

11月24日記者会見まで

非 公 開

令和3年11月2日

部長会議資料

第二次長野市消費者施策推進計画

(案)

～安全・安心な消費生活の確保のために～

〈令和4年度～令和8年度〉



令和4年4月

長 野 市

目 次

〈第1章〉計画の策定にあたって

1	第二次計画策定の趣旨	1
2	計画の性格と位置づけ	2
3	計画の期間	2
4	SDGsの推進	3
	第2次長野県消費生活基本計画	4

〈第2章〉消費者を取り巻く現状と課題

	社会情勢	5
1	デジタル化、グローバル化の現状と課題	7
2	地域の現状と課題	8
3	高齢者の現状と課題	9
4	若年者の現状と課題	10

〈第3章〉施策の展開と具体的事業

1	市民の安全・安心	11
	(1)食品・製品等の監視・指導	11
	(2)事故情報等の収集・提供	12
	(3)地産地消の推進	12
	(4)家庭ごみの減量・食品ロス削減	13
	(5)環境活動の協働	13
2	特殊詐欺等の被害防止	14
	(1)見守りネットワークの強化	14
	(2)被害防止の啓発	14
	(3)成年後見制度の活用	15
	(4)特殊詐欺等の情報共有	15

3	消費者教育の充実	16
(1)	学校における教育の充実	16
(2)	社会教育施設等での教育	16
(3)	食育の推進	17
(4)	環境教育の推進	17
(5)	賢い消費者の育成	17
4	市民意見の反映	18
(1)	市民意見の収集	18
(2)	長野市消費生活協議会の運営	18
(3)	消費者団体等との協働	18
5	相談窓口の強化	19
(1)	相談業務の広域連携	19
(2)	迅速・適切な消費生活相談の実施	19
(3)	相談体制の充実	19
(4)	専門家による市民相談の実施	20
(5)	多重債務者の支援	20

〈第4章〉施策の重点目標と進行管理

1	施策の重点目標	21
2	施策の進行管理	24

〈第1章〉計画の策定にあたって

1 第二次推進計画策定の趣旨

本市では、第一次推進計画として長野市消費者施策推進計画（長野市消費者教育推進計画）に基づき、平成29年度(2017年)～令和3年度(2021年)の5年間、消費生活の安定と向上の実現に向けた各種の消費者施策を推進し、一定の成果を上げてきました。

しかし、新型コロナウイルス感染症防止対応へ向けた「新しい生活様式」の広がりや消費生活のデジタル化が加速するなど、消費者を取り巻く環境の大きな変化により、第一次推進計画で定めた重点目標について、未達成の項目もあります〈表1〉。

このような状況を踏まえ消費者が、主体的に消費者市民社会※の形成に参画し、消費者をめぐる環境の変化や新たな課題等に適切に対応することで、市民の消費生活の安定と向上が図られるよう、第一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です。

〈表1〉第一次推進計画（平成28年度策定）の重点目標の状況

重点目標	平成27年度	令和3年度 目標値	令和元年度	令和2年度
特殊詐欺被害認知件数の半減（出典：長野県警察）	54件	25件	27件	29件
通信販売（インターネット等）の被害半減	99件	50件	59件	59件
高齢者等の見守りネットワークを構築	—	ネットワークを構築	平成30年4月から 運用開始 長野県、中央・南警察署、高齢者福祉関係課、地域包括支援センター ほか	
市くらしの安心サポーター登録	22人	30人	31人	30人
出前講座の年間開催	22回	30回	20回 参集者687人 （学校 1校）	8回 参集者428人 （学校 2校）

※ 消費者市民社会・・・（消費者教育推進法第2条第2項）

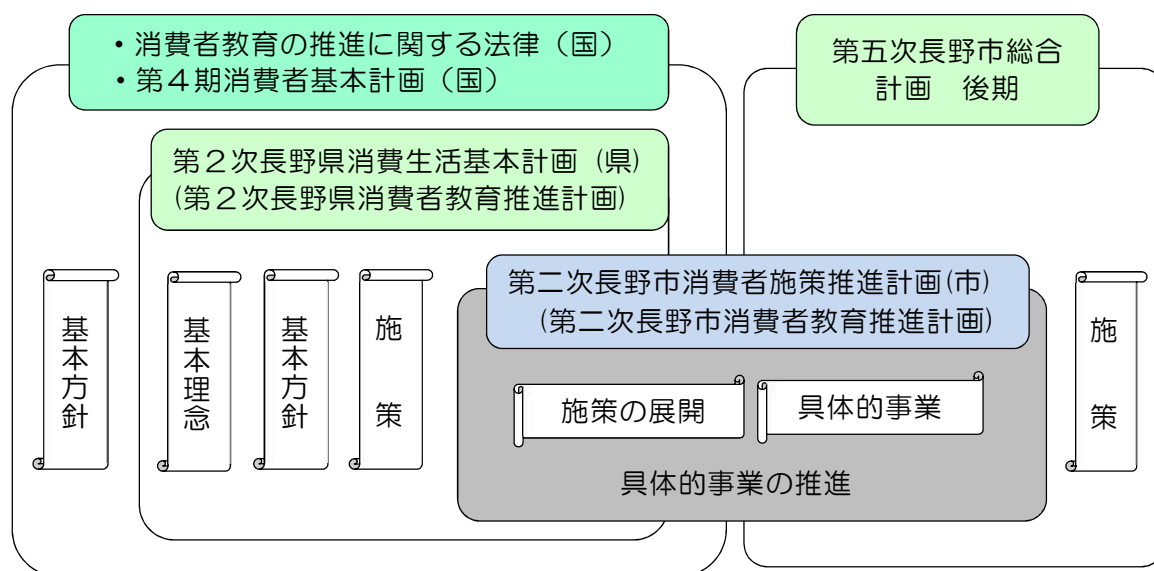
消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼしうるものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会。

