

第4次 大分県消費者基本計画

～おおいた消費者ホッとプラン2020～

はじめに

安全・安心で、

消費者が主役となる豊かな社会の実現をめざして



本県では、平成18年3月に大分県消費者基本計画を策定して以来、計画に基づき、消費生活相談体制の強化やライフステージに応じた消費者教育の充実など、県民の消費生活の安定及び向上を図るための消費者施策を進めてきました。

近年、消費者を取り巻く環境は、高齢化の進行やデジタル化の進展、電子商取引の拡大、自然災害の激甚化・多発化などめまぐるしく変化しており、消費者にはSDGsの達成に向け、「つかう責任」を自覚した、人や社会、環境、地域等に配慮した消費行動が求められています。

このような中、スマートフォンやタブレット型端末の急速な普及により、誰もが、どこでも、いつでも、手軽に商品やサービスを購入できる便利で豊かな消費生活が実現しました。一方で、新型コロナウイルス感染症の拡大や自然災害の発生に便乗した悪質商法、高齢者を狙った特殊詐欺など深刻な問題も発生しています。また、今後は令和4(2022)年4月の成年年齢引下げにより、若年者の消費者被害の増加も懸念されています。

そこで、これまでの施策の評価と社会情勢の変化を踏まえ、さらに総合的かつ計画的に取組を推進していくため、このたび「第4次大分県消費者基本計画～おおいた消費者ホッとプラン2020～」を策定しました。

この計画では、基本目標として、「消費者被害の防止」、「消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速」、「協働による豊かな社会の実現」、「デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応」、「災害・感染症拡大など緊急時対応」の5つを掲げ、安全・安心で、消費者が主役となる豊かな社会の実現を目指すこととしています。

計画を着実に推進するためには、県はもとより、市町村、消費者団体、事業者等がそれぞれの立場で主体的かつ継続的に取り組むとともに、互いに連携・協働を図りながら、全県的な広がりを持った取組としていくことが重要であり、引き続き、県民の皆様のご理解とご協力をお願いいたします。

結びに、この計画の策定にあたり、熱心に議論いただきました大分県消費生活審議会委員の皆様をはじめ、貴重なご意見をいただきました県民の皆様に心から御礼申し上げます。

令和3年3月

大分県知事 広瀬 勝貞

目 次

第1章 計画の策定にあたって

1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置づけ	2
3 計画の期間	2
4 県民意見の反映	2

第2章 第3次計画の評価

1 数値目標の達成状況	3
-------------------	---

第3章 計画の基本的な考え方

1 基本的な方向性（めざすべき姿）	4
2 総合目標	5
3 基本目標	5
4 計画の体系	6

第4章 計画の内容

基本目標 I 消費者被害の防止	8
主要な施策1 消費者の安全・安心の確保	8
施策の方向(1) 食品の安全性の確保	10
施策の方向(2) 信頼確保による「食の安心」の醸成	11
施策の方向(3) 商品・サービスの安全性の確保	13
施策の方向(4) 住宅の安全性の確保	14
主要な施策2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	15
施策の方向(1) 表示、規格、計量の適正化	17
施策の方向(2) 消費者取引の適正化	19
施策の方向(3) 消費者の個人情報の保護	20
主要な施策3 消費者被害の未然防止のための啓発活動等の推進	21
施策の方向(1) 詐欺等の犯罪の未然防止	22
施策の方向(2) 多様な手段を用いた広報・啓発活動の推進	22
施策の方向(3) 迅速かつ効果的な情報提供	23
施策の方向(4) 消費者の特性に配慮した情報提供	24

主要な施策4 高齢者・若者・障がい者等への支援	2 5
施策の方向(1) ユニバーサルデザインの普及	2 5
施策の方向(2) 高齢者等の消費トラブル防止に向けた見守り体制の充実	2 6
施策の方向(3) 認知症施策の推進	2 7
施策の方向(4) 成年年齢引下げへの対応	2 7
施策の方向(5) 障がい者や依存症患者など特性を踏まえた施策の推進	2 7
 主要な施策5 事業者指導の強化	 2 8
施策の方向(1) 悪質事業者の監視及び消費者被害に係る犯罪の取締りの強化	2 8
施策の方向(2) 消費者被害についての情報収集及び分析	2 9
 主要な施策6 消費生活相談体制の充実・強化	 3 0
施策の方向(1) 消費生活相談体制の強化	3 1
施策の方向(2) トラブルの早期解決に向けた支援	3 3
施策の方向(3) 他機関等における消費生活相談体制の充実	3 3
施策の方向(4) 商品事故に関する原因究明テスト機関との連携	3 4
 主要な施策7 紛争の適切かつ迅速な解決	 3 6
施策の方向(1) 消費者苦情処理委員会の活用	3 6
施策の方向(2) 他の裁判外紛争解決機関の活用	3 6
 基本目標Ⅱ 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	 3 8
主要な施策1 ライフステージに応じた消費者教育の推進	3 8
施策の方向(1) 幼児期における消費者教育の推進	3 9
施策の方向(2) 小学生期・中学生期・高校生期における消費者教育の推進	3 9
施策の方向(3) 成年年齢引下げに伴う消費者教育の充実	4 0
施策の方向(4) 成人期における消費者教育の推進	4 1
 主要な施策2 消費者教育推進のための人材育成	4 3
施策の方向(1) 消費者教育、啓発を担う人材の育成	4 3
 主要な施策3 消費生活と関連する教育との連携推進	4 4
施策の方向(1) 家庭・地域・学校等との連携推進	4 5
施策の方向(2) 環境教育との連携推進	4 6
施策の方向(3) 食育との連携推進	4 6
施策の方向(4) 金融経済教育との連携推進	4 6
施策の方向(5) 多様な主体（家庭、事業者・事業者団体）による消費者教育の推進	4 6

主要な施策4 事業者団体等との連携.....	4 7
施策の方向(1) 公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進.....	4 7
施策の方向(2) 事業者団体等の自主的な取組への支援.....	4 7
主要な施策5 消費者意見の反映.....	4 8
施策の方向(1) 消費者が意見表明できる環境づくり.....	4 8
基本計画Ⅲ 協働による豊かな社会の実現.....	4 9
主要な施策1 持続可能な消費行動と事業活動の推進.....	4 9
施策の方向(1) エシカル消費の普及啓発.....	5 0
施策の方向(2) 食育の推進.....	5 0
施策の方向(3) 食品ロス削減に向けた取組の推進.....	5 1
施策の方向(4) 脱炭素社会づくりに向けた取組の推進.....	5 2
施策の方向(5) プラスチックごみ削減に向けた取組の推進.....	5 2
施策の方向(6) 各種リサイクルの普及啓発.....	5 3
施策の方向(7) 環境保全型農業の推進.....	5 3
主要な施策2 市町村への支援・連携.....	5 4
施策の方向(1) 市町村における消費者行政推進に向けた支援.....	5 4
施策の方向(2) 市町村相談体制の充実に向けた支援.....	5 5
施策の方向(3) 条例及び基本計画等の策定の促進.....	5 5
主要な施策3 消費者団体等との連携・協働.....	5 6
施策の方向(1) 消費者団体の自主的活動に対する支援.....	5 6
施策の方向(2) 消費者団体等との連携及び支援.....	5 6
施策の方向(3) 消費者団体訴訟制度の推進.....	5 7
主要な施策4 関係機関との連携.....	5 8
施策の方向(1) 国、国民生活センター等関係機関との連携・協力.....	5 8
施策の方向(2) 大分県消費者行政連絡協議会等の充実・強化.....	5 9
基本目標Ⅳ デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応.....	6 0
主要な施策1 デジタル化への対応.....	6 0
施策の方向(1) 情報通信技術や先端技術の活用拡大と消費者被害の防止の両立.....	6 0
施策の方向(2) デジタル技術の活用による相談体制の充実.....	6 1
施策の方向(3) 青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備.....	6 1

主要な施策 2 国際化の進展への対応	6 3
施策の方向(1) 外国人の支援体制の構築と関係機関の連携	6 3
施策の方向(2) 越境消費者トラブルへの対応力の強化	6 3
施策の方向(3) 輸入食品の安全確保	6 4
基本目標 V 災害・感染症拡大など緊急時対応	6 5
主要な施策 1 生活関連商品の安定供給	6 5
施策の方向(1) 生活関連商品の価格の安定と円滑な供給など平常時からの取組	6 5
施策の方向(2) 生活関連商品の価格・需給動向の監視	6 6
主要な施策 2 大規模自然災害・新型コロナウイルス感染症拡大などの緊急時対応	6 7
施策の方向(1) 自然災害・感染症拡大などの緊急時における生活関連商品の価格の安定と円滑な供給への取組	6 7
施策の方向(2) 自然災害・感染症拡大などの緊急時における生活関連商品の価格・需給動向等の監視	6 8
第 5 章 計画の進捗管理及び検証	6 9
1 推進体制	6 9
2 進行管理及び検証・公表	6 9
資料編	7 1

第1章 計画の策定にあたって

1 計画策定の趣旨

消費者を取り巻く環境は、高齢化の進行、デジタル化の進展・電子商取引の拡大、自然災害の激甚化・多発化などにより、この5年間で大きく変化し、それに伴って消費者トラブルの内容も変化してきています。

例えば、本県の高齢化率は32.9%（令和元年10月1日現在）と、全国の28.4%を4.5ポイント上回り、県民の約3人に1人は65歳以上の高齢者となっています。このような中、高齢者を狙った悪質商法や特殊詐欺による被害は後を絶たず、消費生活センターには、高齢者から多くの消費生活相談が寄せられています。

また、近年は、スマートフォンやタブレット型端末が急速に普及してきており、誰もが、どこでも、いつでも、手軽に、デジタル空間にアクセスし、商品やサービスを購入できるようになってきています。しかし、その一方で、電子商取引が非対面取引であるため、注文した商品が届かない、期待したものと異なるなどの消費者トラブルも増加しています。

さらに、自然災害の激甚化・多発化や新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、生活関連物資が入手困難になるなど、消費生活が深刻な影響を受けたり、災害等に便乗した悪質商法の被害も発生しています。

加えて、令和4（2022）年4月からは成年年齢が引き下げられ、これまで未成年者取消権で保護されていた18歳、19歳が保護の対象から外れるため、高校生等の若年者を対象とした消費者教育の充実が喫緊の課題となるとともに、SDGs（持続可能な開発目標）の達成に向けて、消費者には自らの行動が社会に影響を与えることの認識や持続可能な消費の実践が求められています。

このような状況の下、国においては、長期的な展望を視野に入れつつ、消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に適切に対応した消費者政策をさらに推進していくため、令和2年度から令和6年度までの5年間で対象とする新たな計画を第4期の消費者基本計画として定め、この計画に基づいて消費者政策を強力に推進することとしています。

本県では、大分県民の消費生活の安定及び向上に関する条例（以下「消費生活条例」という。）第8条において、消費者施策の計画的・総合的な推進を図ることを目的とする基本計画の策定を義務づけています。この規定に基づき、平成18年に「21世紀型消費者の安全・安心なくらしの実現」を総合目標とする第1次計画を策定し、その後も、平成23年に「消費者が主役となる社会の実現」を総合目標とする第2次計画を、平成28年に「安全・安心で、消費者が主役となる豊かな社会の実現」を総合目標とする第3次計画をそれぞれ策定し、県民の消費生活の安定及び向上を図るための消費者施策を進めてきました。

今回、この第3次計画が令和2年度末をもって終了することから、第3次計画の成果や課題を踏まえ、消費者を取り巻く社会情勢の変化に対応するとともに、大分県の消費者教育推進計画としての役割を併せて担う「第4次大分県消費者基本計画」を策定します。

2 計画の位置づけ

(1) 消費生活条例第8条の規定に基づく消費者基本計画として策定するもので、大分県における消費者施策の基本的方向と取組を明らかにするものです。

(2) 大分県長期総合計画「安心・活力・発展プラン 2015～2020 改訂版～」の部門計画であり、消費者施策に関する事項を盛り込んだ他の計画との調和を図るものです。

(3) 第3次計画を発展的に継承するとともに、国の消費者基本計画(令和2年3月31日閣議決定)の基本的方向を反映させるものです。

(4) 消費者教育推進法第10条の規定に基づく消費者教育推進計画として、大分県における消費者教育の基本的方向と取組を明らかにするものです。

3 計画の期間

令和3年度から令和7年度までの5年間とします。ただし、国の動向や県の取組の実施状況等、新たに盛り込むべき事項が生じた場合等は、必要に応じて見直しを行います。

4 県民意見の反映

この計画の策定にあたっては、消費者や学識経験者、事業者で組織される大分県消費生活審議会の意見を聴くとともに、「県民意見募集(パブリックコメント)」により、県民意見の反映に努めました。

【 関係法令等 】

- 大分県民の消費生活の安定及び向上に関する条例
(昭和53年12月23日大分県条例第32号)
- 消費者基本法(昭和43年5月30日法律第78号)
- 消費者安全法(平成21年6月5日法律第50号)
- 消費者教育の推進に関する法律(平成24年8月22日法律第61号)

