

R8.1.29 第二回消費生活協議会

## 第二次長野市消費者施策推進計画の総括と 第三次長野市消費者施策推進計画の方向性

地域・市民生活部 市民窓口課

FEEL NAGANO,  
BE NATURAL

この街で、わたしらしく生きる。長野市

|   | 内 容                | スライド番号 |
|---|--------------------|--------|
| 1 | 計画策定の今後の主な進め方      | 3      |
| 2 | 今回協議する範囲の確認        | 4      |
| 3 | 第二次推進計画の総括         | 5~12   |
|   | ・第二次推進計画について       | 5      |
|   | ・第二次推進計画の基本方針の推進状況 | 6      |
|   | ・第二次推進計画の重点目標の状況   | 9      |
|   | ・第二次推進計画のまとめ       | 12     |
| 4 | 消費者を取り巻く社会の状況      | 13~16  |
|   | ・消費者を取り巻く現状と課題     | 13     |
|   | ・国の施策状況            | 15     |
|   | ・長野県の施策状況          | 16     |
| 5 | 第三次推進計画の方向性        | 17~22  |
|   | ・第三次推進計画の策定にあたり    | 17     |
|   | ・第三次推進計画の目指す姿      | 19     |
|   | ・第三次推進計画の基本方針      | 22     |

# 計画策定の今後の主な進め方

3

| 年 月              | 内 容                                       |
|------------------|---|
| 令和7年 10月         | 長野市消費生活協議会で第三次推進計画の策定について諮問（済）            |
| 令和8年 1月          | 長野市消費生活協議会で、第三次推進計画の方向性を協議（本日）            |
| 7月頃              | 長野市消費生活協議会で第三次推進計画の施策目標及び具体的な施策の展開を協議     |
| 10月頃             | 長野市消費生活協議会で第三次推進計画(素案)を協議                 |
| 11月下旬～<br>12月下旬頃 | 市民意見等の募集(パブリックコメント)の実施                    |
| 令和9年 1月頃         | パブリックコメントの結果を計画(案)に反映させ、長野市消費生活協議会に答申を求める |
| 4月1日             | 第三次長野市消費者施策推進計画 施行                        |

# 今回協議する範囲の確認

4

## 第三次長野市消費者施策推進計画の構成案

| <第1章><br>計画の策定にあたって   | <第2章><br>消費者を取り巻く現状と課題   | <第3章><br>施策推進の目標                                  | <第4章><br>基本方針と施策の展開 |
|---|--|---|---------------------|
| 1 第三次推進計画策定の趣旨  | 現状と主な課題  | 1 第三次推進計画の目指す姿                                    | 基本方針                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・国、県の動向<br/>(国)           <ul style="list-style-type: none"> <li>: 消費者安全法 (H21)</li> <li>: 消費者教育推進法 (H24.12月)</li> <li>: 第5期消費者基本計画 (R7~)<br/>(県)</li> <li>: 第3次長野県消費生活基本計画<br/>(R5~)</li> </ul> </li> <li>・消費者教育推進法第10条第2項に基づき、国の基本方針・県の計画を踏まえ、第二次長野市消費者施策推進計画の後期計画として策定するもの</li> </ul> | <p><b>1 現状と主な課題</b></p> <p><b>1 単独世帯の高齢者増加</b></p> <p><b>2 若年者に広がる消費者被害</b></p> <p><b>3 デジタル化・グローバル化の進展</b></p> <p><b>4 安全・安心な消費生活</b></p> | <p><b>1 第三次推進計画の目指す姿</b></p> <p><b>2 基本方針</b></p> |                     |
| <p><b>2 計画の性格と位置づけ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県計画の「基本理念」及び「施策推進の基本方針」を共有し、自ら考え行動する「消費者市民社会」の構築を目指し、施策を展開する。</li> <li>・第六次長野市総合計画の個別計画として、消費者施策を総合的かつ計画的に推進する。</li> </ul>   |  |   |                     |
| <p><b>3 計画の期間</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和9年度から令和13年度の5年間</li> </ul>  |  |   |                     |