2 計画の性格と位置づけ

第2次長野県消費生活基本計画（第2次長野県消費者教育推進計画）の「基本理念」や「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』の実現」を目指した施策を展開します（表2）。

また、第五次長野市総合計画後期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かつ計画的に推進します。

〈表2〉 第二次長野市消費者施策推進計画の位置づけ



3 計画の期間

【令和4年度（2022年度）から令和8年度（2026年度）までの5年間】

第五次長野市総合計画後期計画と同じ期間とします。

なお、消費者を取り巻く環境変化に柔軟に対応するため、常に状況の変化を把握し、社会情勢に大きな変化が生じた場合は、計画期間中であってもこの計画の内容を見直します。

4 SDGsの推進

平成27年（2015年）に国連サミットにおいて、「持続可能な開発目標（SDGs）※」を柱とする「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択され、持続可能な発展を続けていく指針として、SDGsには17の目標が掲げられました。

このうち、12番目の目標「生産と消費（つくる責任、つかう責任）」では、事業者任せでなく、消費者自らが消費行動を工夫・見直し、社会や環境を変えていくという意識を持ち、日常の消費生活における持続可能な生産と消費への理解を深め、次の世代に託すために広がっていくよう努めることとしています。

本計画では、これらを踏まえ、ごみ減量、地産地消、食品ロス削減などを「他人事でなく、我が事とする」環境を含む社会全体に配慮した思いやりのある消費行動（エシカル消費※）を推進していくこととします。



消費生活センターとSDGsの関わり

SDGsの項目	消費生活センターの関わり
4 教育 すべての人々への包摂的かつ公正な質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する	相談対応や啓発を通じて、トラブルのない持続可能な消費生活の理解増進に努める
10 不平等 各国内及び各国間の不平等を是正する	消費者と事業者間の情報量、交渉力の格差を埋め、公正・健全な社会の発展に努める
12 生産と消費 持続可能な生産消費形態を確保する	地産地消に努め、環境に配慮した消費行動のエシカル消費を図る
16 平和 持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進	相談対応や啓発を通じて、トラブルのない平和で公正な社会の実現に努める
17 実施手段 持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する	消費者や学校、住民自治協議会、公民館など、多様な団体と連携を図る

※持続可能な開発目標（SDGs）：平成27年（2015年）9月の国連サミットで採択され、発展途上国、先進国を問わず、経済・社会・環境をめぐる広範囲な課題に統合的に取り組むことにより持続可能な社会の実現を目指すもので、令和12年（2030年）までに達成すべき17の目標が掲げられた。

※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

第2次長野県消費生活基本計画（第2次長野県消費者教育推進計画） における「基本理念」と「施策推進の基本方針」及び「施策の目標」

計画期間：平成30年度～令和4年度

【基本理念】～学びと自治の力で拓く新時代～

全ての県民が消費者としての基本的な権利を確立し、安全・安心な消費生活を営むために、若年者を含めた積極的な「学び」を促進するとともに、県民参加のもと、消費者団体や事業者団体等、地域の多様な主体及び行政が、それぞれの能力を発揮して連携・協働しつつ、その利益の擁護と自立を図る「自治の力」を支援することにより、県民の消費生活の安定と向上を目指すとともに、人・健康・地域・社会・環境に配慮した思いやりのある消費（長野県版エシカル消費）の推進に取り組み、SDGsにおける「持続可能な生産消費形態の確保」に資することを目指します。

【施策推進の基本方針】（概要）

- 1 県民の安全・安心な消費生活の確保
- 2 商品・サービスの適切な選択機会の確保と事業者への指導
- 3 あらゆる人へ消費者教育・啓発等の充実と人材育成
- 4 県民の意見が反映された消費者行政の推進
- 5 相談体制の充実・強化