第2章 第3次計画の評価

1 数値目標の達成状況

第3次計画では、進捗管理のために「消費者の安全・安心の確保」など、9つの「主要な施策」に20項目の数値目標を設定し、進捗状況の把握に努めてきました。

令和元年度の達成状況は、次のとおりです。20項目中8項目においては目標を達成し、未達成の項目についても8項目が80%を超えています。

第3次計画（おおいた消費者ホットプラン2015）における数値目標の達成状況

【数値目標】

主要な施策	指標	単位	平成26年度	令和元年度	目標値 (令和2年度)	達成率	達成状況
消費者の安全・安心の確保	食品衛生監視指導計画に基づく監視・検査件数の割合	%	106	101	100以上	101%	達成
	消費生活用製品安全法に基づく立入調査件数	件/年	46	58	60	97%	
	液化石油ガス販売事業者への立入検査	件/年	5	57	60	95%	
	ユニバーサルデザイン出前講座受講者数（延べ）	人	25,523	43,038	46,500	93%	
	バリアフリーマップ登録施設数	施設	2,905	3,324	3,250	102%	達成
	あったか・はーと駐車場協力施設数	施設	1,036	1,213	1,685	72%	
消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	店頭における食品表示調査件数	件	25,868	26,178	29,000	90%	
	ガソリン価格の店頭表示率	%	42.6	45.2	65.0	70%	
消費者被害未然防止のための啓発活動の推進	新聞掲載回数（消費者被害に関する情報発信等）及びメールマガジン等の発信回数	回/年	40	88	40以上	220%	達成
	啓発講座の参加者人数（県＋市町村）	人/年	15,271	19,861	15,500	128%	達成
消費生活相談体制の充実に向けた強化	県内の消費生活相談窓口におけるあっせん解決率※	%	93.6	93	95.4	97%	
市町村への支援・連携	消費生活センターを設置する市町村の割合	%	61.1	72.2	83.3	87%	
	県内の消費生活相談における市町村分担率	%	57.8	66.8	65.0	103%	達成
消費者団体等との連携・協働	消費者団体訴訟制度における特定適格消費者団体数	団体	0	0	1	0%	
環境に配慮した消費行動と事業活動の推進	ごみ総排出量	t/日	415,962 (H25年度)	401,250 (H30年度)	385,142 (H30年度)	96%	
	一般廃棄物リサイクル率	%	20.3 (H25年度)	18.7 (H30年度)	22.4 (H30年度)	83%	
ライフステージに応じた消費者教育の推進	消費生活出前講座実施回数（県＋市町村）	回/年	313	463	320	145%	達成
	巣立ち教育出前講座実施回数	回/年	18	23	20	115%	達成
消費生活と関連する教育との連携による推進	ネットトラブル出前授業実施回数	件/年	150	36	210	17%	
	環境教育参加者数（累計）	人	63,082	116,796	105,000	111%	達成

※「ごみ総排出量」の達成率については、達成率＝目標値/令和元年度現況値で算定している。

第3章 計画の基本的な考え方

1 基本的な方向性（めざすべき姿）

消費者の権利が尊重され、安全な商品・サービスを安心して消費できる

消費者が商品・サービスに関する正確で十分な情報を入手でき、取引が適正に行われ、消費者被害の未然防止が図られ、仮に被害が生じた場合でも適切・迅速な救済等が行われ、消費者の権利が尊重されることにより、消費者が安全な商品・サービスを安心して消費できます。

消費の効用・満足度が高まり、豊かな消費生活を営める

勧誘を受けるかどうか、消費行動を行うかどうか、どのような商品・サービスを消費するか等について、事業者の営業活動の機会の確保に留意しつつ、消費者が自主的かつ合理的に選択できる環境を整備することにより、消費の効用・満足度が高められ、一層豊かな消費生活を営むことができます。

消費者が、公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画できる

消費者が、自らの日々の意思決定や行動が環境や資源エネルギー等に影響を及ぼし、総体として経済社会に大きな影響を与えるという社会的役割を認識し、行動することにより、「消費者市民社会(※1)」の形成に参画することができます。

誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で消費者教育を受けられることができる

幼児期から高齢者までの生涯を通じて、学校や家庭、職域等の様々な場において、それぞれの時期に応じた消費者教育を推進することにより、消費者自身が合理的な意思決定を行って、被害を認識することができる、危険を回避することができる、そして被害に遭った場合には適切に対処できる「自ら考え自ら行動する自立した消費者」を目指します。

用語の説明

※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をいいます。(消費者教育推進法における定義)

2 総合目標

「安全・安心で、消費者が主役となる豊かな社会の実現」

消費者基本法や消費生活条例の基本理念である「消費者の権利の尊重及びその自立の支援」を実現するとともに、消費者教育推進法の基本理念における「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の実現」を目標とします。

3 基本目標

総合目標を達成するための基本目標は、次のとおりです。

基本目標Ⅰ 消費者被害の防止

消費者行政の根幹である「消費者被害の防止」を図るために、7つの主要な施策に取り組みます。

基本目標Ⅱ 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速

学校や行政、消費者団体等、様々な主体が連携して、ライフステージに応じた消費者教育を推進するとともに、消費者教育の担い手の育成に取り組みます。また、事業者の自主的な取組を支援します。

基本計画Ⅲ 協働による豊かな社会の実現

消費者と事業者とが、持続可能な社会の形成など共通の目標に向けて協働し、すべての関係者が満足するような社会の実現を目指します。

基本目標Ⅳ デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応

デジタル化・国際化に伴い発生している様々な課題に的確に対応します。

基本目標Ⅴ 災害・感染症拡大など緊急時対応

大規模災害の発生時や感染症の拡大時等の緊急時におけるリスク・課題に柔軟かつ迅速に対応できるよう、必要な施策を推進します。

【 消費者の権利 】

「消費者の権利」とは、消費者が安全で安心できる消費生活を送ることができるようにするために重要なことで、消費者基本法第2条に位置づけられています。

- 1 安全性が確保されること
- 2 自主的・合理的な選択の自由が確保されること
- 3 必要な情報が速やかに提供されること
- 4 消費者教育の機会が提供されること
- 5 意見が適切に反映されること
- 6 消費者被害が適切かつ迅速に救済されること 等

4 計画の体系

総合目標の達成に向けて、5つの基本目標、20の主要な施策により、具体的な取組を行います。

総合目標 「安全・安心で、消費者が主役となる豊かな社会の実現」

【主要な施策】

【基本目標 I】

消費者被害の防止

1 消費者の安全・安心の確保

施策の方向 (1) 食品の安全性の確保
(2) 信頼確保による「食の安心」の醸成
(3) 商品・サービスの安全性の確保
(4) 住宅の安全性の確保

2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保

施策の方向 (1) 表示、規格、計量の適正化
(2) 消費者取引の適正化
(3) 消費者の個人情報の保護

3 消費者被害の未然防止のための啓発活動等の推進

施策の方向 (1) 詐欺等の犯罪の未然防止
(2) 多様な手段を用いた広報・啓発活動の推進
(3) 迅速かつ効果的な情報提供
(4) 消費者の特性に配慮した情報提供

4 高齢者・若者・障がい者等への支援

施策の方向 (1) ユニバーサルデザインの普及
(2) 高齢者等の消費トラブル防止に向けた見守り体制の充実
(3) 認知症施策の推進
(4) 成年年齢引下げへの対応
(5) 障がい者や依存症患者など特性を踏まえた施策の推進

5 事業者指導の強化

施策の方向 (1) 悪質事業者の監視及び消費者被害に係る犯罪の取締りの強化
(2) 消費者被害についての情報収集及び分析

6 消費生活相談体制の充実・強化

施策の方向 (1) 消費生活相談体制の強化
(2) トラブルの早期解決に向けた支援
(3) 他機関等における消費生活相談体制の充実
(4) 商品事故に関する原因究明テスト機関との連携

7 紛争の適切かつ迅速な解決

施策の方向 (1) 消費者苦情処理委員会の活用
(2) 他の裁判外紛争解決機関の活用

【主要な施策】

【基本目標 II】

消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速

1 ライフステージに応じた消費者教育の推進

施策の方向 (1) 幼児期における消費者教育の推進
(2) 小学生期・中学生期・高校生期における消費者教育の推進
(3) 成年年齢引き下げに伴う消費者教育の充実
(4) 成人期における消費者教育の推進

2 消費者教育推進のための人材育成

施策の方向 (1) 消費者教育、啓発を担う人材の育成

3 消費生活と関連する教育との連携推進

施策の方向 (1) 家庭・地域・学校等との連携推進
(2) 環境教育との連携推進
(3) 食育との連携推進
(4) 金融経済教育との連携推進
(5) 多様な主体（家庭、事業者・事業者団体）による消費者教育の推進

4 事業者団体等との連携

施策の方向 (1) 公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進
(2) 事業者団体等の自主的な取組への支援

5 消費者意見の反映

施策の方向 (1) 消費者が意見表明できる環境づくり

【基本目標Ⅲ】

協働による豊かな
社会の実現

【主要な施策】

1 持続可能な消費行動と事業活動の推進

- 施策の方向
- (1) エシカル消費の普及啓発
 - (2) 食育の推進
 - (3) 食品ロス削減に向けた取組の推進
 - (4) 脱炭素社会づくりに向けた取組の推進
 - (5) プラスチックごみ削減に向けた取組の推進
 - (6) 各種リサイクルの普及啓発
 - (7) 環境保全型農業の推進

2 市町村への支援・連携

- 施策の方向
- (1) 市町村における消費者行政推進に向けた支援
 - (2) 市町村相談体制の充実に向けた支援
 - (3) 条例及び基本計画等の策定の促進

3 消費者団体等との連携・協働

- 施策の方向
- (1) 消費者団体の自主的活動に対する支援
 - (2) 消費者団体等との連携及び支援
 - (3) 消費者団体訴訟制度の推進

4 関係機関との連携

- 施策の方向
- (1) 国、国民生活センター等関係機関との連携・協力
 - (2) 大分県消費者行政連絡協議会等の充実・強化

【基本目標Ⅳ】

デジタル化・国際
化に伴う新しい課
題への対応

【主要な施策】

1 デジタル化への対応

- 施策の方向
- (1) 情報通信技術や先端技術の活用拡大と消費者被害の防止の両立
 - (2) デジタル技術の活用による相談体制の充実
 - (3) 青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備

2 国際化の進展への対応

- 施策の方向
- (1) 外国人の支援体制の構築と関係機関の連携
 - (2) 越境消費者トラブルへの対応力の強化
 - (3) 輸入食品の安全確保

【基本目標Ⅴ】

災害・感染症拡大な
ど緊急時対応

【主要な施策】

1 生活関連商品の安定供給

- 施策の方向
- (1) 生活関連商品の価格の安定と円滑な供給など平常時からの取組
 - (2) 生活関連商品の価格・需給動向の監視

2 大規模自然災害・新型コロナウイルス感染症拡大などの緊急時対応

- 施策の方向
- (1) 自然災害・感染症拡大などの緊急時における生活関連商品の価格の安定と円滑な供給への取組
 - (2) 自然災害・感染症拡大などの緊急時における価格の生活関連商品の価格・需給動向等の監視

第4章 計画の内容

基本目標 I 消費者被害の防止

主要な施策1 消費者の安全・安心の確保

- 施策の方向
- (1) 食品の安全性の確保
 - (2) 信頼確保による「食の安心」の醸成
 - (3) 商品・サービスの安全性の確保
 - (4) 住宅の安全性の確保

【現状と課題】

食材偽装、食品への異物混入等の食品に係わる問題が発生し、消費者の食品に対する不安や不信感はますます高まり、安心と信頼の確保が重要になっています。食中毒、食物アレルギー等による健康被害を最小限に抑えるには、食品やその材料の生産から加工・流通・販売までの一連の段階及び活動（フードチェーン）の各段階における対策が必要です。

たとえば、県内企業が食品を海外に輸出する際には、相手国との衛生上の取り決めが支障となることがあり、特に水産・畜産食品においては、米国やEUなどから求められる衛生基準が高く、施設整備や食品工場の衛生管理や衛生監視に導入されている国際的な衛生管理手法（HACCP：ハサップ（※1））による厳しい衛生管理が必要となります。

安全・安心な農産物を提供するため、農薬の適正使用やより安全な農産物生産を確保するための農業生産工程管理手法（GAP：ギャップ（※2））の普及拡大と併せて、本県独自の農産物「安心おおいだ直売所」取組宣言制度の普及により、農産物の安全性の確保を進めているところです。

米穀や乾しいたけなどの食品については、生産から流通に至る過程の履歴を明確にする手法（トレーサビリティシステム（※3））を用いて、消費者の食品への信頼確保を図っているところです。お米、米加工品に問題が発生した際に流通ルートを速やかに特定するため、生産から販売・提供までの各段階を通じ、取引等の記録を作成・保存し、お米の産地情報を取引先や消費者に伝達しています。

乾しいたけでは、「大分産」表示に対する消費者の信頼を確保するため、生産から流通に至る過程の履歴を明確にする「大分乾しいたけトレーサビリティシステム」の運用を平成18年から開始し、消費者へより安全・安心な乾しいたけを提供できるよう努めています。今後は、さらに普及・啓発活動に力を入れていく必要があります。

消費者安全法では、生命・身体の消費者事故等を専門的に調査し、事故の予防・再発防止対策に結び付けていく仕組みとして「消費者安全調査委員会」の設置や身体重大事故等の被害が発生した事故や事故発生のおそれのある事案で他の法律で対応できない場合への行政措置の導入などが進められ、消費者の安全につながる施策が行われています。

また、近年高齢者が長期に使用する消費生活用製品等による火災事故が増加しており、商品等による事故の未然防止に役立てるよう、迅速かつ的確な事故情報の収集と消費者への発信を進めていく必要があります。

いわゆる健康食品については、食品と称して販売されているにも関わらず、医薬品成分が検出され

るなど、本来であれば医薬品として販売されるべきものが食品として流通している事例が国内外で報告されています。

このため、国は、都道府県へ無承認無許可医薬品等買上事業を委託しており、大分県としても継続して調査を行っているところです。

温泉については、利用方法が適正さを欠くときは衛生上有害な結果を招くこともあるため、定期的な温泉成分分析の実施を指導するとともに、硫化水素による中毒事故を防ぐため、温泉利用事業者に対して温泉施設の構造基準の遵守等を徹底させていく必要があります。