## 今回協議する範囲

次回以降に協議します

【第二次推進計画の目指す姿】として

## 自ら考え行動する「消費者市民社会<sup>(※1)</sup>」の構築

を掲げています。

※1 消費者市民社会とは…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条より)

### 基本方針

- 1 市民の安全・安心
- 2 特殊詐欺等の被害防止
- 3 消費者教育の充実
- 4 市民意見の反映
- 5 相談窓口の強化

目指す姿を達成するため、これらの5つの基本方針に基づき、施策の展開と具体的な事業を実施してきました。

以下、基本方針ごとに施策の進捗状況と課題を確認します。

# 第二次推進計画の基本方針の推進状況

6

## 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ています。また、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い、市民の安全・安心な消費生活を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。こ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「消費者被害見守りネットワーク」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。

一方で、その活動は行政機関内に留まるため、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。

# 第二次推進計画の基本方針の推進状況

7

## 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ましたままです。**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、地域の集会等で積極的に情報を発信し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広く公表しています。

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。**行政からの働きかけだけにとどまらず、市民一人ひとりが行動を起こし、生活知識講座や関係機関主催の啓発活動等の場に参加・協働することが必要と考えます。**

## 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・多様化しており、相談員の高度な専門知識と相談対応能力の向上が一層求められています。一方、相談員のなり手不足が深刻化しており、新たな相談員の確保に苦慮しています。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ことで資質向上を図るとともに、本市としては相談員の人材確保を継続して行っていく必要があります。

# 第二次推進計画の重点目標の状況

9

| 重点目標  | 第二次計画<br>の目標値 | 令和4年度                  | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度<br>暫定値 |
|---|---------------|------------------------|-------|-------|--------------|
| 重点目標1<br><br>教育現場への相談員<br>の派遣<br>(長野県消費生活センター実施<br>を含む) | 年間5校以上        | 2校<br>(うち1回は<br>教職員向け) | 1校    | 2校    | 0校           |

| 評価  | 原 因 等   |
|-----|---|
| 未達成 | <ul style="list-style-type: none"><li>・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。</li><li>・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。</li></ul> |

# 第二次推進計画の重点目標の状況

10

| 重点目標  | 第二次計画<br>の目標値             | 令和4年度   | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度<br>暫定値 |
|-------|---------------------------|---------|-------|-------|--------------|
| 重点目標2 | ①特殊詐欺被害認知件数<br>(出典:長野県警察) | 年間20件以下 | 34件   | 65件   | 55件          |
|       | ②通信販売(インターネット等)の被害認知件数    | 年間50件以下 | 14件   | 37件   | 13件          |

| 評価    | 原 因 等  |
|-------|--|
| ① 未達成 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>   |
| ② 達 成 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・目標は達成しているが、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。</li> <li>・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。</li> </ul> |

# 第二次推進計画の重点目標の状況

11

| 重点目標                                  | 第二次計画<br>の目標値 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度<br>暫定値            |
|---------------------------------------|---------------|-------|-------|-------|-------------------------|
| 重点目標3<br><br>出前講座の開催<br>(計画構成各課の実施回数) | 年間30回以上       | 33回   | 46回   | 25回   | 26回<br>(令和7年<br>12月末時点) |

| 評価  | 原因等   |
|-----|---|
| 未達成 | <ul style="list-style-type: none"><li>・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ない。</li><li>・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。</li></ul> |

- ・「1 市民の安全・安心」で総括したとおり、市民の安全・安心な消費生活を確保していく必要がある。
- ・「2 特殊詐欺等の被害防止」で総括したとおり、地域にいきわたる見守りを強化する必要がある。
- ・「3 消費者教育の充実」で総括したとおり、教育啓発資材の活用や出前講座、地域の集会等で積極的に情報を発信していく必要がある。
- ・「4 市民意見の反映」で総括したとおり、市民一人ひとりが消費生活の行動を変容していく必要がある。
- ・「5 相談窓口の強化」で総括したとおり、相談員の資質向上を図るとともに人材確保をしていく必要がある。