【重点目標】

重点目標 1

「自治の力」を高めるため、消費者大学や出前講座等の「学び」の場を提供し、年間受講者2万人を目指します。

重点目標 2

持続可能な社会づくりや地域の活性化を推進するため、「長野県版エシカル消費」の認知度100%を目指します。

重点目標 3

特殊詐欺被害認知件数90件以下を目指します。

重点目標 4

高齢者等を消費者被害から守るため、全ての市町村に、高齢者等見守りネットワークを構築します。

重点目標 5

身近な相談窓口を充実させるため、市町村消費生活センターの人口カバー率100%を目指します。

〈第2章〉消費者を取り巻く現状と課題

社会情勢

私たちを取り巻く経済社会情勢は刻々と変化しています。

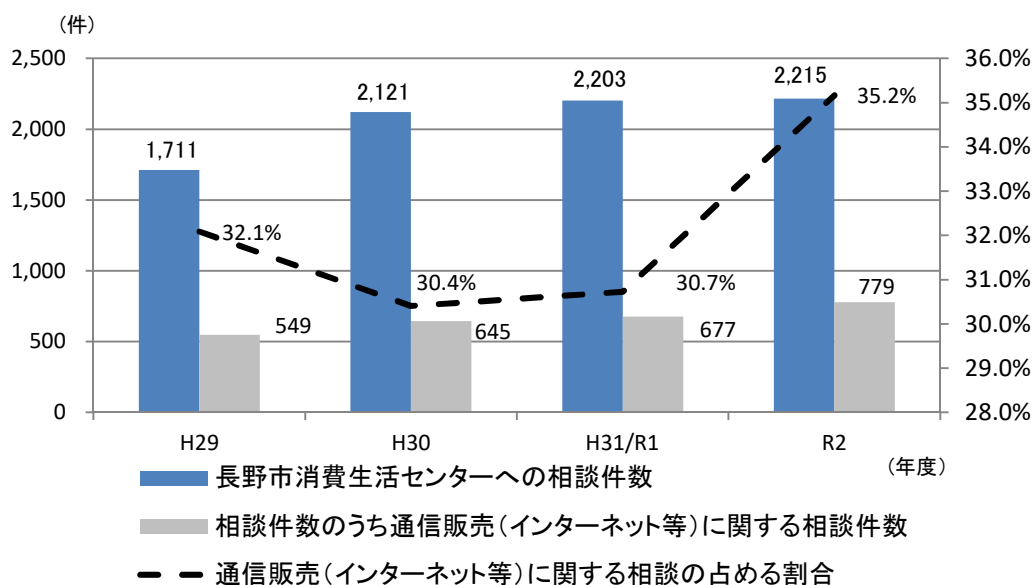
高度情報通信化（デジタル化）などの技術革新や高速通信網の進展により、非接触によるキャッシュレス化への環境整備と行政手続きのデジタル化が急速に進むとともに、新型コロナウイルス感染症の影響で従来とは異なる「新しい生活様式」の広がりにより消費行動も大きく変化しています。

インターネット取引の普及により様々な商品やサービスが提供されるなど、消費者の利便性が高まる一方で、少子高齢化、人間関係の希薄化、多様化・複雑化が進む中、悪質商法や特殊詐欺などもより巧妙化し、新たな消費者被害も形を変えて多発しています〔図1〕。

なお、未だに、消費者教育の必要性が十分に理解されていなかったり、「だまされるものが悪い」「自分だけは騙されない」と考える消費者も少なくなく、消費トラブルが思うように減少しない状況があります。



〔図1〕 当センターへの相談件数と通信販売*の相談件数の推移 <PIOネット抽出※>



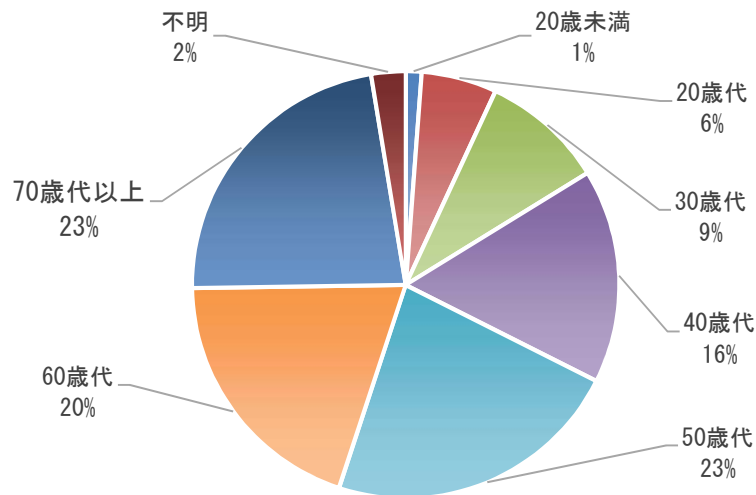
※通信販売：店舗を構えずメディアを通して商品を購入（インターネットやテレビなどの広告）

※PIOネット：相談情報を全国的に集約する消費生活情報ネットワークシステム

◇相談年代別

当センターへの相談者を年代別にみると、50歳以上が全体の66%を占めています[図2]。

[図2] 令和2年度 相談年齢層別の割合



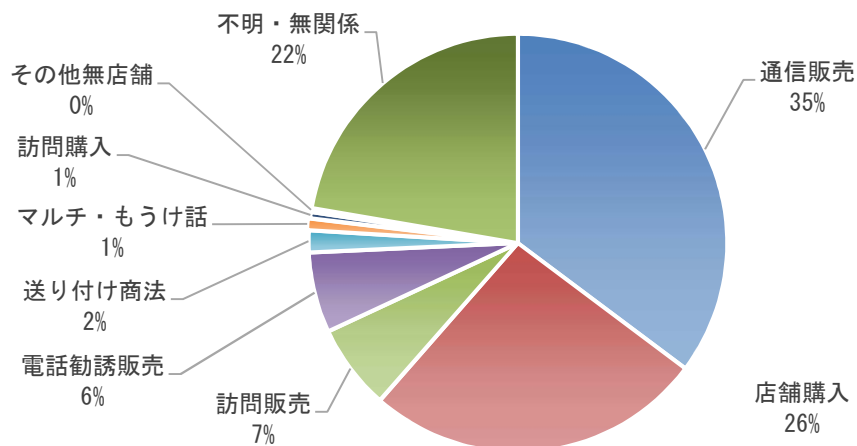
◇販売購入形態

販売購入形態をみると、店舗に出向かず簡単に購入できる通信販売の相談が最も多く35%を占めています[図3]。

ネット通販による商品未着・連絡不能や、信用力を利用して偽サイトに誘導するなどの消費トラブルの増加が原因として考えられます。消費の場が、通販販売にシフトする中で商品の現物確認による店舗購入の割合は、ここ数年25%前後で推移しています。