入浴施設や理・美容施設などの生活衛生関係営業施設では、高度化・多様化する消費者の需要に応じた新しい形態の営業施設が出現していることから、従来の衛生措置の基準の適用が難しい事例も増加しています。衛生管理の不備等による苦情や健康被害が発生することがあります。消費者がこれらの施設を安心して利用できるよう、衛生水準の確保や向上を進めていくことが求められています。

世界各国からの輸入食品が県内に流通していますが、海外での食品取扱工場での不衛生な食品の取扱いや、農薬や化学物質の混入、寄生虫の問題などにより、消費者の輸入食品に対する不安や不信感は高まっています。

輸入食品の安全確保対策は、食品衛生に係る監視指導の重点的な事項として取り組む必要があります。

液化石油ガスは、取扱いが容易で環境負荷が少ないことから、家庭用エネルギーとして広く普及していますが、取扱いを誤ると大きな事故につながりかねない危険性を有しているため、事業者の法令の遵守と自主保安体制の強化が必要です。

住宅の品質確保を図るために、建設業者や建築士の資質の向上、建設工事の請負契約の適正化、行政の指導監督及び検査体制の充実・強化が必要です。

用語の説明

※1 HACCP (ハサップ : Hazard Analysis and Critical Control Point)

食品工場の衛生管理や衛生監視に導入されている方式。この方式では、食品製造のすべての工程における危害の発生を分析して、重要な管理点を重点的に監視することにより、衛生的な食品を製造します。

※2 GAP (ギャップ : Good Agricultural practice)

農業生産工程管理のこと。農業生産活動を行う上で必要な関係法令等の内容に則して定められる点検項目に沿って、農業生産活動の各工程の正確な実施、記録、点検及び評価を行うことによる持続的な改善活動です。

※3 トレーサビリティシステム

食品などの生産や流通に関する履歴情報を追跡・遡及することができる制度。生産者や流通業者は、媒体（バーコード、IC タグなど）に食品情報を集積するなどし、それを消費者などが必要に応じて検索できるシステムです。

施策の方向(1) 食品の安全性の確保

【具体的な取組】

- ① 強壯用健康食品等について、医薬品成分の分析調査を行うとともに、必要に応じて事業者に対して回収等の指導を行います。 <薬務室>
- ② 食の安全等について講習会等により情報提供を行います。 <食品・生活衛生課>
- ③ 大分県食品衛生監視指導計画に基づき、食品等事業者に対する監視・指導・検査の徹底を図り、その結果を公表します。 <食品・生活衛生課>
- ④ 食品等事業者に対し HACCP（ハサップ）方式の導入が義務化され、より安全性の高い食品の供給を行うため、事業者に対して HACCP 方式の相談・指導により支援していきます。 <食品・生活衛生課>
- ⑤ 食物アレルギー事故対策として、アレルギー対応メニューの現場への普及のために、対応メニューやコンタミ（混入）防止法などの研修、アレルギー対応冊子やピクトグラムシールの配布などにより、事業者が実際にメニューの開発に取り組む際の支援を行います。大規模イベントに係る食品危機管理対策として、食中毒発生時の危機管理に関する研修会を開催するなど、宿泊施設・飲食店の食中毒対策強化を支援します。また、国内で広域的に発生する食中毒事例の増加に対して、国、他県との連携を強化するとともに、県内の食中毒検査体制を強化し、迅速な原因究明につなげ拡大防止を図ります。 <食品・生活衛生課>
- ⑥ 消費者に対し、科学的な知見に基づいた食品安全情報を SNS 等の各種媒体により情報提供し、消費者の食の安全に関する理解が深まるよう取り組みます。 <食品・生活衛生課>
- ⑦ 関係機関による健康危機管理体制を整備するとともに、県民に対し、夏期は食中毒注意報、冬期はノロウイルス食中毒注意報を発令し、健康被害を防止するための情報を迅速に提供します。 <食品・生活衛生課>
- ⑧ 大分県食品衛生監視指導計画に基づき、海外から輸入される農水産食品、加工食品を対象に残留農薬、動物用医薬品、食品添加物等の検査を実施します。また、検疫所や大分県で行っている輸入食品の検査結果等を参考にしながら、事業者の指導・啓発を行っていきます。 <食品・生活衛生課>
- ⑨ GAP（ギャップ）手法や農薬適正使用の普及拡大と併せて、本県独自の農産物「安心おおいだ直売所」取組宣言制度の普及により、農産物の安全性の確保を進めます。 <地域農業振興課>
- ⑩ 米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律（米トレーサビリティ法（※1））に基づく指導・検査及び周知の徹底を図り、米及び米加工品の流通履歴が追跡できる流通システムを構築します。 <農地活用・集落営農課>

- ⑪ 生産者から小売店に至る流通経路の追跡ができる「大分乾しいたけトレーサビリティシステム」により、消費者により安全・安心な乾しいたけを提供できるよう努めます。また、「大分乾しいたけトレーサビリティシステム」の普及・啓発活動を行い、消費者が大分県産乾しいたけを安心して選べるようにします。
＜林産振興室＞

用語の説明

※1 米トレーサビリティ法

お米、米加工品に問題が発生した際に流通ルートを速やかに特定するため、生産から販売・提供までの各段階を通じ、取引等の記録を作成・保存し、お米の産地情報を取引先や消費者に伝達しています。

施策の方向(2) 信頼確保による「食の安心」の醸成

【具体的な取組】

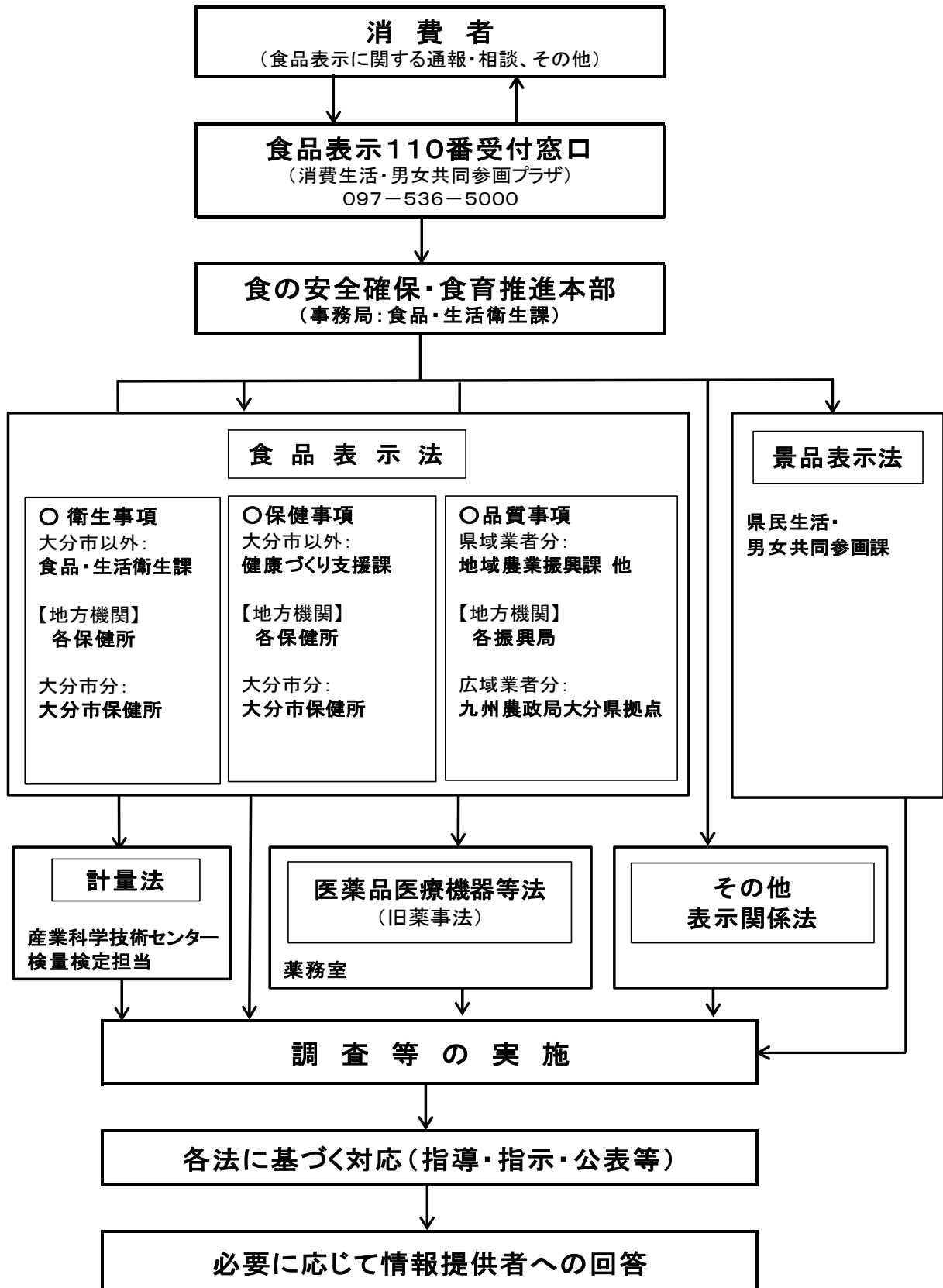
- ① 大分県食品安全推進県民会議において、施策に対する県民の意見交換を行うとともに、県内各地で様々な立場の県民参加によるリスクコミュニケーション(※1)を実施し、食を取り巻く関係者の相互理解による信頼の構築を進めます。
＜食品・生活衛生課＞
- ② 食中毒や違反食品等の食品衛生に関する情報を公開し、迅速で分かりやすい情報提供を行います。
＜食品・生活衛生課＞
- ③ 地域の特性を活かし、健やかな食生活を実現できる人づくりを目指して食育を推進します。
＜食品・生活衛生課＞

用語の説明

※1 リスクコミュニケーション

あるリスク(危険性)について、直接間接に関係する人々が意見を交換することにより、正確な情報を共有し、相互に意思の疎通を図ること。

食の安全確保・食育推進本部における食品表示に関する情報提供への対応



施策の方向(3) 商品・サービスの安全性の確保

【具体的な取組】

- ① 事業者が供給する商品等について、安全性に疑いがある場合、速やかに調査を行い、必要に応じて事業者に対し当該商品等の供給中止や回収、その他必要な措置を取ることを勧告します。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 製品事故の未然防止のため、販売事業者等に対して市町村と連携して立入調査を行い、安全な消費生活用製品の販売を指導します。また、長期使用製品安全点検制度や製品のリコール情報の提供などの消費者への啓発・周知に取り組みます。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ③ 消費者安全法に基づき、国、独立行政法人国民生活センター（以下「国民生活センター」という。）及び製品評価技術基盤機構等の専門機関と連携し、消費者に対して商品やサービスの欠陥や危険性について、迅速な情報提供を行います。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ④ 消費者安全の確保に向けて、消費者事故等の情報を速やかに国へ通知するとともに、国からの消費者事故情報を迅速に消費者へ伝えることにより、消費者被害の発生・拡大を防止します。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ⑤ 消費者が安全に自転車を利用できるよう、自転車が備えるべき安全性に関する品質基準、製品の不具合や誤った使用法等による自転車の事故情報を収集し周知を図ることで、注意喚起を促します。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ⑥ 温泉法に基づき、温泉利用事業者に対して温泉施設の構造基準の遵守、定期的な温泉成分分析の実施について指導を行います。
＜自然保護推進室＞
- ⑦ 社会的ニーズに対応した迅速かつ的確な監視指導を行うとともに、関係団体等による自主衛生管理体制を推進します。
＜食品・生活衛生課＞
- ⑧ 法令に基づき液化石油ガス販売事業者等に対し、販売方法の基準、設備の技術基準等の遵守状況について、定期的な立入検査を実施し、必要に応じて改善等の指導を行います。
＜消防保安室＞
- ⑨ 液化石油ガス設備に係る作業従業者等を対象とした各種保安研修会・講習会の開催を通じて、法令遵守の徹底を図るとともに、自主保安体制の強化を促します。また、液化石油ガス販売事業者等に対して、積極的に消費者への保安情報の周知・啓発等を行い、消費者の保安意識の醸成に努めるよう促します。
＜消防保安室＞
- ⑩ 電気用品による危険及び障害の発生を防止するため、立入検査の実施を通じて、販売事業者に対し、法律の周知徹底を図ります。
＜工業振興課＞

施策の方向(4) 住宅の安全性の確保

【具体的な取組】

- ① 建設業者に対し、建設業法に関する研修会等を実施し、その資質の向上と建設工事の請負契約の適正化等を図ることにより、発注者の保護と建設業の健全な発達を推進するとともに、必要な指導監督を実施します。 <土木建築企画課>
- ② 住宅の確認申請においては、中間検査及び完了検査を通じて建築確認申請時の図面計画どおり工事がなされているかをチェックすることにより住宅の品質を確保し、適切な工事監理を確認します。 <建築住宅課>
- ③ 建築士事務所に対して、定期的に立入調査を行うとともに、消費者から相談や苦情のあった建築士に対しては、重点的に調査を実施し、必要な指導監督を行います。 <建築住宅課>
- ④ 木造住宅の耐震診断・改修を行う消費者に対して、市町村が費用を補助する場合、その一部を当該市町村に助成します。 <建築住宅課>

【指標及び目標値】

指 標	単位	現況値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
食品衛生監視指導計画に基づく監視・検査件数の割合	%	101	100以上
GAP認証農家数	戸	214	310 (R6)
消費生活用製品安全法に基づく立入調査件数	件/年	58	65
液化石油ガス販売事業者への立入検査	件/年	57	60
住宅の耐震化率	%	75 (H25)	92

