホ教室等、あらゆる機会を捉えてデジタル化に対応した消費行動の意識啓発を推進します。

（４）食育の推進

具体的事業	事業内容
食品の安全性、適切な食品の選択等に関する知識の普及・啓発 【保健所 健康課】	ながの健やかプラン21(第二次)〔第四次長野市健康増進・食育推進計画〕に基づき、子どもの頃からの健康づくりと生活習慣病予防の発症･重症化を予防するため、国保特定健診結果等を活用した栄養相談など、食生活に関わる必要な知識の普及・啓発をします。
長野市食生活改善推進協議会との協働による地域の食生活改善 【保健所 健康課】	食生活の改善等のために地域で食育活動に携わる「長野市食生活改善推進協議会」の活動を支援します。

（５）家庭ごみの減量・食品ロス削減

具体的事業	事業内容
家庭ごみ減量の推進・分別徹底の啓発 【生活環境課】	家庭から出る生ごみ減量の推進のため、生ごみ処理機器の購入者に補助金を交付するとともに、段ボール箱を活用した堆肥づくり講座などを開催します。 「家庭用資源物・ごみ収集カレンダー」や「家庭用資源物とごみの出し方保存版」の全戸配布などにより家庭ごみの正しい分別や出し方を啓発します。また、「えこねこ通信」により、家庭ごみの減量推進・分別啓発に関する情報の提供を行います。
食品ロス削減の推進 【消費生活センター、保健所 食品生活衛生課、生活環境課】	食品ロス削減のために、市民、事業者が、賞味期限・消費期限の正しい理解と知識を深め、適切な消費行動を実践できるよう周知を図ります。 また、食品ロス発生の更なる実態把握を行うとともに、適量の購入等の購買活動が行われるための啓発やフードバンク・フードドライブ活動への協力・支援を行います。 さらに、食品ロス削減の周知のため、県や民間等で組織する長野エコ活動推進本部と連携し、「30・10運動」街頭啓発を行います。

（６）環境教育の推進

具体的事業	事業内容
ながの環境パートナーシップ会議のプロジェクト推進 【環境保全温暖化対策課】	長野市の環境ビジョン実現に向けて、市民・事業者・行政の協働による環境活動の推進をながの環境パートナーシップ会議で実施していきます。

（７）消費者力の育成

具体的事業	事業内容
消費者力の育成 【消費生活センター】	市民自ら必要な消費に関する知識や情報を収集し、消費者トラブルに対処できるよう、消費者庁がホームページ等で提供する「消費者力」育成動画教材の周知を図ります。

（８）カスタマーハラスメント対策

具体的事業	事業内容
カスタマーハラスメント対策 【消費生活センター】	消費者が適切な意見の伝え方を身に付けたり、消費者や事業者双方のコミュニケーションが円滑に図られるように、カスタマーハラスメントが生じない消費活動推進のため啓発を行います。

4　目標指標

本計画では、消費者を取り巻く環境の変化を踏まえ、前章で掲げた具体的事業等も考慮し、計画の目指す姿の実現に向けて、今後５年間にわたる達成目標（指標）を５つ設定し、目標達成に向け、消費者施策に取り組みます。

目標１

長野市の電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害認知件数　年間 45 件以内

出典：長野県警察　令和７年　47 件

常に新たな手口で発生している電話でお金詐欺（特殊詐欺）について、最新の傾向を警察等と情報共有し、それらを分析することにより詐欺被害防止の周知につなげ、認知件数の抑制に努めます。

目標２

「製品の表示に係る立入検査」
年間６回　品数 900 点以上　違法表示件数　０件

令和７年度　３回　624 点　違法表示件数　０件

消費者の身体的被害を防止するための家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法、電気用品安全法に基づく販売事業者への立ち入り検査を実施し、違法商品の流通を監視します。ホームセンターや家電量販店等を対象に、商品の表示内容や安全基準への適合状況を確認するとともに、不適切な表示や基準不適合商品が発見された場合は、速やかに改善指導を行い、市場からの排除を促進します。