[図3] 令和2年度 販売購入形態別の割合



現状と主な課題

1 デジタル化、グローバル化の現状と課題

(1) デジタル化の現状と課題

幅広い年齢層でインターネットが日常生活に浸透し、令和元年通信利用動向調査※（総務省令和2年5月公表）によると、インターネット利用者の割合は全体の89.8%と9割に迫っています。

スマートフォンなどの普及やコロナ禍による外出・移動制約を受ける中で、ネット通販等のデジタル取引が幅広い世代に広がり、「誰もが、どこでも、いつでも、手軽にアクセス」して、商品やサービスを購入できるようになりました。

反面、デジタル化の進展に伴う情報の氾濫によって、景品表示法等※ に違反する内容の広告等も少なくなく、ワンクリック購入トラブルの相談が多く寄せられています。

消費者には、日頃から何が正しい情報かを見極め、自ら適正に判断し行動する力の育成が求められています。

また、支払い手段が現金からキャッシュレスに変わることにより金銭感覚が鈍くなり、多重債務に陥るリスクが高まります。消費者は、金融トラブルにあわないための知識や、判断力を持って生活する力を向上させなければなりません。



消費者のデジタル化への向き合い方



「考えない」「自分で決めない」方向に誘導される消費者。
「考える」「自分で決める」力を育む教育を。

出典：坂本有芳(2021)「デジタル化により消費者が受ける影響」日立センター・レポート149号（日立グループホールディングス株式会社）,pp.12-14.

※ 通信利用動向調査：世帯・企業を対象に、統計法（平成19年法律第53号）に基づく一般統計調査

※ 景品表示法（不当景品類及び不当表示防止法）：消費者の利益保護と不健全な競争防止（虚偽や誇大な広告表示を排除）

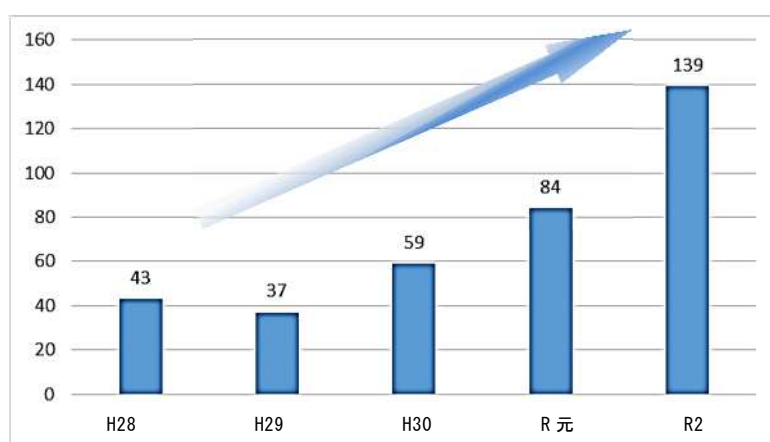
(2) グローバル化の現状と課題

身近な消費生活においてもグローバル化が進み、インターネット等を通じて直接海外の商品を購入できるようになりました。

当センターの「外国」関連の消費生活相談件数は、ここ数年急増しています〔図4〕。

海外との取引や国内の外国人による消費者トラブルも年々複雑化・多様化しているため、消費者生活相談の解決に際しては、国民生活センター越境消費者センター(CCJ)[※]や15の言葉で生活相談を行う長野県多文化共生相談センターとの連携を強化する必要があります。

〔図4〕 当センターの「外国」関連の消費生活相談件数



2 地域の現状と課題

昨今、人間関係の希薄化や、地域コミュニティの衰退により共助が薄れています。加えて一人暮らしの世帯の増加に伴い、トラブルを誰にも相談できずに孤独・孤立化している人や、被害を受けたことに気づいていないケースも日常的になりつつあります。



本市では、住民自治協議会などとの協働により消費者トラブル防止の研修会等（出前講座）を通じて、自ら考え行動する「消費者市民社会」の実現を目指し、年齢・世代を問わず消費生活に関する啓発・教育を展開してきました。

悪質商法の手口は、日々巧妙化しているため、個人の注意だけに頼るのは限界があることから、共に相談できる環境づくりとともに、地域を巻き込む中で「誰もが被害にあう」との危機意識の醸成や消費者力向上に向けた教育機会の確保に一層取り組む必要があります。

※ 国民生活センター越境消費者センター（CCJ）：平成27年（2015年）から海外事業者との取引トラブルにあった消費者のための解決支援を行っている。

3 高齢者の現状と課題

高齢者は、「経済（お金）」、「健康」、「孤独」の3つの大きな不安を抱いていると言われています。また、自宅に居ることが多いため、悪質業者は言葉巧みに不安をあおり、電話勧誘販売や訪問販売により高齢者の財産を狙っています。

高齢者の単身世帯や夫婦のみの世帯が、地域の半数以上を占めるまでになる中、地域コミュニティの衰退も影響し、こうした世帯に周囲の目が届きにくくなっています。

消費者トラブルがあった時に一人で悩まず、安心してできる相談先として、消費生活センターや消費者ホットライン188※の認知度を向上させ、理解と関心を高めてもらう必要があります。

年代別の商品・役務別相談件数をみると、高齢者も他の年代と同様に、通信販売に関する相談が多く寄せられています〈表3〉。

本市では「長野市消費者被害防止見守りネットワーク」を平成30年4月から運用開始し、日常、高齢者等と接する機会が多い民生委員・児童委員やケアマネジャーなどと情報共有・連携することで地域の関心を高め、協働による被害の未然防止に努めています〈表4〉。