主要な施策2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保

- 施策の方向 (1) 表示、規格、計量の適正化
(2) 消費者取引の適正化
(3) 消費者の個人情報の保護

【現状と課題】

ICT（情報通信技術：Information and Communication Technology）化の進展に伴い、消費生活の利便性が向上している反面、個人情報に流出し悪用されるケースが後を絶ちません。このような被害を未然に防止するためには、個人情報の保護に対する意識啓発と、事業者による個人情報の適正な取扱いが必要です。

誇大な成果を記載した健康食品や美容用品など不当表示事案は後を絶ちません。不当な表示や過大な景品付き販売が行われると、消費者の商品・サービスの選択を誤らせ、結果として消費者が不利益を被ることになります。

平成26年に改正された不当景品類及び不当表示防止法（※1）（以下「景品表示法」という。）では、都道府県知事に対して新たに措置命令権限が付与されていますので、事業者への監視指導を行うとともに、事業者に向けた啓発を行う必要があります。

また、多様な消費者ニーズに対応するため、家庭用品の高度化・複雑化が進み、以前にも増して消費者が製品の品質を正しく認識することが困難になっています。家庭用品の購入に際し、消費者が不測の損失を被ることのないよう、事業者に対して、特定の家庭用品の品質に関する適正な表示を要請するとともに、消費者の利益を保護するために事業者への監視を行う必要があります。

いわゆる健康食品は、医薬品と異なり病気の治療・予防を目的とするものではないため、病気の治療や予防に役立つことを説明したりほめかしたりする表示や広告を行っている製品（機能性表示食品等は除く。）は、「医薬品」と判断されます。疾病の治療や予防効果の表示・広告は、医薬品としての承認を取得して初めて可能になるものなので、健康食品は、栄養補給や健康の維持など一般的な食品の範囲の目的しか持たせることができません。

しかし、食品製造業者や販売業者の中には、これらの制度の理解が不十分であることなどにより、食品の表示に効能効果を標榜して販売している事例があります。このため、食品販売店への立入検査により、監視指導を行う必要があります。

地中から湧出する温泉の効用は千差万別であり、特別な疾病についてはその利用を禁止すべきものも少なくありません。温泉の利用方法が適正さを欠くときは衛生上有害な結果を招くことから、消費者が自らに応じた適切な温泉利用ができるよう、温泉利用施設において法に基づく適正な温泉分析の掲示が行われる必要があります。

消費者の自主的かつ合理的な選択を確保するためには、商品を選択する上での情報源となる表示が適正に行われなければなりません。以前は、食品の表示は様々な法律により決められており、複雑なものとなっていました。そこで、分かりやすい食品表示と食品を摂取する際の安全性、消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会の確保のため、食品衛生法・JAS法・健康増進法の中の表示に係る部分が統合された食品表示法が、平成27年4月に施行され、食品表示は次頁の3事項に整理されました。

- ①衛生事項：衛生事項は、飲食に起因する衛生上の危害の発生を防止し、健康の保護を図るためのものです。
- ②品質事項：品質事項は、原料原産地等の消費者が合理的に食品を選択する際の判断基準になるものです。
- ③保健事項：保健事項は、栄養成分表示等県民の健康づくりを支えるためのものです。

なお、平成29年9月に食品表示基準が改正・施行され、国内で作られたすべての加工食品に対して、原料原産地表示を行うことが義務づけられました。

消費者の利益の増進を図るため、直売所等での表示監視・指導や食品関連事業者向けの講習会の実施等により、表示基準に基づいた適正な表示を推進することが必要です。

平成28年には悪質事業者への対応が強化されるなど、特定商取引に関する法律(※2)（以下「特定商取引法」という。）は、新たに発生する消費者トラブルに対応するため幾度となく改正されてきました。しかし、訪問販売など、特定商取引法の規制対象である取引類型に関する苦情や相談が、未だに数多く寄せられています。公正かつ適正な消費者取引の推進と消費者が損害を被ることのないよう、不適正な取引行為を行う事業者に対する指導を行い、なお一層法令遵守の徹底を求めていく必要があります。

消費者が、消費生活において自主的かつ合理的な選択を行うためには、消費者取引や商品を選択する上での情報源となる価格表示等が適正に行われる必要がありますが、令和2年5月の石油製品販売価格等調査では、ガソリン販売価格店頭表示率は47.2%に留まっており、今後も引き続き店頭表示について、協力要請を行う必要があります。

また、旅行サービスや介護サービス、消費者にとって人生で一番大きな買い物となる不動産売買におけるトラブルが多発しているほか、クリーニング所や理・美容所など、生活衛生関係営業施設において苦情が発生することがあります。近年では、第一種動物取扱業者によるペット動物の売買に関する問題も増加しています。

公正な消費者取引が推進され、消費者が被害を受けることがないよう、事業者に対する法令遵守の徹底を求めていく必要があります。

平成22年6月の改正貸金業法(※3)の完全施行から10年が経過し、出資法上限金利の引き下げや総量規制の導入等の貸金業者に対する規制の強化が行われたことにより、資金需要者からの苦情等件数は減少傾向にあります。引き続き貸金業者には、同法を遵守した適正な業務を行うよう指導監督を徹底し、資金需要者の利益の保護を図っていく必要があります。

消費者の「食」に対する関心は、産地・内容物・消費期限等が中心であり、内容量（表示どおりの量が入っているか）は前記に比べ関心が薄いのが現状です。商品の内容量表示が適正であるか現状を認識してもらうために、消費者への計量制度の啓発、スーパー・商品製造事業者等への立入検査による計量制度の普及啓発又は適切な指導を通じて、正確な計量を確保し、消費者の不利益を防いでいくことが必要です。

用語の説明

※1 不当景品類及び不当表示防止法

消費者なら誰もがより良い商品やサービスを求めます。ところが、実際よりも良くみせるような表示や過大な景品付き販売等が行われると、消費者がそれに釣られて実際には質の良い商品やサービスを購入してしまい、不利益を被るおそれがあります。

この法律は、商品やサービスの品質、内容、価格等を偽って表示を行うことを厳しく規制するとともに、過大な景品類の提供を防ぐためにその最高額を制限することにより、消費者がより良い商品やサービスを自主的かつ合理的に選べる環境を守ります。

※2 特定商取引に関する法律

特定商取引法(旧称「訪問販売法(訪問販売等に関する法律)」)は、訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引、訪問購入といった消費者トラブルを生じやすい取引類型を対象に、事業者が守るべきルールと、クーリング・オフ等の消費者を守るルールを定めています。これにより、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ための法律です。

※3 貸金業法

貸金業法は、消費者金融などの貸金業者や、貸金業者からの借入れについて定めている法律です。返済しきれないほどの借金を抱えてしまう「多重債務者」の増加が、深刻な社会問題(「多重債務問題」)となったことから、これを解決するために平成18年、従来の法律が抜本的に改正され、平成22年6月18日に完全施行されました。

～ポイント～

- (1) 総量規制—借り過ぎ・貸し過ぎの防止
 - ・借入残高が年収の3分の1を超える場合、新規の借入ができません。
 - ・借入の際には、「年収を証明する書類」が必要です。
- (2) 上限金利の引下げ
 - ・法律上の上限金利は、借入額に応じて15%～20%です。

施策の方向(1) 表示、規格、計量の適正化

【具体的な取組】

- ① 消費生活に身近な石油製品等の販売価格について、消費者取引及び価格の透明性を図る観点から、事業者団体に対して価格の店頭表示の協力を要請します。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 過大な景品類の提供や虚偽・誇大な表示による不当な顧客勧誘行為を防止するため、景品表示法に基づき、消費者相談等から得られた情報や販売店に対する立入調査を通じて、違反事例の発見と事業者指導の強化や事業者団体等向けの研修などに努め、消費者が適正に商品・サービスを選択できる環境を守ります。
＜県民生活・男女共同参画課＞

- ③ 高度化・複雑化する家庭用品に対して、消費者が製品の品質を正しく認識し、その購入に際して不測の損失や被害を受けることがないように市町村と連携し、販売店への立入調査などを通じて、違反事例の発見及び事業者指導を行うことにより、消費者利益の保護を図ります。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ④ 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基づき、健康食品等に医薬品的な効果効果を謳った広告等について、立入検査等により監視を行い、必要に応じて事業者への指導を行います。
＜薬務室＞
- ⑤ 食品に表示する栄養成分や特定の保健の用途に適する旨などについて、適正な表示を行うよう、製造・販売者に対して指導を行うとともに、消費者に対しては、食品の表示に関し適正な活用法等の普及啓発を行います。
＜健康づくり支援課＞
- ⑥ 消費者が安心して温泉を利用できるよう、温泉利用施設への立入調査等を通じて温泉利用事業者に対して、適正な温泉分析の掲示について指導を行います。
＜自然保護推進室＞
- ⑦ 食品表示法に基づいて、消費者の飲食による衛生上の危害の発生を防止するため、食品等事業者に対し、アレルギー物質等の食品表示を適正に行うよう監視指導を行います。
＜食品・生活衛生課＞
- ⑧ 不適正な食品表示については、食品表示110番等による消費者からの情報提供に関係機関が連携して対応するとともに、偽装が疑われる場合には、偽装表示対策チームにより迅速な調査・指導を行います。
＜食品・生活衛生課＞
- ⑨ 食品適正表示講習会の開催により、食品適正表示推進者を育成・支援します。
＜食品・生活衛生課＞
- ⑩ 直売所や道の駅等に出荷する小規模事業者に対して、講習会や立ち入り指導をこまめに行い、食品関連事業者に対して適切な食品表示の指導を行います。
＜食品・生活衛生課＞
- ⑪ 消費者が計量による不利益を被ることがないように、消費者自身に商品の内容量表示に関心を持ってもらうため、計量教室を実施し計量制度の啓発を行います。
＜新産業振興室＞
- ⑫ スーパー・販売店等事業者の立入検査を実施し、商品量目（計量器で計った商品の目方）や計量器について正確な計量の確保を指導します。
＜新産業振興室＞
- ⑬ 消費者の食品選択に適切な情報提供を行うため、食品表示法に基づく食品表示基準の普及啓発、店頭における調査、中間流通業者等の調査等の監視・指導を通じ、生鮮食品や加工食品の表示の適正化を進めます。
＜地域農業振興課＞

施策の方向(2) 消費者取引の適正化

【具体的な取組】

- ① 公正な消費者取引を推進し消費者被害の防止を図るため、事業者に対して特定商取引に関する法律を周知するとともに、消費生活相談等から得られた情報を基に、事業者に対して報告徴収や立入検査を実施し、不適正な取引行為を是正させるなど、法に基づく適正な事業活動を指導します。 <県民生活・男女共同参画課>
- ② 悪質事業者に対しては、被害の拡大を防止するため、適切に指導・勧告を行い、事業者名の公表を含めた行政処分を強化します。 <県民生活・男女共同参画課>
- ③ 広域的に活動する悪質事業者に対応するため、九州各県及び沖縄県に山口県を加えた「消費生活安心安全ネットワーク」や国等の関係機関と連携し、消費者被害の状況や問題解決の手法等の情報共有、事業者処分等を行い、処分情報を公表し、被害の拡大防止を図ります。 <県民生活・男女共同参画課>
- ④ 国民生活センターと地方公共団体の消費生活センター等を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（パイオネット：PIO-NET）」（※1）を活用するとともに、国民生活センターや他の都道府県、市町村、関係機関及び関係団体等と連携して、積極的に消費者被害についての情報収集を行います。 <県民生活・男女共同参画課>
- ⑤ 相談窓口に寄せられた相談事案や収集・蓄積した情報から、悪質商法の手口や消費者被害の実態や傾向等を分析し、市町村等と連携して消費者に対して的確な情報提供を行うことにより、消費者被害の未然防止・拡大防止に取り組みます。 <県民生活・男女共同参画課>
- ⑥ 庁内の関係部署や警察本部、大分県弁護士会等の関係機関で構成する「悪質商法等対策連絡協議会」において情報交換を行い、消費者被害に関する情報共有を図ります。 <県民生活・男女共同参画課>
- ⑦ 有料老人ホームに入居し、併設する居宅サービス事業所を利用する者に対して、適切な介護サービスが提供されるよう、事業者に対して研修を行うとともに、入居者の利益を侵害する行為が認められるときは、事業者に対して指導等を行います。 <高齢者福祉課>
- ⑧ 貸金業者の業務の適正な運営を確保するため、営業所への立入検査の強化に努めることにより、資金需要者が安心して貸金業者を利用できる環境を整えます。 <経営創造・金融課>
- ⑨ 旅行業務に関する取引の公正を維持し旅行者の利益を保護するため、旅行業等を営もうとする者に対して、登録及び各種届出に係る事務指導を行うとともに、無登録業者等の調査及び情報収集等を行い、無登録業者による旅行業の防止を図ります。 <観光政策課>
- ⑩ 旅行業者及び旅行業務取扱管理者等を対象に旅行業務の適切な運営に関する講習を行い、旅行業者の資質の向上を図ります。 <観光政策課>

- ⑪ 不動産取引の経験や知識が乏しい消費者が宅地や建物取引のトラブルに巻き込まれないよう、宅地建物取引業者への立入調査を実施し、重要事項説明や契約書の書面の交付状況等を確認し、必要に応じて適切な指導及び監督を行うことにより、宅地建物の取引の公正を確保します。
＜建築住宅課＞

用語の説明

※1 全国消費生活情報ネットワーク・システム（パイオネット：PIO-NET）

全国消費生活情報ネットワーク・システムとは、国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センター等に寄せられる消費生活相談情報の収集を行っているシステムです。

行政機関による消費者被害の未然防止・拡大防止のための法執行への活用、国・地方公共団体の消費者政策の企画・立案及び国民・住民への情報提供、地方公共団体の消費生活相談業務に対する支援等に活用されています。