- ◎市民への安全・安心な消費生活の推進を着実に行っていく。
- ◎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を図る。
- ◎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を展開していく。

消費者を取り巻く社会の現状と課題について、4つの観点で確認します。

## 1 単独世帯の高齢者増加

高齢化や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つたりと、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、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。

## 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込まれる恐れがあります。また、インターネットを通じて若い世代が、SNSを利用した情報商材<sup>(※2)</sup>や副業等に起因するトラブルに巻き込まれるケースも増加しています。

⇒ 被害の未然・拡大防止には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。

※2 情報商材とは…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に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<sup>(※3)</sup>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、契約相手の特定や連絡、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。

※3 ダークパターンとは…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HPより)

## 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。

国では、消費者基本法に基づき、このような計画を策定し取り組んでいます。

## 第5期消費者基本計画(消費者庁)

計画期間:令和7年度～令和11年度

基本理念 「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」

消費者の権利の尊重に向け

- ・国民の消費生活における基本的な需要が満たされる
- ・健全な生活環境や消費者の安全、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の確保
- ・消費者に対し必要な情報及び教育の機会の提供
- ・消費者の意見を消費者施策に反映
- ・消費者に被害が生じた場合、適切かつ迅速な救済 等

消費者の自立支援に向け

- ・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

第5期消費者基本  
計画のポイント

◎安全・安心で豊かな消費生活の実現を目指すために◎

消費者が信頼できる公正な取引環境の確保



- ・デジタル市場における消費者被害の特定と対策
- ・SNS等のトラブル被害における警察機関等との連携
- ・違法・有害情報等からの消費者利益の擁護 等

消費者力([気づく力][断る力][相談する力][働きかける力][社会へ働きかける力]等)の実践



- ・消費者教育の推進
- ・カスタマーハラスメント対策、食品ロス削減の推進 等

誰一人取り残されることのない社会の構築



- ・地方消費者行政の充実・強化
- ・見守り活動(消費者安全確保地域協議会・アウトリーチ)の推進 等

長野県は、県消費生活条例及び消費者教育の推進に関する法律に基づき、このような計画を策定し取り組んでいます。

## 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

### 基本方針

- 1 安全・安心な消費環境の整備
- 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
- 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

### 施策

- ・ 商品・サービスの安全・安心の確保
- ・ 適正な商取引の確保
- ・ 電話でお金詐欺被害防止対策の推進
- ・ 県消費生活センターの機能強化
- ・ 市町村相談体制への支援強化
- ・ 関係団体等との連携強化
- ・ 消費者教育・啓発の推進
- ・ エシカル消費の促進

## 1 策定の趣旨

長野市では平成29年度に「長野市消費者施策推進計画」及び「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、社会では、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等による通信販売等で消費者トラブルが多発する状況が多く見られています。

また、単独世帯の高齢者等の配慮を要する消費者が増加することで、消費者トラブルの深刻化が懸念されるなど、消費者が安心して生活するために解決すべき課題はなくならない状況です。

このような状況を踏まえ、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。

## 2 位置づけ

第三次推進計画は、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・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策定します。

また、次期(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策定します。

消費者教育の推進に関する法律(国)

長野県消費生活基本計画  
(長野県消費者教育推進計画)

第六次  
長野市総合計画

長野市消費者施策推進計画

## 3 計画期間

令和9年度～令和13年度(5か年)

社会の発展や消費者を取り巻く環境の変化により、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、消費者自身の主体的取組(エシカル消費や食品ロス削減等)や自分の身は自分で守るための情報や知識を知っていることが必要になってきました。