しかし、被害にあう高齢者数の増加傾向に歯止めがかからないことから、引き続き住民自治協議会や公民館などの地域団体との協働により、被害の未然防止活動を強化していく必要があります。



〈表3〉 令和2年度 年代別、商品・役務別相談件数 (上位3位) (件数) (PIO ネット抽出)

年代 (総件数) 順位	20歳未満 (27)	20歳代 (127)	30歳代 (207)	40歳代 (359)	50歳代 (500)	60歳代 (436)	70歳代 (501)
1位	通信販売 17	通信販売 55	通信販売 89	通信販売 149	通信販売 203	通信販売 140	店舗購入 140
2位	店舗購入 7	店舗購入 35	店舗購入 71	店舗購入 74	店舗購入 126	店舗購入 117	通信販売 114
3位	訪問販売 1	訪問販売 7	電話勧誘販売 8	訪問販売 23	訪問販売 27	訪問販売 33	訪問販売 47

〈表4〉 民生委員・児童委員やケアマネジャーなどが関わった消費生活相談件数

年度	H30	R元	R2
相談件数	19件	20件	9件

※消費者ホットライン188： 困った、知りたい時の相談や問合せ機関

4 若年者の現状と課題

近年、若年者を中心にソーシャル・ネットワーク・サービス（以下「SNS※」という）を情報収集ツールとしての利用が急増しています。

SNSは、コミュニケーションツールとして気軽・便利、リアルタイムに使用できる反面、悪質商法の勧誘等にも用いられやすく、スマホを使用する際のトラブル相談件数も増加傾向にあります。

当センターに寄せられた未成年者の相談件数を年度別にみると、相談件数全体に占める割合は少ないものの、この4年の間に4.5倍に増加しています（表5）。

令和2年度消費者白書によると、15歳から19歳の消費生活相談内容は、男女共に「化粧品、脱毛剤、健康食品（サプリ）」など、美容に関連する相談が上位を占めています。



〈表5〉 年度別未成年者の相談件数

（PIO ネット抽出）

年度	H29	H30	R1	R2	H29とR2の比較
相談件数	6	7	17	27	4.5倍

このような状況を受け、教育現場では、平成29年(2017年)3月に全面改訂された新学習指導要領に、情報教育の推進とSDGsが幅広く採用され、小学校や中学校において、社会で起きていることを踏まえて学ぶ「社会とつながった学習」が進められています。

また、当センター相談員も外部講師となって学校に出向き、リアルな相談事例を示し、教科書の内容を現実の生活と結び付けて実感できるよう努めています。

なお、令和4年(2022年)4月から成年年齢が18歳に引下げられ、18歳であれば1人で契約を締結できるようになる一方、未成年者取消権※を行使できなくなることから、高校2年生までに消費者契約をはじめとする消費者教育の生活トラブル事例の周知とその回避方法を身に付けることが重要となっています。

今後、若年者等の消費者被害の回避や適正な対応を習得するためにも、消費生活センターや専門家が連携・協働し、若者に当事者意識を持たせ「使える知識や行動できる力」を高める消費者教育推進の体制づくりが、喫緊の課題となっています。



※ SNS： デジタル社会でインターネットを介した人間関係構築・コミュニケーションツール

※ 未成年者取消権： 未成年者が法定代理人（親権者等）の同意を得ないで行った契約は、原則、取消することができる制度

〈第3章〉施策の展開と具体的事業

1 市民の安全・安心

市民が、安全で安心な消費生活を営むことができるよう、食品等の表示の監視・指導や地産地消を推進するとともに、将来に向けた持続可能な社会（SDGs）を形成するため、自分だけの消費行動から社会全体を考えた消費の取組への転換を推進します。また、消費者の身体的被害を防止するため、消費生活における安全を確保するための総合的な取組を推進します。

(1) 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 【消費生活センター】	消費者が日常生活において購入・使用する商品が、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、違法な商品の流通を防ぎます。
◆新:食品の期限表示の正しい理解の周知 【消費生活センター、保健所 食品生活衛生課、生活環境課】	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。
食品表示法に基づく適正な表示に関する相談、監視指導 【保健所 健康課、食品生活衛生課】	食品の選択や栄養成分の過不足の目安となる栄養成分表示及び食品の安全確保に関する表示についての相談、食品表示法に基づく適正な表示が行われるよう監視・指導を行います。
健康増進法に基づく適正な表示に関する指導・助言 【保健所 健康課】	健康増進法に基づき、健康状態の改善・維持の効果等の観点から、食品表示内容に関する事業者の相談に応じるとともに、必要な指導・助言を行います。
食品営業施設等の監視・講習会の開催 【保健所 食品生活衛生課】	毎年度、「長野市食品衛生監視指導計画」で計画件数を策定し、施設設備の管理、食品の衛生管理について監視・講習会を開催します。

食品衛生に関するリスクコミュニケーション事業の開催 【保健所 食品生活衛生課】	市民、事業者又は生産者、行政の間で情報交換を行う食品安全懇話会の設置や食品衛生体験事業等を実施し、市民、事業者等と行政の間での情報共有を図り、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に対する監視指導及び衛生講習会を実施し、衛生水準の維持・向上と自主管理の徹底を図ります。
薬局、医薬品等販売業施設に対する指導 【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。
家庭用品安全対策 【保健所 食品生活衛生課】	健康被害の発生を防止するため、家庭用品に含まれる有害物質の規制が行われており、これらの規制について、事業者への周知徹底を図るとともに、市民の購買実態を踏まえ、小売店での試買検査を実施します。