施策の方向(3) 消費者の個人情報の保護

【具体的な取組】

- ① 個人情報が流出し悪用される被害を未然に防止するため、広報誌やリーフレット等による個人情報保護制度の広報・啓発に努めるほか、事業者の研修会へ講師を派遣するなど、事業者の個人情報保護に対する主体的な取組を支援します。
＜県政情報課＞

【指標及び目標値】

指 標	単 位	現況値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
ガソリン価格の店頭表示率	%	45.2	65.0
店頭における食品表示調査件数	件	26,178	29,000

主要な施策3 消費者被害の未然防止のための啓発活動等の推進

- 施策の方向
- (1) 詐欺等の犯罪の未然防止
 - (2) 多様な手段を用いた広報・啓発活動の推進
 - (3) 迅速かつ効果的な情報提供
 - (4) 消費者の特性に配慮した情報提供

【現状と課題】

金融商品取引名目の詐欺等を含む県下の特殊詐欺被害は、平成29年に237件、平成30年に126件、令和元年中、認知件数118件（前年比△14件）、被害額2億1,700万円（同△1,100万円）と減少しているものの、被害額は2億円を超え、依然として高止まりの状態にあります。

また、令和元年中、高齢者が被害者となる1千万円を超える高額な被害は6件にもものぼるなど、高齢者を狙った悪質な手口は後を絶たず、こうした特殊詐欺の被害防止を徹底することは、喫緊の課題となっています。県民の貴重な財産を奪う特殊詐欺等の犯罪を抑止するためには、被害の未然防止に関する情報提供や広報啓発活動を、一層推進していく必要があります。

被害者の年代や生活環境により被害に遭う手口も異なっており、それぞれの年齢層に応じた注意喚起や対策が必要です。昨年の被害者の年代別に見ると65歳以上の高齢者が50%を占めており、高齢者が被害に遭う率が依然として高い状況にあります。高齢者被害者数59件のうち、半数以上の34件は固定電話での被害であり、現状として特に高齢者の固定電話に対する被害防止対策が必要です。

強引な訪問販売や次々と商品を送り付ける次々販売などの悪質商法や、情報通信の利便性や匿名性を利用した架空請求詐欺、販売サイト等で低価格のお試し購入と思わせ複数回の契約を結ばせる定期購入などは依然として横行しており、その手口は年々悪質化・巧妙化する一方です。

さらに、生活の困窮に付け込むヤミ金融犯罪や食品偽装犯罪等による消費者被害も後を絶ちません。

消費者には「自ら必要な情報や知識を習得する自主性」や「自ら選択し消費者被害を防止できる判断力」が必要であり、消費者教育や啓発活動には、消費者被害の予防や救済についての知識を分かりやすく丁寧に伝えるだけでなく、消費者を取り巻く社会全体に目を向け、自らの価値観にしたがって意思決定し、積極的に事業者や行政に働きかけるなど、消費者としての権利意識を醸成することも求められています。

併せて、消費者問題を通じて地域社会における他者との共生や社会参加を促すなど、「消費者市民社会」を展望した消費者教育や啓発活動の推進も必要とされています。

そのためには、様々な機会を利用し、多様な広報媒体を活用して、迅速かつきめ細かな広報・情報提供を行うとともに、消費者の特性に合うよう創意工夫した啓発活動が重要になります。

また、誰もがいつでも情報や知識を習得できるような環境を整備することも大切です。

施策の方向(1) 詐欺等の犯罪の未然防止

【具体的な取組】

- ① 高齢者の特殊詐欺被害を防止するためには、「犯人と話をしない」対策が有効です。そのため、県内居住の高齢者を特殊詐欺被害から守るため、県内居住で65歳以上などの条件を満たす者に、特殊詐欺被害防止のための警告・録音機能等を備えている電話機や外付け機器の購入費用の補助を、市町村と一体となって実施します。 <県民生活・男女共同参画課>
- ② 高齢者が詐欺被害に遭わないよう、特殊詐欺被害防止コールセンターの設置や金融機関等と連携しての声かけ等水際対策を強化し、高齢者が被害に遭いやすい詐欺手口を掲載したチラシ等を活用して啓発活動を行います。 <警察本部生活安全企画課>
- ③ 架空料金請求詐欺など特殊詐欺の被害者はすべての年代に広がっていることから、具体的な手口や対策に関する各種広報啓発や注意喚起を関係機関と連携して行い、特殊詐欺(※1)に対する大分県民の抵抗力の向上を図ります。 <警察本部生活安全企画課>

用語の説明

※1 特殊詐欺

以下の詐欺等の総称をいいます。

- ・ 家族や警察官などになりすまし振込を要求するオレオレ詐欺
- ・ メールなどで有料サイト未払い料金や手数料などを請求する架空料金請求詐欺
- ・ 高額融資名目で保証金や手数料をだまし取る融資保証金詐欺
- ・ 還付金や給付金の支給をATMで操作させようとする還付金詐欺

この他にも、未公開株販売を勧誘する、競馬の情報提供を口実にする、異性の紹介を口実にするなどの様々な手口が発生しています。

施策の方向(2) 多様な手段を用いた広報・啓発活動の推進

【具体的な取組】

- ① 若者や勤労者、高齢者、障がい者等、それぞれの立場やニーズに応じた啓発資料を作成し、消費生活出前講座をはじめあらゆる機会を通じて情報提供を行います。 <県民生活・男女共同参画課>
- ② 地域や学校、職場等に積極的に向いて広報・啓発を行うとともに、その参加者が啓発の担い手となるよう「身近な人達への知識の伝達」を依頼するなどして、より多くの県民に対する知識の普及を図ります。 <県民生活・男女共同参画課>
- ③ 新聞、ラジオ、広報誌、チラシ、ホームページ、メールマガジン、SNS等の様々な媒体を活用した広報活動を行います。 <県民生活・男女共同参画課>

- ④ 生活衛生関係営業施設において、消費者がより安心できる施設を選択できるよう、公益財団法人大分県生活衛生営業指導センター等と連携し、安全・安心・衛生を認定する「Sマーク」制度の普及・周知を図るとともに、関係団体等による自主衛生管理体制の強化を促進します。
＜食品・生活衛生課＞
- ⑤ 第一種動物取扱業者への監視・指導を行うとともに、動物取扱責任者研修会等を通して、「動物の愛護及び管理に関する法律」に基づき販売する動物を直接見せることや対面により動物の特性等の情報を記載した文書の交付することで、消費者に適正な情報・知識を提供するように指導します。
＜食品・生活衛生課＞
- ⑥ 地域における自主防犯組織を支援することにより、パトロール活動等を活性化させ、安全で安心なまちづくりを推進することで、地域住民の防犯意識を醸成します。
＜県民生活・男女共同参画課、警察本部生活安全企画課＞
- ⑦ 特殊詐欺等の県民の財産を脅かす犯罪を抑止するため、被害防止に関する情報を各種広報媒体や大分県警察電子メール情報配信システム「まもめーる」等を活用して迅速かつ効果的に県民に提供します。
＜警察本部生活安全企画課＞

施策の方向(3) 迅速かつ効果的な情報提供

【具体的な取組】

- ① 市町村等と連携して、悪質商法の手口や商品等の危険性など消費者被害に関する情報を積極的に発信し、消費者に対する注意喚起による被害防止を図ります。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 事業者が消費生活条例第21条第1項により定められた不適正な取引行為を行っている認められ、かつその取引行為により消費者の被害の発生や拡大を防止するために必要があると認められるとき、さらに重大な被害が生じ又は生じるおそれがあると認められるときは、市町村等と連携して、消費者に対して速やかに事業者に係る必要な情報を提供します。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ③ 欠陥商品による被害の未然防止・再発防止を図るため、消費者安全法による情報収集、消費者庁への報告、消費者庁からの注意喚起情報の周知を市町村とともに実施します。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ④ ラジオやホームページなどの広報媒体を利用し、悪質商法等の犯行手口や消費者被害に係る犯罪検挙に関する情報等を迅速かつ効果的に提供します。
＜警察本部保安課＞

施策の方向(4) 消費者の特性に配慮した情報提供

【具体的な取組】

- ① 高齢者や障がい者を見守る人々向けの啓発資料を作成・配布するとともに、高齢者や障がい者と接する機会が多い福祉関係者等に対して、消費者トラブルへの対応に関する研修等を行い、高齢者等への注意喚起を促進します。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 若い世代の特性に配慮し、デジタルコンテンツ（インターネットを經由した音楽、画像、映像、書籍、ゲームなどの様々な教養娯楽サービス等）を活用した消費者被害の実態や防止策の情報提供に努めます。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ③ 子どもを不慮の事故から守るため、消費者庁から提供される子どもの事故や予防に関する情報をホームページに掲載するとともにメール配信して、子育て家庭等への注意喚起を促進します。
＜県民生活・男女共同参画課＞

【指標及び目標値】

指 標	単 位	現況値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
啓発講座の参加者人数(県+市町村)	人/年	19,861	25,000
SNS等による消費者被害に関する情報発信件数	回/年	-	50

主要な施策4 高齢者・若者・障がい者等への支援

- 施策の方向 (1) ユニバーサルデザインの普及
(2) 高齢者等の消費トラブル防止に向けた見守り体制の充実
(3) 認知症施策の推進
(4) 成年年齢引下げへの対応
(5) 障がい者や依存症患者など特性を踏まえた施策の推進

【現状と課題】

消費者の安全や安心を確保する重要な手段の一つとして、大分県では、建築物や公共の用に供する施設（道路、公園、路外駐車場）に対し、高齢者、障がい者を含むすべての県民が、使いやすい施設になるよう、バリアフリー等に関する基準を「大分県福祉のまちづくり条例」で定めるとともに、ユニバーサルデザインの普及啓発及び理解の促進を図っています。

急速に高齢化が進む中、高齢者世帯や判断力が不十分な高齢者等を狙った健康食品等の送り付け商法や、不安をあおって高額な工事等を迫る点検商法などの悪質商法は後を絶たず、その手口は年々悪質化、巧妙化しています。

また、スマートフォンやインターネットの普及により、若者だけでなく高齢者からのワンクリック請求や出会い系サイトなどのデジタルコンテンツに関する相談も増加しています。

このような消費者被害の未然防止・拡大防止のためには、何より消費者自身が危害を回避する能力を身に付けることが重要です。そのためには、世代の特性に応じた啓発活動や情報提供を行う必要があります。

特に高齢者や障がい者等を見守る人々に対する啓発や情報提供等をするとともに、見守り体制の充実を図ることが重要です。

施策の方向(1) ユニバーサルデザインの普及

【具体的な取組】

- ① ユニバーサルデザインの県民理解の促進に向けて、「ユニバーサルデザイン体験空間の設置」のほか、障がいや高齢のために歩行が困難な方に駐車場利用証を交付し、駐車場の適正な利用を促進する「あったか・はーと駐車場利用制度」を推進します。
＜福祉保健企画課＞
- ② 福祉のまちづくりを進めるため、「大分県福祉のまちづくり条例」の基準を満たした施設の設置者に対して適合証を交付するとともに、県のホームページ等において広く県民に広報をしていきます。
＜福祉保健企画課＞
- ③ さらに、高齢者や障がい者等様々なニーズを持つ県民の利便性の向上を図るため、「大分バリアフリーマップ」（※1）の充実を図っていきます。
＜福祉保健企画課＞

用語の説明

※1 大分バリアフリーマップ

「大分バリアフリーマップ」は、高齢者や障がいのある方、小さな子ども連れの方など、誰もが安心して外出する手助けとなるように、大分県内の各種施設について、利用に配慮した設備に関する情報を掲載しています。

平成15年度に行った調査を基にホームページを開設し、平成21年度に再調査を行い、データとホームページを一新して公開しています。

参考HP：大分バリアフリーマップ掲載 <http://oita.bfmap.jp/>

施策の方向(2) 高齢者等の消費トラブル防止に向けた見守り体制の充実

【具体的な取組】

- ① 高齢者や障がい者等の消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、市町村や地域包括支援センター等の関係機関と連携し、高齢者等を見守る人々への啓発活動や情報提供等を行うとともに、高齢者等を地域みんなで見守る仕組みづくりに努めます。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 高齢者などの消費者被害を防ぐため、市町村及び地域の関係者が連携した消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の構築を支援します。＜県民生活・男女共同参画課＞
- ③ 高齢者が消費者被害に遭わないよう、サロンや老人クラブ、公民館等へ消費生活啓発講師を派遣するとともに、健康や将来への不安に付け込む悪質商法への注意を喚起するなど、高齢者の特性に配慮した啓発活動を行います。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ④ 高齢者を見守る人々向けの啓発資料を作成・配布するとともに、高齢者と接する機会の多い福祉関係者等に対して、消費者トラブルへの対応に関する研修等を行い、高齢者への注意喚起を促進します。
＜県民生活・男女共同参画課＞

○関連する計画について

計画の名称	おおいた高齢者いきいきプラン (大分県高齢者福祉計画・介護保険事業支援計画)
計画策定年度	令和2年度
計画期間	令和3年度～令和5年度
計画掲載HPのURL	https://www.pref.oita.jp/soshiki/12300/

施策の方向(3) 認知症施策の推進

【具体的な取組】

- ① 市町村や地域包括支援センター等の関係機関と連携し、高齢者等を見守る人々への啓発活動や情報提供等を行うとともに、成年後見制度や福祉サービス利用援助事業を周知します。
＜高齢者福祉課、県民生活・男女共同参画課＞
- ② 判断能力が不十分な人の生活と財産を保護するための日常生活自立支援事業や成年後見制度の利用を促進し、消費者被害の防止や早期の被害回復を図ります。
＜福祉保健企画課、障害者社会参加推進室＞