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=「消費者力」の育成・強化を図る必要があります。

関係各課や庁外の組織と協力し、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。

第三次推進計画の「目指す姿」

【第三次推進計画の目指す姿】として

## 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～

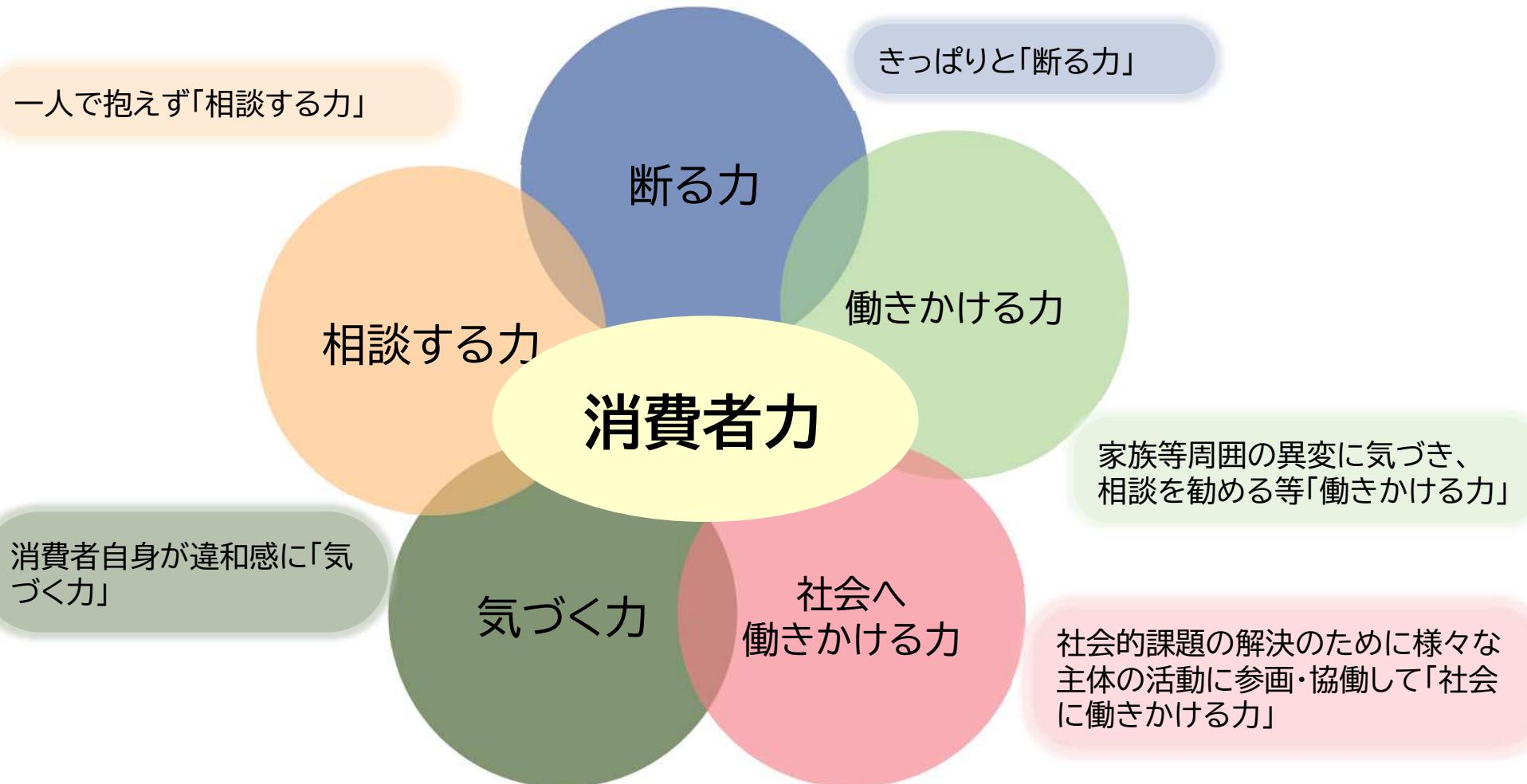
を提案します。

今後、この目指す姿を実現できるような施策を組み立てていきます。

# 第三次推進計画の目指す姿

21

『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。



第三次推進計画の目指す姿にのっとり、3つの基本方針を提案します。

