令和8年11月17日
記者会見資料

FEEL NAGANO,
BE NATURAL

この街で、わたしらしく生きる。長野市

第三次長野市消費者施策推進計画(案)に対する

市民意見等の募集(パブリックコメント)の実施について

地域・市民生活部 市民窓口課
長野市消費生活センター

第三次長野市消費者施策推進計画策定の趣旨と位置付け

◆計画策定の趣旨

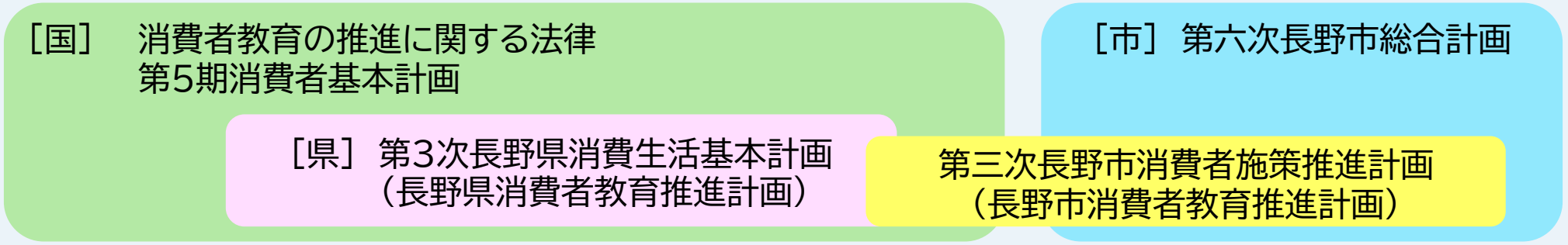
本市では平成29年度に「長野市消費者施策推進計画(兼長野市消費者教育推進計画)(以下、「推進計画」という。)」を、令和4年度には第二次推進計画を策定し、消費者施策を推進してきました。
高齢化の進行、インターネットやAI技術の進展等により消費者を取り巻く環境は急速に変化しており、年齢や経済状況等に関わりなく、全ての世代が消費者被害にあう可能性が高まってきています。
こうした状況を踏まえ、市民の消費生活の安定と向上に向けて、市の消費者施策を総合的に展開するため、第二次推進計画の後継計画として、第三次推進計画を策定します。

◆計画期間　：　令和9年度～令和13年度(5年間)

◆位置付け

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付けを兼ねて策定します。
また、県計画の「基本理念」及び「施策推進の基本方針」を共有し、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。

[位置付けイメージ図]



第二次推進計画の総括①

【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(※1)」の構築

を掲げました。

※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	第二次計画で残った課題
1　市民の安全･安心	市民の安全･安心な消費生活の確保
2　特殊詐欺等の被害防止	地域にいきわたる見守りの強化
3　消費者教育の充実	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　市民意見の反映	市民一人ひとりの消費生活行動の変容
5　相談窓口の強化	相談員の資質向上と人材の確保

第二次推進計画の総括②

第二次計画重点目標の達成状況

第二次推進計画では、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が、すべての目標について未達成となりました。

重点目標	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
特殊詐欺の被害認知件数	20件以下	34件	47件
通信販売の被害認知件数	50件以下	14件	58件
出前講座の開催	30回以上	33回	26回

引き継ぐべき課題と今後の方向性

第二次推進計画の基本方針や重点目標の状況を振り返り、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

消費者を取り巻く現状と課題

現状と主な課題

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ったりと、配慮を要する消費者が増加しています。

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こ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※1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。

※1…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。

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※2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。

※2…ユーザーをだまし、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。

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。

第三次推進計画の目指す姿と基本方針

第二次計画から残った課題、現状と主な課題から、第三次計画の目指す姿、基本方針を下記のとおり定めます。

目指す姿	基本方針
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～	Ⅰ　安全・安心な消費生活の推進
	Ⅱ　消費者被害の未然防止と相談体制の充実強化
	Ⅲ　消費者力の育成・強化

「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。



基本方針に基づく目標と達成するための手段①

3つの基本方針ごとの目標（取組の方向性）と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）	目標を達成するための手段（施策の概要）
Ⅰ 安全・安心な消費生活の推進	○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	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
Ⅱ 消費者被害の未然防止と相談体制の充実強化	○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	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

基本方針に基づく目標と達成するための手段②

基本方針	目標（取組の方向性）	目標を達成するための手段（施策の概要）
Ⅲ　消費者力の育成・強化	○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適切な意思決定を支える「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に対応するため、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の推進 ○家庭ごみや食品ロスの削減、環境活動の推進を通じた、社会全体に配慮する持続可能な消費行動への転換推進	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環境活動の推進
		⑺消費者力の育成
		⑻カスタマーハラスメント対策

第三次計画の目標指標と進行管理

計画の目標指標

第二次計画の達成状況や、消費者を取り巻く環境の変化を踏まえ、第三次計画の目標指標を次の5つとします。

重点目標	目標値（年間）
長野市の電話でお金詐欺（特殊詐欺）被害認知件数	45件以内
製品の表示に係る立入検査の実施回数	実施回数6回／品数900点以上／違法表示件数　0件
消費生活相談員のあっせん※解決率	90%
啓発情報（LINE、X）の配信登録者数	登録者数10,000人以上（R13年度末）
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	30回以上／参加者600人以上

※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。

進行管理

庁内の関係各課や民間事業者と連携して総合的に消費者施策を実施していきます。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、重点的な取組や目標指標の達成状況などについて把握した上で、消費生活協議会に報告し検証を行い、次年度以降の施策の改善に努めます。また、結果をホームページで公表します。

市民意見等の募集と今後のスケジュール

市民意見等の募集（パブリックコメント）

〇募集期間　令和8年11月26日（木）から12月21日（月）まで
〇周知方法　広報ながの12月号、市ホームページ
〇閲覧場所　市ホームページ掲載、行政資料コーナー、支所窓口、消費生活センター
〇提出方法　ながの電子申請、郵送、Eメール、FAX、持参

今後のスケジュール

年　月	会　議　等	内　容
11月17日	記者会見	
11月26日～ 12月21日	パブリックコメントの実施	
令和9年1月下旬	第3回長野市消費生活協議会	パブコメ結果報告、第三次推進計画（答申案）の決定
1月25日	部長会議	パブコメ結果報告、第三次推進計画の決定
2月15日	市議会政策説明会	パブコメ結果及び第三次推進計画の説明
2月17日	記者会見	
4月1日	施行	