施策の方向(4) 成年年齢引下げへの対応

【具体的な取組】

- ① 成年年齢の18歳への引下げを周知するための教材「社会への扉」の活用推進や、高校生に対して被害防止のための講座を実施します。また、若者が巻き込まれやすい消費者トラブルに関する情報提供を積極的に行います。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 大学生や企業の初任者等に対し出前講座を行い、消費者被害防止のための啓発講座を行います。
＜県民生活・男女共同参画課＞

施策の方向(5) 障がい者や依存症患者など特性を踏まえた施策の推進

【具体的な取組】

- ① 市町村や地域包括支援センター等の関係機関と連携し、障がい者等を見守る人々への啓発活動や情報提供等を行うとともに、成年後見制度や福祉サービス利用援助事業を周知します。
＜障害者社会参加推進室、県民生活・男女共同参画課＞
- ② 障がい者を見守る人々向けの啓発資料を作成・配布するとともに、障がい者と接する機会が多い福祉関係者等に対して、消費者トラブルへの対応に関する研修等を行い、障がい者への注意喚起を促進します。
＜県民生活・男女共同参画課＞

【指標及び目標値】

指 標	単 位	現況値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
あったか・はーと駐車場協力施設数	施設	1,213	1,500
消費者安全確保地域協議会設置市町村の県内人口カバー率	%	0	50

主要な施策5 事業者指導の強化

- 施策の方向 (1) 悪質事業者の監視及び消費者被害に係る犯罪の取締りの強化
(2) 消費者被害についての情報収集及び分析

【現状と課題】

悪質化・巧妙化する様々な悪質商法や詐欺商法等による消費者被害は、依然として後を絶ちません。

このような悪質商法等による消費者被害の拡大を防止するためには、悪質事業者に対する指導・監視を徹底し、厳正な対処とその横行を阻止する必要があります。

なお、消費者被害に係る犯罪は、被害が潜在化したり、短期間に大きく被害が広がったりする傾向があるため、関係機関と連携して情報を共有することにより、被害情報の早期把握に努め、取締りを強化することが重要です。

消費者と事業者の間には、情報の質や量をはじめその交渉力に大きな格差が存在しています。多くの消費者は、事業者から一方的に商品やサービスの情報を受け取り、勧誘をされて取引に応じるといった受動的な立場にあり、このような状況において商品やサービスの取引や安全性の問題等に係る深刻な消費者被害が発生しているといえます。

消費者被害の未然防止・拡大防止を図るためには、国民生活センター等の関係機関が連携し、拡大するおそれのある消費者被害の状況については、消費生活相談窓口に寄せられた被害情報の早期把握に努め、多くの情報を共有・分析することが重要です。

施策の方向(1) 悪質事業者の監視及び消費者被害に係る犯罪の取締りの強化

【具体的な取組】

- ① 九州各県の担当者等で構成する特定商取引法関係機関連絡会議や消費者の安全安心ネットワーク会議において、悪質事業者に関する情報交換を行い、必要な対策を共同で進めます。
<県民生活・男女共同参画課>
- ② 消費者被害を早期に把握するため、関係機関との連携を強化し、情報の共有化をさらに図るとともに、被害の拡大防止の観点から、県民の安全・安心を著しく脅かす犯罪や被害が拡大するおそれのある犯罪など、悪質な犯罪に重点を置いた取締りを行います。
<警察本部保安課>

施策の方向(2) 消費者被害についての情報収集及び分析

【具体的な取組】

- ① 国民生活センターと地方公共団体の消費生活センター等を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（パイオネット：PIO-NET）」、景品表示法執行ネット及び特定商取引法執行ネットを活用するとともに、国民生活センターや他の都道府県、市町村、関係機関及び関係団体等と連携して、積極的に消費者被害についての情報収集を行います。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 相談窓口に寄せられた相談事案や収集・蓄積した情報から、悪質商法の手口や消費者被害の実態や傾向等を分析し、市町村等と連携して消費者に対して的確な情報提供を行うことにより、消費者被害の未然防止・拡大防止に取り組みます。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ③ 庁内の関係部署や警察本部、大分県弁護士会等の関係機関で構成する「悪質商法等対策連絡協議会」において情報交換を行い、消費者被害に関する情報共有を図ります。
＜県民生活・男女共同参画課＞

主要な施策6 消費生活相談体制の充実・強化

- 施策の方向
- (1) 消費生活相談体制の強化
 - (2) トラブルの早期解決に向けた支援
 - (3) 他機関等における消費生活相談体制の充実
 - (4) 商品事故に関する原因究明テスト機関との連携

【現状と課題】

県の消費生活センター（消費生活・男女共同参画プラザ）に寄せられた消費生活に係る相談件数は、市町村消費生活センターとの分担が進んでいることもあり、架空請求を含む不当請求の急増した平成29年以降減少しています。

令和元年度の相談件数は2,688件で、前年度に比べて357件、率では11.7%減少したものの、電子商取引に伴う消費者相談件数は増えています。消費者ニーズの多様化に伴い、日常生活に必要な商品をはじめとして、デジタルコンテンツや情報通信サービス、金融、保険、住宅など、商品・サービスの多様化・複雑化は一層進行しています。

消費生活相談員には、これらの商品・サービスに関する消費生活相談に対応するため、関連する法的専門知識だけでなく、商品・サービスの品質や内容などに関する幅広い専門的知識が必要とされます。また、問題解決に向けて高い交渉力やコミュニケーション力も求められます。

今後、県の消費生活センターは、県内の消費生活相談の中核的機関（センター・オブ・センターズ）として、消費者からの相談対応に加えて、市町村の相談窓口では解決困難な専門性の高い事案や複雑な契約形態の事案、または広域的な見地を必要とする事案などに、的確かつ迅速に対応していくことが求められます。そのためにも、豊富な知識と経験を備えるとともに、高い指導力を持つ相談員の育成に取り組む必要があります。

公益社団法人大分県薬剤師会では、独自に「お薬相談110番」事業を行うとともに、相談体制の整備された「かかりつけ薬局」への移行を推進しており、県民からの薬に関する専門的な相談にも対応できる相談体制が整備されています。

平成22年6月の改正貸金業法の完全施行から10年が経過し、規制の強化により登録貸金業者が減少していることに伴い、貸金業に係る苦情相談件数は年々減少傾向にあります。

個別案件については、丁寧に事情を聞いた上で適切な対応が求められています。

現在、警察本部広報課及び県下警察署に警察安全相談窓口を設けており、「#9110」相談専用電話や警察署の代表電話、面接、メール等により県民からの各種相談に対応しています。相談受理件数は、令和元年は22,249件で、前年対比250件増加しています。そのうち特殊詐欺、ヤミ金、ネット上の悪質商法等の相談は、全体の約1割を占めています。

専任相談員は、警察署の相談係の警察官1名及び7警察署に8名の非常勤職員を配置しています。特殊詐欺や悪質商法事案は、複雑多様化、巧妙化しています。これらの犯罪を未然に防止し、消費者被害を食い止めるためにも、県民からの早期の相談や情報提供が最も重要であると思われます。

今後は、あらゆる機会を通じて、警察相談窓口や相談電話（#9110）の周知活動を徹底するとともに、関係機関と連携して警察署から遠隔地となる地域における出張相談窓口を開設するなど、相談しやすい環境づくりの必要があります。

また、インターネットを利用した契約トラブル等の専門的な相談への充実が求められています。そ

のほか食品、医療、福祉サービスをはじめ、旅行サービスや金融、住宅の分野においては、消費者からの相談が多く、専門的な相談体制の一層の充実が求められています。

施策の方向(1) 消費生活相談体制の強化

【具体的な取組】

- ① 消費生活相談員の相談対応能力の向上を図るため、国民生活センター等が主催する各種研修への参加を促すとともに、指定消費生活相談員養成研修や相談員と各分野の専門家と相談事例検討を行うフォローアップ研修を実施し、消費生活相談体制の充実・強化を図ります。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 消費生活に関する情報の収集・提供を積極的に行うとともに、相談の中核的機関である国民生活センターとの連携を密にして、消費生活センターの総合的機能の充実を図ります。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ③ 専門的知見を必要とする案件については、弁護士による法律相談や各専門機関と連携し、適切に対応します。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ④ 消費者からの消費者金融やクレジットなどの借金の返済等に関する相談については、九州財務局大分財務事務所多重債務相談窓口や大分県弁護士会等と多重債務者対策連絡会議等で情報交換を行うなど連携を図り、適切に対応します。 ＜県民生活・男女共同参画課＞
- ⑤ 食品表示については、「食品表示110番」を窓口として関係機関と連携して、消費者に分かりやすい対応に努めます。 ＜県民生活・男女共同参画課、食品・生活衛生課＞
- ⑥ 消費者庁に対して、消費者の意見や地域の実情を踏まえた提言や要請を行うとともに、地方消費者行政の強化について協力を求めます。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ⑦ 従来から実施している電話及び面接による消費生活相談に加え、インターネットを活用したオンラインによる相談を実施します。
＜県民生活・男女共同参画課＞

【県の消費生活センター】

相談専用電話：097-534-0999

(場所：大分市東春日町1-1 NS大分ビル1階)

【消費者庁の消費者ホットライン】

電話：188 (いやや!)

188を押して、アナウンスに従って操作すると、最寄りの消費生活センターなど相談窓口につながります。

【警察相談専用電話】

電話：#9110

生活の安全に関する不安や悩みに関する相談を受け付けています。
#9110を押すと、地域を所管する県の警察総合相談室などの相談窓口につながります。

○市町村消費生活相談窓口

(R2.10.1現在)

市町村	相談機関名	電話番号	市町村	相談機関名	電話番号
大分市	市民活動・消費生活センター(ライフパル)	097-534-6145	杵築市	消費生活センター	0978-62-1808
別府市	消費生活センター	0977-21-1881	宇佐市	消費生活センター	0978-25-5581
中津市	消費生活センター	0979-22-1120	豊後大野市	消費生活センター	0974-22-1018
日田市	消費生活センター	0973-22-9393	由布市	消費生活センター	097-582-7361
佐伯市	消費生活センター	0972-22-3221	国東市	消費生活センター	0978-72-5183
臼杵市	消費生活センター	0972-63-8953	姫島村	水産・観光商工課	0978-87-2279
津久見市	市民生活課	0972-82-2008	日出町	商工観光課	0977-73-0606
竹田市	消費生活センター	0974-63-4834	九重町	商工観光・自然環境課	0973-76-3150
豊後高田市	消費生活センター	0978-25-6157	玖珠町	企画商工観光課	0973-72-7153

施策の方向(2) トラブルの早期解決に向けた支援

【具体的な取組】

- ① 相談の内容に応じて、あっせんを行うなど適切かつ迅速に対応します。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 専門的知見を必要とする相談や対応困難な案件については、各専門機関と連携し、早期解決を図ります。
＜県民生活・男女共同参画課＞

施策の方向(3) 他機関等における消費生活相談体制の充実

【具体的な取組】

- ① 「大分県医療安全支援センター」において、医療に関する患者や家族からの苦情相談等に迅速に対応し、医療機関に対して情報提供や相談者への適切な対応の調整を行います。
＜医療政策課＞
- ② 県民からの医薬品や健康食品等に関する相談に対して、公益社団法人大分県薬剤師会が開設している「お薬相談110番」事業を紹介することにより、薬剤師による専門的な指導・助言が受けられるようにします。
＜薬務室＞
- ③ 大分県国民健康保険団体連合会「介護サービス苦情処理事務局」において、介護サービス利用者やその家族等からの苦情相談に適切に対応し、利用者の権利擁護等を図ります。
＜高齢者福祉課＞
- ④ 高齢者総合相談センターにおいて、高齢者やその家族からの生活相談等に適切に対応できるよう相談機能の充実に努めるとともに、専門的知見を必要とする苦情相談については、弁護士や他の相談機関との連携により、早期の解決を図ります。
＜高齢者福祉課＞
- ⑤ 障がい者の消費者トラブルを含む様々な相談に適切に対応できるよう「大分県障がい者差別解消・権利擁護推進センター」等相談体制の充実を図ります。
＜障害者社会参加推進室＞
- ⑥ 貸金業に係る苦情相談については、日本貸金業協会、警察及び弁護士会等の専門機関と連携し、適切に対応します。
＜経営創造・金融課＞
- ⑦ 旅行会社を取り扱った旅行業務に関する苦情相談等に対し、「一般社団法人全国旅行業協会大分県支部」において必要な助言及び調査を行い、苦情の適切な解決を図ります。
＜観光政策課＞
- ⑧ 住宅の新築やリフォームの契約のトラブルについては県建築住宅課で、工事後の住宅の不具合に関する施工業者とのトラブルや住宅に関する相談については、建築担当窓口がある6土木事務所（別府・大分・臼杵・豊後大野・日田・中津）又は建築住宅関係窓口のある6市役所（大分市・別府市・宇佐市・中津市・日田市・佐伯市）において対応します。
＜建築住宅課＞

- ⑨ 国土交通大臣の指定を受けた住宅専門の電話相談窓口「住まいのダイヤル」（公益財団法人住宅リフォーム・紛争処理支援センター）の周知・利用促進に努めます。 <建築住宅課>
- ⑩ 9月11日の「警察相談の日」の活動として、ポスター・メモ帳等の作成や県下各所における出張相談窓口の開設等により、県民に相談電話「#9110」や各警察署に常設されている警察相談窓口の周知を図ります。また、警察署広報誌への掲載や各種会合の機会を通じて、地域住民に相談電話や相談窓口の設置について周知を図ります。 <警察本部広報課>
- ⑪ 9月11日の「警察相談の日」を中心とした一定の期間内に、警察署から遠隔地となる地域において、出張相談所を開設し、県民からの相談に対応します。 <警察本部広報課>
- ⑫ 県警の相談担当者の養成と研修を行います。
 - (1) 警察署の相談担当警察官及び、相談受理機会の多い交番所長等を対象とした専門課程研修を実施します。
 - (2) 相談担当警察官に対する研修会を実施します。
 - (3) 警察署に配置している相談員に対する研修会を実施します。
 - (4) 警察署への巡回指導による研修会を実施します。 <警察本部広報課>