目標３

「消費生活相談員のあっせん※解決率」　90%

令和７年度　85.5%

※あっせん…消費者と事業者との交渉に相談員が介入して、援助や調整をすること。

近年複雑・多様化する相談のあっせんにおいて、相談員の専門性向上、研修機会の確保等により、現在の高い解決率の維持・向上を目指します。

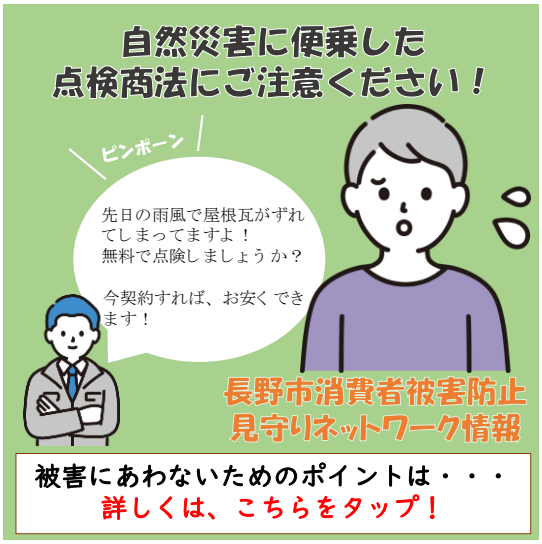
目標４

「啓発情報（LINE、X）の配信登録者数」　10,000 人以上

令和８年度９月 LINE 利用者　7,431 人

情報の伝わりやすいLINE、X配信において、配信登録者数を増やすことで、デジタル世代の若者を含む幅広い世代に向けてタイムリーな啓発情報を配信します。また、配信内容、デザインを工夫し、詳細情報まで閲覧する登録者を増やし、消費者被害の未然防止を図ります。

【配信一例】



目標５

「悪質商法や特殊詐欺防止出前講座・生活知識講座等の開催数」
年 30 回以上　参加者 600 人以上

令和７年度　26 回　541 人

消費者が消費者トラブルから自己防衛するために必要な知識等を得られるよう、住民自治協議会や公民館等の理解を得ながら、出前講座の機会を増やし、主に高齢者を中心に被害防止の啓発を行います。

＜第６章＞計画の推進にあたって

１　市民意見の広聴

本計画の推進にあたって、ホームページ等に寄せられる意見や関係団体等との協働・情報交換、出前講座でのアンケート等を通じ、広く消費者の意見や要望の把握に努めます。

２　施策の進行体制

施策の推進にあたっては、消費生活センターを中心に、施策の取組主体となる庁内関係各課や民間事業者と連携を図りながら、消費者行政の充実に向けて総合的に実施していきます。また、毎年度、各施策の進捗状況を庁内関係各課全体で確認し、取組状況や目標指標の達成状況などについて検証します。この検証プロセスでは、消費生活相談の件数や内容、消費者啓発事業の実施状況、出前講座の開催実績など、具体的な活動実績を基に、施策の有効性を評価します。

さらに、長野市消費生活の安定及び向上に関する条例に基づき、学識経験者や消費者代表、公募委員等で構成された長野市消費生活協議会において、その検証結果について協議を行います。この協議会では、施策の推進状況について、多角的な視点から検討を行います。

協議会における意見や要望は、市民ニーズの反映や施策の改善に向けた重要な指標となるため、これらを次年度以降の施策に反映させていきます。このサイクルを通じて、消費者行政の継続的な改善と充実を図り、市民が安心して消費生活を営める環境づくりを進めていきます。

３　進行管理の公表

各施策の評価や検証結果は、ホームページ等で広く市民に公表します。

第三次長野市消費生活推進計画
令和９(2028)年４月
発行：長野市

編集：長野市消費生活センター
住所：〒380-0835　長野市大字南長野新田町 1485-1
　　長野市もんぜんぷら座４階
TEL：026-224-5777　FAX：026-223-1818
E-mail：shouhi@city.nagano.lg.jp