(2) 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ついての情報及びリコール製品等の情報収集を行い、消費者被害を防止するため速やかな情報提供を行います。

(3) 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】	地元産農産物を一定量使用する店を「地産地消協力店」に認定し、これらの店を周知・宣伝するパンフレットを作成し、地産地消を推進します。
料理講習会への補助 【農業政策課】	食文化伝承団体等が実施する地元産農産物を使用した料理講習会に対して、補助金を交付します。

(4) 家庭ごみの減量・食品ロス削減

具体的事業	事業内容
生ごみ減量の推進 【生活環境課】	家庭から出る可燃ごみの内、生ごみを減量するため、生ごみ処理機器の購入者に補助金を交付します。 また、生ごみの自家処理を促進するため、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。
家庭ごみの減量・分別徹底の啓発 【生活環境課】	「えこねこ通信」の全戸配布やイベント等でのチラシ配布を行い、家庭ごみの減量・分別の徹底を呼びかけます。
食品ロス削減の推進 【生活環境課】	食品ロス発生の更なる実態把握を行うとともに、賞味期限・消費期限に関する正しい理解のもと、適量の購入等の購買活動が行われるよう啓発します。 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。 県及び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。

(5) 環境活動の協働

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。



2 特殊詐欺等の被害防止

特殊詐欺や悪質商法の被害の未然・拡大防止のため、消費者教育（出前講座）のほか広報誌や新聞、ラジオ放送等、様々な広報媒体を活用して効果的な啓発・情報提供を実施します。特に被害にあいやすい高齢者等を守るため、関係各機関と連携し「見守りネットワーク」の強化を図ります。

(1)見守りネットワークの強化

<重点目標 2>

具体的事業	事業内容
高齢者等の見守りネットワークを活用した被害防止 【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、地域活動支援課】 (平成30年4月から、運用開始)	判断能力に不安のある高齢者や障害者が、特殊詐欺や悪質商法などの被害にあわないために、関係各機関が連携して、地域の関心を高め、被害の未然防止につなげます。 見守りネットワークを活用し、悪質商法の手口や回避方法など情報発信を行います。

(2)被害防止の啓発

<重点目標 3>

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】	各種広報媒体（広報誌、ホームページ、新聞、ラジオ、有線等）を活用し、特殊詐欺や悪質商法の最新の手口や対応策等を市民に広く周知し、被害の防止につなげます。また、県や警察と協働して街頭啓発に積極的に参加し、注意を呼びかけます。
出前講座による啓発 【高齢者活躍支援課、家庭・地域学びの課、地域活動支援課、消費生活センター】	老人福祉センター、老人憩の家等の高齢者向け施設や市立公民館・市交流センターで行う出前講座や市の各種講習会などにおいて、特殊詐欺や悪質商法の被害防止の啓発を行います。

<p>民生委員・児童委員、ケアマネジャー、特殊詐欺被害防止アドバイザー等との連携</p> <p>【地域包括ケア推進課】</p>	<p>日常的な支援の中で、民生委員・児童委員、ケアマネジャー、介護保険事業者、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、消費者被害の未然防止を図ります。</p> <p>◆新：警察からの特殊詐欺被害の情報提供や未然防止について、特殊詐欺被害防止アドバイザーが地域包括支援センターに周知を図ります。</p>
---	--

(3) 成年後見制度の活用

具体的事業	事業内容
<p>成年後見制度の啓発</p> <p>【地域包括ケア推進課、障害福祉課】</p>	<p>リーフレット、広報ながのなどを活用し、成年後見制度の趣旨について引き続き啓発に努めるとともに、成年後見制度利用に関する総合的な相談窓口である成年後見支援センターの周知を図ります。</p>
<p>支援体制</p> <p>【地域包括ケア推進課、障害福祉課】</p>	<p>成年後見制度利用者の増加による専門職後見人の不足、経済的困窮者への支援などの多様なニーズに対応するため、市民後見人の育成、受任支援及び法人後見による支援体制を整備します。</p>
<p>地域連携ネットワーク（協議会）との連携</p> <p>【地域包括ケア推進課、障害福祉課】</p>	<p>長野地域成年後見支援ネットワーク協議会及び、ネットワークの中核機関である成年後見支援センターと連携して成年後見制度の利用を促進し、判断能力が不十分な市民の権利擁護を図ります。</p>
<p>成年後見制度利用支援事業</p> <p>【障害福祉課】</p>	<p>成年後見制度の利用が有効と認められる知的障害者・精神障害者に対して、成年後見制度の利用を促進し、成年後見申立に要する経費（登記手数料、鑑定費用等）などの全部または一部を助成します。</p>

(4) 特殊詐欺等の情報共有

<重点目標 2>

具体的事業	事業内容
<p>関係各課・機関での情報共有</p> <p>【消費生活センター、関係各課・機関】</p>	<p>消費者被害を防止するため、特殊詐欺や悪質商法の最新情報を、関係各課・機関で共有できるよう速やかな情報発信に努めます。</p>

3 消費者教育の充実

情報の提供とあらゆる教育の機会の提供に努め、市民が、「自ら考え自ら行動する」自立した消費者となるよう、消費者教育を体系的・総合的に推進します。

(1) 学校における教育の充実

<重点目標 1>

具体的事業	事業内容
小学校・中学校に共通する指導 【学校教育課、消費生活センター】	学習指導要領に基づき消費者教育を実施します。 また、外部講師として消費生活センターや少年育成センターなどの実務経験者の活用を呼びかけるなど、関係機関と連携した消費者教育を推進します。
小学校における教育 【学校教育課】	販売の仕事が消費者の多様な願いを踏まえていること、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や節度を守り節制に心がけることなど、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。
中学校における教育 【学校教育課】	契約の重要性や消費者の保護と意義、自立した消費者としての責任ある消費行動、自他の権利を大切にすることなど、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。
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