施策の方向(4) 商品事故に関する原因究明テスト機関との連携

【具体的な取組】

- ① 生命・身体に関する重大事故等の情報を、直ちに消費者庁に通知するなど、消費者事故情報等の適正処理に努めるとともに、必要に応じて国民生活センターや製品評価技術基盤機構等の専門機関と連携し、事故原因の究明や事業者への指導、消費者への注意喚起を行います。 <県民生活・男女共同参画課>
- ② 消費生活相談窓口に寄せられた相談に関する商品や、危険性が疑われる商品の安全性や品質などに関しては、国民生活センターや専門機関等と連携して、商品トラブルに関する相談に対応します。 <県民生活・男女共同参画課>

【指標及び目標値】

指 標	単 位	現況値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
県内の消費生活相談窓口におけるあっせん解決率	%	93.0	96.6

○消費生活に関する主な相談・苦情窓口一覧(分野別)

【令和3年3月10日現在】

分野	相談機関	電話等	相談内容
消費	県の消費生活センター	TEL 097-534-0999	商品やサービスなど消費生活全般に関する苦情や問合せなど、消費者からの相談
	市町村の消費生活相談窓口	P28参照	商品やサービスなど消費生活全般に関する苦情や問合せなど、消費者からの相談
	消費者庁の消費者ホットライン	TEL 188 (いやや!)	188を押して、アナウンスに従って操作すると、最寄りの消費生活相談窓口につながります。
医療・福祉	大分県医療安全支援センター ※各保健所でも対応	TEL 097-506-2644	患者・家族等からの医療に関する相談・苦情
	大分県国民健康保険団体連合会 介護サービス苦情処理事務局	TEL 097-534-8475	介護サービスに関する不満、苦情等
	シルバー110番(高齢者総合相談センター)	TEL 097-558-7788	高齢者の生活全般についての相談
	大分県障がい者差別解消・権利擁護推進センター	TEL 097-558-7005	障がい者の総合相談
保険	大分県生命保険協会	TEL 097-534-2130	生命保険に関する相談・照会・苦情
	そんぽADRセンター九州(一般社団法人日本損害保険協会)	TEL 092-235-1761	損害保険に関する相談対応、苦情・紛争の解決
金融	日本貸金業協会熊本県支部	TEL 096-322-3640	貸金業に係る金融トラブル
	銀行とりひき相談所(一般社団法人大分県銀行協会)	TEL 097-532-8178	銀行取引に関する相談
	九州財務局 大分財務事務所	TEL 097-532-7188	国(財務局)登録貸金業者に関する相談多重債務相談
	大分県経営金融支援室	TEL 097-506-3226	大分県知事登録貸金業者に関する相談
警察	大分県警察本部総合相談	TEL #9110(097-534-9110)	DV、スーカー、特殊詐欺、ヤミ金、悪質商法、近隣トラブル等の相談 ※最寄りの警察署でも相談を受けています。
司法	日本司法支援センター 大分地方事務所 法テラス大分	TEL 0570-078-363	法制度や手続き、関係機関の相談窓口の案内 民事法律扶助による無料法律相談
	大分県弁護士会 法律相談センター	TEL 097-536-1458	法律相談(要予約) ※多重債務相談(無料)
	大分県司法書士総合相談センター	TEL 097-533-4110	法律相談(要予約)
住宅関係	公益社団法人 全日本不動産協会 大分県本部事務局	TEL 097-534-3839	不動産に関する相談
	大分県 建築住宅課 建築担当窓口のある6土木事務所 (別府、大分、臼杵、豊後大野、日田、中津) 又は建築住宅関係窓口のある6市役所 (大分市・別府市・宇佐市・中津市・日田市・佐伯市) ※市役所の窓口については、各市役所にお尋ねください。	建築住宅課 TEL 097-506-4679 別府土木事務所 建築住宅課 TEL 0977-67-0211 大分土木事務所 建築住宅課 TEL 097-558-2141 臼杵土木事務所 建築住宅課 TEL 0972-63-4136 豊後大野土木事務所 企画調査課 TEL 0974-22-1056 日田土木事務所 企画調査課 TEL 0973-23-2141 中津土木事務所 建築住宅課 TEL 0979-22-2110	住宅リフォームに関する建築相談 耐震改修工事に関する相談
	住まいのダイヤル (公益財団法人住宅リフォーム・紛争処理支援センター)	TEL 0570-016-100	住宅に関するあらゆる相談
	一般社団法人 大分県宅地建物取引業協会	TEL 097-536-3758	不動産に関する相談
	一般財団法人大分県建築住宅センター	TEL 097-537-0300	住宅に関する相談
食品	食品表示110番(消費生活・男女共同参画プラザ内)	TEL 097-536-5000	食品の表示に関する相談
生活衛生	公益財団法人 大分県生活衛生営業指導センター	TEL 097-537-4858	飲食業、理・美容業、クリーニング業、ホテル・旅館業など11業種の相談
LPガス	大分県エルピーガス消費者相談所	TEL 097-551-9929	LPガスに関する相談
薬	おくすり相談110番 (公益社団法人 大分県薬剤師会 薬事情報室)	TEL 097-544-9512	医薬品に関する相談
旅行	一般社団法人 全国旅行業協会 大分県支部	TEL 097-573-5522	「旅行会社」を利用した場合の苦情・相談
自動車	一般社団法人自動車公正取引協議会 消費者相談室	TEL 03-5511-2115	車・バイクの購入等に関する相談
	大分県中古自動車販売協会	TEL 097-535-8555	中古車の購入等に関する相談
情報	独立行政法人情報処理推進機構 情報セキュリティ安心相談窓口	TEL 03-5978-7509	情報セキュリティに関する相談
新聞	大分県支部新聞公正取引協議会	TEL 097-534-6640	新聞の訪問販売に関する相談・苦情

主要な施策7 紛争の適切かつ迅速な解決

- 施策の方向 (1) 消費者苦情処理委員会の活用
(2) 他の裁判外紛争解決機関の活用

【現状と課題】

多種多様な商品・サービスや新たな取引形態による消費者トラブル、悪質かつ巧妙な手口の悪質商法による被害など、消費生活相談の内容が複雑多様化、深刻化する中、消費生活相談員による通常のあっせんでは、解決困難な場合があります。

一方、裁判制度は手続きが難しく、費用や時間もかかります。また、経過や結果が公開されてしまうことなどから、利用をためらう消費者も少なくありません。

そのため、平成21年に始まった国民生活センター紛争解決委員会などのADR(裁判外紛争解決手続)による解決も図られています。

また、現代社会においては、製品の高度化・複雑化が進み、安全性の確保を製造業者に依存する度合いが一層大きくなっていることから、製造物責任法では、製造業者等に「過失」がなくても、製品に「欠陥」があれば賠償責任を負わせることとしています。

製品事故の被害救済については、製品分野ごとに専門的知見を活かし、公平性・中立性に配慮し整備された製品分野別裁判外紛争処理機関の周知も重要です。

消費者に対して、裁判の欠点を補い紛争の実情に即した迅速な解決を図るなどの柔軟な対応が可能である大分県消費者苦情処理委員会の調停や、各種裁判外紛争解決手続を広く周知し、活用を図る必要があります。

施策の方向(1) 消費者苦情処理委員会の活用

【具体的な取組】

- ① 消費生活センターによる解決が著しく困難な事案については、大分県消費者苦情処理委員会に付託し、紛争の解決に努めます。
＜県民生活・男女共同参画課＞

施策の方向(2) 他の裁判外紛争解決機関の活用

【具体的な取組】

- ① 同種の被害が相当多数の者に及び、または及ぶおそれがある事件に係るものや、国民の生命・身体・財産に重大な危害を及ぼし、または及ぼすおそれがあるものなど重要消費者紛争については、国民生活センター紛争解決委員会(※1)の活用を促進します。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 製品分野ごとの専門的知見を必要とする紛争については、製品分野別裁判外紛争処理機関との連携により、迅速かつ適切な解決を図ります。
＜県民生活・男女共同参画課＞

- ③ 金融トラブルを円滑に解決するため、金融分野における裁判外紛争解決制度(金融ADR制度)の周知等により、トラブルの適切な解決に努めます。 <県民生活・男女共同参画課>
- ④ 日本司法支援センター「法テラス」の民事法律扶助業務の周知を図るとともに、連携して多重債務問題やその他の法的トラブルの紛争解決を図ります。
<県民生活・男女共同参画課>
- ⑤ 日本司法支援センター大分事務所(法テラス大分)、九州財務局大分財務事務所、大分県弁護士会、大分県司法書士会、大分県金融広報委員会等の様々な関係機関と連携して、消費者問題に関する情報・意見交換や事業協力等により、消費者被害の救済や被害防止・拡大防止に取り組みます。
<県民生活・男女共同参画課>
- ⑥ 建設工事の請負契約をめぐる紛争について、建設業法に基づく「大分県建設工事紛争審査会」が行う、あっせん、調停、仲裁によって、早期の紛争の解決を図ります。
<土木建築企画課>

用語の説明

※1 独立行政法人国民生活センター紛争解決委員会

国民生活センターに設置された独立行政法人国民生活センター紛争解決委員会は、重要消費者紛争(消費者と事業者との間で起こる紛争のうちその解決が全国的に重要であるもの)について、和解の仲介や仲裁を行います。

独立行政法人国民生活センター紛争解決委員会事務局

電話 03-5475-1979 <http://www.kokusen.go.jp/adr/hunsou/>

基本目標 Ⅱ 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速

主要な施策1 ライフステージに応じた消費者教育の推進

- 施策の方向
- (1) 幼児期における消費者教育の推進
 - (2) 小学生期・中学生期・高校生期における消費者教育の推進
 - (3) 成年年齢引下げに伴う消費者教育の充実
 - (4) 成人期における消費者教育の推進

【現状と課題】

消費者市民社会の実現のためには、消費者が安心して消費生活を営める市場を構築するとともに、消費者一人ひとりが、高い判断力と意思決定力を持ち「被害に遭わない自立した消費者」となり、「消費者問題は自分だけでなく社会の問題」と理解し、実践できることが重要です。

そのためには、消費生活に関して自ら進んで必要な知識を修得し、必要な情報を収集するなど自主的かつ合理的に行動できる消費者を目指して、幼児期、小学生～高校生期、成人期（若者、一般、高齢者）のライフステージに応じて、体系的に消費者教育を推進する必要があります。

新学習指導要領において、社会科や家庭科、技術・家庭科等を中心に消費者教育に関する内容が充実されたことに加え、平成24年12月の消費者教育推進法の施行や、令和2年3月の第4期消費者基本計画の策定を受けて、学校教育における消費者教育の一層の充実が図られているところです。

具体的には、小学校の家庭科において、物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考えることや、身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できることなどを指導しています。

中学校では、社会科（公民的分野）において、金融の仕組みや働き、消費者の自立の支援なども含めた消費者行政について指導するほか、技術・家庭科（家庭分野）において、自分や家族の消費生活に関心を持ち、消費者の基本的な権利と責任について理解させることや販売方法の特徴について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができることなどを指導しています。

今後の課題としては、今日のモノや情報があふれている社会及びネット販売や通信販売、キャッシュレスの時代に象徴される「実体のない経済活動」が主流となるこれからの社会において、発達段階に応じて、必要なものを選択するための適切な判断力や計画的に消費活動を行う力、消費者トラブルを回避する力や解決する力など、日常生活における実践力の素地を確実に養成していくことが必要です。

令和4年4月1日の改正民法の施行により、成年年齢が引き下げられ、18歳から一人で有効な契約をすることができるようになる一方、保護者の同意を得ずに締結した契約を取り消すことができる年齢は17歳までとなります。このことを踏まえ、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のため、また、若年者の消費者被害防止・救済のためにも、これまで以上に消費者教育の充実が求められています。また、新高等学校学習指導要領（平成30年3月告示）において、公民科、家庭科では消費者教育に関する内容が充実され、学校教育における消費者教育の一層の充実が図られているところです。

特別支援学校では、社会科や家庭科等において生産、消費等の経済活動に関する事柄や、家庭生活における計画的な消費や余暇の有効な過ごし方等について指導しています。

高等学校では、情報科等において、「情報活用の実践力」、「情報の科学的な理解」、「情報社会に参画する態度」を育成する教育を実施しており、今後、さらなる情報活用能力向上を図るために、体系的・系統的な指導の充実を図る必要があります。

成人期においては、消費者問題に関心がある人は、積極的に様々な機会を捉えて知識や情報を得ており一定の消費者教育が行われているといえますが、関心を持たない人に対して、どのように消費者教育や啓発の場を提供していくかが今後の課題といえます。

豊かで活力ある生涯学習社会の形成に向けて、県民の高度化・多様化する学習ニーズへの対応と、現代的・社会的な課題に対応できる自立した個人や地域社会の形成が求められています。消費者教育においても、多様な媒体を用いた最新の情報提供を行うとともに、県民誰もがいつでも情報や知識を習得できる学習機会の提供が重要です。

高度情報通信社会の進展により、インターネットを活用した取引が増加して利便性が向上する一方、関連する様々な消費者問題も数多く発生しています。

そして、情報化社会の進展に伴い、新たな情報機器やインターネットサービスが登場しています。県民が安心してITを活用するために求められる、情報モラルや情報セキュリティに関する基本的対策の必要性は、ますます高まっており、相談体制の整備や啓発がさらに重要になっています。