<重点目標 2、3>

具体的事業	事業内容
出前講座・生活知識講座等の開催 【消費生活センター、家庭・地域学びの課】	生涯学習センターでの生活知識講座や市立公民館・市交流センター、福祉施設等での出前講座（成年年齢引下げ、SDGsの推進）など、消費生活に関する多様な講座を開催し、市民が生涯にわたり学んでいく機会を提供します。 また、事業所における従業員への消費者教育を推進するため、出前講座の情報提供を行うとともに講座を実施し、消費生活に関する知識の向上を図ります。

食品衛生に関する講習会の開催 【保健所 食品生活衛生課】	市民に対し、出前講座での食中毒予防のための講習会及び事業者等に対し、食品衛生講習会を開催し、食品の安全確保を図ります。
医薬品適正使用のための講習会の開催 【保健所 食品生活衛生課】	市民に対し、出前講座での薬の正しい使い方等の講習会を通じて、医薬品の適正使用等の意識啓発をします。

(3)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（第三次長野市健康増進・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。

(4)環境教育の推進

具体的事業	事業内容
子どもの環境学習支援 【環境保全温暖化対策課】	ながの環境パートナーシップ会議のプロジェクトとして、「ユース」である中高生以上が、国際ユース環境会議の開催等により、自主的に連携する環境活動を支援します。

(5)賢い消費者の育成

具体的事業	事業内容
啓発リーダーの育成 【消費生活センター】	地域における啓発リーダーとなる「長野市くらしの安心サポーター」を育成するための研修会を開催し、地域での啓発力を高めていくとともに、市民自ら必要な知識や情報を収集し、問題に対処できる自立した消費者の育成を目指します。

4 市民意見の反映

市の施策に消費者の意見を反映させるための機会の提供に努めるとともに、長野市消費生活協議会の運営、消費者団体等との協働・情報交換及び講座の開催等を通じ、広く市民の意見や要望の把握に努め、消費者施策への適切な反映を図ります。

(1)市民意見の収集

具体的事業	事業内容
アンケート等の実施 【消費生活センター】	消費生活センターが開催する講座の参加者やくらしの安心サポーターにアンケートを実施し、結果を事業に反映していきます。また、ホームページなどに寄せられる意見・要望等を参考に施策を推進します。

(2)長野市消費生活協議会の運営

具体的事業	事業内容
長野市消費生活協議会 【消費生活センター】	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、公募委員等で構成する長野市消費生活協議会を設置し、市が実施する消費者施策について報告、協議等を行い、協議会での意見、要望を施策に反映していきます。また、協議会での協議内容はホームページ等で公表し、広く市民に周知します。

(3)消費者団体等との協働

具体的事業	事業内容
関係団体等との協働・意見交換 【消費生活センター】	関係団体等が行う啓発活動を支援するとともに、意見交換会に積極的に参加し、寄せられた意見や要望等を施策へ反映していきます。

5 相談窓口の強化

市民が気軽に相談できる相談体制の充実と相談業務の広域連携を図り、消費者被害の未然・拡大防止に努めるとともに、消費者トラブルや被害の回復に向け、迅速かつ適切な消費生活相談を行います。また、弁護士や税理士等、各分野の専門家が相談に応じる無料の市民相談を実施します。

(1) 相談業務の広域連携

具体的事業	事業内容
消費生活センター業務の 広域連携 【消費生活センター】 (平成30年1月から開始)	県の計画の重点目標である「市町村消費生活センターの人口カバー率100%」について、本市では、平成30年1月から近隣町村からの消費生活相談、無料市民相談を受付け、解決の糸口を見出す適切な助言をしています。

(2) 迅速・適切な消費生活相談の実施

具体的事業	事業内容
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積極的に参加し、相談対応能力の向上を図ります。

(3) 相談体制の充実

<重点目標 2>

具体的事業	事業内容
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】	市のセンターで対応が困難な広域的な見地を必要とする相談や専門性の高い相談は、県のセンターに助言を仰いだり・相談を引継ぐなど、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。 海外の事業者とのトラブルについては、国境を越えた健全な取引を促す「国民生活センター越境消費者センター」に案内し、問題解決につなげます。

	<p>消費者契約の違法性について解釈が難しい案件については、国民生活センターに意見を求め、消費者に適切な助言を実施します。</p> <p>また、身近な相談窓口として消費生活センターの広報を積極的に行い、消費者ホットライン「188」と合わせて市民の認知度を高めます。</p> <p>◆新：訪日・在日外国人が消費者トラブルに遭った場合に、多言語による相談を長野県多文化共生相談センターと連携し、通訳を介して適切な助言をします。</p> <p>◆新：デジタル技術（ICT）を活用した消費生活相談対応について、国の普及計画に基づき検討します。</p>
--	---

(4) 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。

(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】	多重債務に関する相談は、「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とともに、庁内関係部局の連携により、債務整理後における相談者の生活再建・自立を支援します。



〈第4章〉施策の重点目標と進行管理

1 施策の重点目標

どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者のより豊かで安全・安心な生活を確保できるよう、第二次長野市消費者施策推進計画では、デジタル化による通信販売の増加や成年年齢の引下げ（令和4年4月1日施行）など、消費者を取り巻く環境が大きく変化していることを踏まえ、第3章に掲げた具体的事業も考慮し、重点的に推進する3つの施策の目標値を定めて、本計画の趣旨達成に向けた消費者教育・啓発に取り組みます。

重点目標

- 1 成年年齢の引下げによる消費者教育の推進を図る。
- 2 消費者被害の未然・拡大防止を図る。
- 3 関係機関と連携した消費者教育の推進を図る。



重点目標 1

成年年齢の引下げによる消費者教育の推進を図る。

「教育現場への相談員の派遣 年間5校以上」

[外部講師として支援授業：令和2年度 4校]

成年年齢引き下げによる若年者の消費者被害が増加しないよう、消費生活センターでは教育現場に実践的な消費者教育の充実を図る外部講師として相談員を派遣し、児童・生徒の理解を深めるために教科書以上のことを扱って教えると共に、教員の指導力の向上につながるよう支援を継続します。

(目標値には、北信消費生活センターの派遣分も含む。)

- [関連]地方消費者行政強化作戦 2020※ 政策3 消費者教育の推進等

重点目標 2

消費者被害の未然・拡大防止を図る。

「特殊詐欺の被害認知件数 年間20件以下」

「通信販売の被害認知件数 年間50件以下」

[県警出典：特殊詐欺被害認知件数 令和2年度 29件]

[通信販売の被害認知件数(市センター)令和2年度 59件]

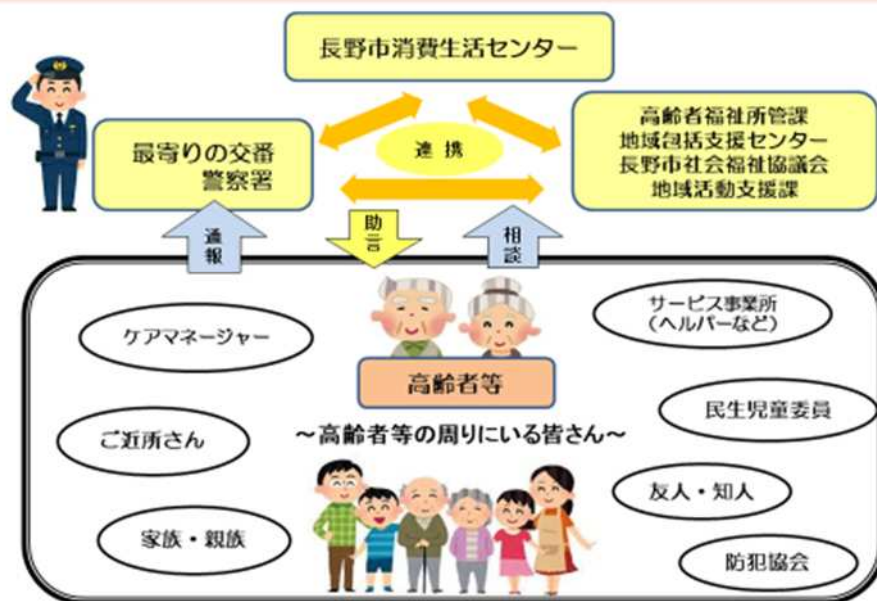
高齢者等の社会的弱者を狙った悪質商法や特殊詐欺による被害が出ないように、「見守りネットワーク」の活用や啓発活動を強化します。また、通信販売に関する被害件数がこれ以上増加しないよう、被害防止の周知・啓発の強化に取り組んでいきます。

加えて、不安や迷いが発生したら、すぐに相談できる消費生活センターを「消費者ホットライン188」と合わせて認知度を高めるよう周知啓発に努め、被害件数の減少に努めます。

- [関連]消費者行政強化作戦2020 政策4-3 見守り活動を通じた被害の未然・拡大防止
- [関連]第2次長野県消費生活基本計画 重点目標3・4

※ 地方消費者行政強化作戦2020： 計画期間は令和2年度から令和6年度

地域の見守り（ネットワーク）



重点目標 3

関係機関と連携した消費者教育の推進を図る。

「出前講座の開催 年間30回以上」

[平成28年度から令和2年度までの年平均回数 約20回]

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の理解を得ながら、出前講座の機会を増やし、「自ら学び行動する消費者」として自立した消費者育成（未然防止する適正な判断力・交渉力・知識を養う）の促進を図ります。

- [関連]地方消費者行政強化作戦 2020 政策3 消費者教育の推進等
- [関連]第2次長野県消費生活基本計画 重点目標1



[消費者市民社会に向けたイメージ図]

消費生活センター

地域の消費生活関連の**情報発信、消費者教育推進**の拠点

消費者

ステップ1 [重点目標 1、2、3]

消費者教育を学び、消費者被害の未然・拡大防止に**地域の意識醸成・消費者力の向上**に取り組む。

ステップ2

<気づき> 消費者としての知識に基づく日常生活の中で**適切な判断**ができる。

<自立・見守り> 学んだことを自らの生活に生かし、身近な場で**他人に伝える**。

社会

「消費者市民社会」の構築



2 施策の進行管理

本計画の施策については、年度ごとに推進状況を確認し、効果的な施策推進に取り組み適切な進行管理を行います。

また、計画の推進状況は学識経験者や消費者代表、公募委員等で構成する長野市消費生活協議会に報告するとともに、ホームページ等で公表します。

悪質商法による被害や、
事業者との契約トラブル等に関する相談は

消費者ホットライン

い や や
188 (局番なし)



長野市消費生活センター

〒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