施策の方向(1) 幼児期における消費者教育の推進

【具体的な取組】

- ① 保護者等に対して、子どもの身の回りの危険性や環境問題、食の安全性等について、情報提供を行います。 <県民生活・男女共同参画課>

施策の方向(2) 小学生期・中学生期・高校生期における消費者教育の推進

【具体的な取組】

- ① 消費生活において、自主的かつ合理的に行動できる消費者の育成による消費者市民社会の実現に向けて、小学生期から高校生期までの各段階に応じた消費者教育を、教育委員会や学校現場、市町村、その他関係機関、地域住民等と連携し、体系的に実施するための推進体制を構築します。 <県民生活・男女共同参画課>
- ② 学校に積極的に出向いて、教育現場のニーズに応じた啓発講座等を実施し、消費者教育を推進します。 <県民生活・男女共同参画課>
- ③ 教育現場における消費者教育に適したDVDやパンフレット、テキスト等の啓発教材を作成し、活用方法等と併せて紹介します。 <県民生活・男女共同参画課>
- ④ 保護者等に対して、子どもの身の回りの危険性や環境問題、食の安全性等について、情報提供を行います。《再掲》 <県民生活・男女共同参画課>

- ⑤ 児童生徒が発達段階に応じて、消費者の基本的な権利と責任について理解し、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができるとともに、情報通信ネットワークにおける基本的な情報利用の仕組みを知り情報モラルについて考えることができるよう、社会科や家庭科、技術・家庭科等の時間に指導します。 <教育庁義務教育課>
- ⑥ 特別支援学校では、消費者の願いや他地域との関わり、消費生活、消費者の基本的な権利と責任などについて社会科、家庭科等の時間において指導の充実を図っていきます。 <教育庁特別支援教育課>
- ⑦ 高等学校では、消費生活の現状と課題や消費行動と意思決定、消費者の権利と責任、消費生活と生涯を見通した経済の計画、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題や消費者の自立と支援などを各教科・科目、特別活動等において指導します。 <教育庁高校教育課>
- ⑧ 各教科等において、小学校及び中学校段階の基礎の上に、コンピュータや情報通信ネットワークなどを実践的に活用し、「情報活用の実践力」、「情報の科学的な理解」、「情報社会に参画する態度」の育成を充実させます。 <教育庁高校教育課>
- ⑨ 教職員の研修等への参加、消費生活や消費者教育について専門的知識を有する外部人材の活用、消費生活センター等との連携等を推進し、消費者教育の充実を図ります。 <教育庁高校教育課>

施策の方向(3) 成年年齢引下げに伴う消費者教育の充実

【具体的な取組】

- ① 大分県金融広報委員会（※1）と連携し、高校生向けの「巣立ち教育出前講座」を行い、社会に出て消費者トラブルに巻き込まれないよう消費者教育を行います。 <県民生活・男女共同参画課>
- ② 大学生や企業の初任者等に対し出前講座を行い、消費者被害防止のための啓発講座を行います。《再掲》 <県民生活・男女共同参画課>
- ③ 成年年齢の18歳への引下げを周知するための教材「社会への扉」の活用推進や、高校生に対して被害防止のための講座を実施します。また、若者が巻き込まれやすい消費者トラブルに関する情報提供を積極的に行います。《再掲》 <県民生活・男女共同参画課>

用語の説明

※1 大分県金融広報委員会（知るぽると）

大分県金融広報委員会（昭和 25 年設立）は、県知事を会長として、大分県、日本銀行大分支店、九州財務局大分財務事務所、県内の金融機関などによって構成され、中立・公正な立場で県民の暮らしに身近な金融広報に関する幅広い広報活動を行っています。

■暮らしに役立つ金融経済情報の提供

- ・金融広報アドバイザー（講師）の無料派遣
…金融・経済に関する多様な知識・情報をわかりやすく伝えます。
(原則 10 名以上が対象です。)
- ・金融学習グループに対する支援
…金融・経済について自主的学ぶ 15 名以上のグループの活動に対して支援します。

■金融・金銭教育の普及

- ・地域や学校等における講座、講習会、セミナーなどを開催します。
- ・教材、資料、実践事例集の提供や、ビデオ等の貸出を行います。

事務局：大分市長浜町 2-13-20（日本銀行大分支店内）

電話 097-533-9116

FAX 097-538-7085

HPは「知るぽると大分」で検索

施策の方向(4) 成人期における消費者教育の推進

【具体的な取組】

- ① 消費生活相談の多いインターネットやスマートフォンなどの情報端末の利用に関して、啓発資料の配布や出前講座の実施などトラブル防止のための対策を講じます。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 高齢者に対しては、「被害に遭わない自立した消費者」を目指して、サロンや老人クラブ、公民館等へ消費生活啓発講師を派遣するとともに、健康や将来への不安に付け込む悪質商法への注意を喚起するなど、高齢者の特性に配慮した消費者教育を行います。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ③ 地域や学校、職場等に積極的に出向いて出前講座を実施し、成人期における消費者教育を推進します。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ④ 消費問題について地域住民への啓発を図るため、消費者教育に係る講座をインターネットで配信します。
＜教育庁社会教育課＞

【指標及び目標値】

指 標	単 位	現況値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
巣立ち教育出前講座実施回数	回／年	23	40
社会への扉等の活用率	%	82	100
消費生活出前講座実施回数(県+市町村)	回／年	463	610

主要な施策2 消費者教育推進のための人材育成

施策の方向(1) 消費者教育、啓発を担う人材の育成

【現状と課題】

高齢化や高度情報化といった社会情勢の変化により、消費生活相談窓口寄せられる消費者トラブルの内容は、年々多様化・複雑化しています。悪徳商法などの巧妙な手口により加害者が特定できず被害回復が見込めない場合も多いため、何より被害に遭わないことが重要です。

そのためには、行政だけでなく学校や地域などの地域における様々な場において、持続的に消費者教育を推進していく「消費者教育の担い手」の育成が不可欠です。

今後は、様々な講座や研修を通じて、消費者教育の担い手となる人材育成を推進していく必要があります。

さらに効果的な実践の場の創出を実現するための方策として、消費者教育コーディネーターの配置が課題となっています。

施策の方向(1) 消費者教育、啓発を担う人材の育成

【具体的な取組】

- ① 家庭における消費者教育を促進するため、児童生徒の保護者を対象とした出前講座等を実施し、消費者教育の必要性について意識の醸成を図ります。〈県民生活・男女共同参画課〉
- ② 学校における消費者教育に資するため、消費者教育を担う教職員に対して、消費者教育教材を提供するとともに研修等を実施します。〈県民生活・男女共同参画課〉
- ③ 地域において、消費者と消費生活相談窓口をつなぎ、消費者に役立つ情報を広めるなど、地域に根ざした消費者啓発に携わる人材の発掘や育成等に、市町村等と連携して取り組みます。〈県民生活・男女共同参画課〉
- ④ 消費生活相談員や消費者団体等で活動している人等が、消費者教育や啓発を担うことができるよう、知識や技能のレベルアップを図る研修を実施します。〈県民生活・男女共同参画課〉
- ⑤ 各関係機関が連携して消費者教育を効果的に推進するために必要な人材の発掘及び育成のため、必要に応じて情報共有等の場を設け、研修等を実施します。〈県民生活・男女共同参画課〉
- ⑥ 地域において消費者教育を担う様々な人材（行政職員、消費生活相談員、教育関係者、福祉関係者、消費者団体、事業者等）が有機的に活動できるよう、連携・調整の役割を担う消費者教育コーディネーターの配置を検討します。〈県民生活・男女共同参画課〉
- ⑦ 教職員を対象に、情報セキュリティや情報モラル、安全なネットワークの運用管理に関する理論・実習等の研修を実施します。〈教育庁教育財務課〉

主要な施策3 消費生活と関連する教育との連携推進

- 施策の方向
- (1) 家庭・地域・学校等との連携推進
 - (2) 環境教育との連携推進
 - (3) 食育との連携推進
 - (4) 金融経済教育との連携推進
 - (5) 多様な主体（家庭、事業者・事業者団体）による消費者教育の推進

【現状と課題】

消費者教育は、県警や学校、市町村など様々な機関が消費者に対して行っています。これらの様々な取組を継続して効果的に進めるためには、消費生活に携わる多様な関係者をつなぎ、間に立って調整（コーディネート）する役割が重要になります。

今後は、行政や教育機関をはじめとする各関係機関が、これまで以上に連携を密にし、総合的・一体的に消費者教育を推進することが求められます。

タブレット端末や携帯電話の急速な普及により、インターネットや SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス：登録された利用者同士がインターネット上でメールや掲示板等様々な機能を使って交流できる会員制サービス）を利用した小・中学生、高校生がトラブルに巻き込まれるケースが増えてきています。

このような問題は、学校のみならず、保護者や家庭でも起こっています。特に SNS を利用した被害者・加害者の双方からの相談や問い合わせが増加しています。最近では、ゲーム機を利用したトラブルも見逃せない状況にあります。

子どもたちも含め、消費者がインターネットや SNS 等を利用する場合、誹謗中傷や不適切な投稿により、人間関係のトラブルや人権侵害、犯罪にまで発展するケースも起きています。また、金銭トラブルに遭う等の被害も増加しており、その対策は急務です。教職員は、学校という個人情報も多く扱う立場でもあり、情報セキュリティ対策を徹底し、重要な情報を保護することが日常の課題となっています。

インターネット上に、犯罪や薬物使用を誘う内容や、著しく残虐、わいせつな内容の有害情報が流通する中、青少年によるインターネット利用が急速に拡大しています。

特に、携帯電話やスマートフォンの普及により、コミュニティサイトや動画サイトの利用を通じて青少年がトラブルに巻き込まれることも後を絶ちません。

青少年のスマートフォンなどの利用については、保護者による利用時期の見極めや使用する際の見守りが大切であり、フィルタリング・機能制限の利用や家庭内でのルールづくりの必要性などについて保護者に対して啓発を行っていく必要があります。

本県の恵み豊かな自然環境を守り、将来に継承するためには、県民一人ひとりが自らの問題として環境に関心を持ち、環境保全活動について自ら考え、主体的に行動することが必要であり、あらゆる世代や様々な場における環境教育がますます重要となっています。

食育の取組の中で、「もったいない」という意識のかん養や食品ロスの削減などの取組は、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育の課題ともいえます。

また、食品の安全性に関する知識や理解を深めることは、食における危険を回避する能力を育む消費者教育と密接な関係があります。食育推進に取り組む団体等と連携して、消費者教育における食育の推進に努めます。

金融経済教育の意義は、金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）の向上を通じて、県民が経済的に自立し、より良い暮らしを送ることを可能にするとともに、健全で質の高い金融商品の提供の促進や家計金融資産の有効活用を通じて、公正で持続可能な社会の実現に貢献していくことです。金融リテラシーは、自立した消費生活を営む上で、必要不可欠であり、消費者教育の重要な要素です。

インターネット等の普及により若年層に大麻等の薬物汚染が拡大している状況などから、さらなる若年層への啓発が重要となります。

薬物乱用の弊害などについて正しい知識の周知徹底を図るため、薬物乱用防止教室を実施し、薬物乱用防止対策を推進します。

施策の方向(1) 家庭・地域・学校等との連携推進

【具体的な取組】

- ① 消費者教育推進法に定める「消費者教育推進地域協議会」の位置付けである大分県消費生活審議会や、県の関係各課（局・室）で構成された大分県消費者行政連絡協議会、市町村消費者行政担当課長・担当者会議、その他各関係機関との連絡・協議等の場を活用して連携を図り、消費者教育の推進に取り組みます。 <県民生活・男女共同参画課>
- ② 消費生活において、自主的かつ合理的に行動できる消費者の育成による消費者市民社会の実現に向けて、ライフステージに応じた消費者教育を、教育委員会や学校現場、市町村、その他関係機関、地域住民等と連携し、体系的に推進します。 <県民生活・男女共同参画課>
- ③ 児童生徒とその保護者を対象とした実験教室や、消費生活に関する体験学習等の機会の充実を図ります。 <県民生活・男女共同参画課>
- ④ 小中高生を対象とした薬物乱用防止教室に加え、県内の大学生や専門学校生等の青年層に対しても薬物乱用防止講座を実施し、薬物乱用防止についての啓発を積極的に推進します。 <薬務室>
- ⑤ 児童生徒が発達段階に応じて、消費者の基本的な権利と責任について理解し、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができるとともに、情報通信ネットワークにおける基本的な情報利用の仕組みを知り情報モラルについて考えることができるよう、社会科や家庭科、技術・家庭科等の時間に指導します。《再掲》 <教育庁義務教育課>
- ⑥ 「まなびの広場おおいた」のホームページにおいて、消費者教育に係る講座情報を配信し、県民の学習を支援します。 <教育庁社会教育課>

施策の方向(2) 環境教育との連携推進

【具体的な取組】

- ① 学校や地域などにおいて、自然体験や環境問題に関する講演会等の講師として、環境教育アドバイザーの派遣を行います。 <うつくし作戦推進課>
- ② 消費者の多様なニーズに対応するため、環境学習教材の整備とインターネットの学習サイト等を活用した効果的な情報提供を行います。 <うつくし作戦推進課>

施策の方向(3) 食育との連携推進

【具体的な取組】

- ① 庁内の関係部署と連携して、食育に取り組む消費者団体等の活動を支援します。 <県民生活・男女共同参画課>
- ② 食生活、食文化、生産体験交流、環境の各分野などについて、調理実習、生産体験等を実施希望の学校、団体等に食育を推進する講師を派遣します。 <食品・生活衛生課>

施策の方向(4) 金融経済教育との連携推進

【具体的な取組】

- ① 金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）の向上のため、大分県金融広報委員会の実施する金融経済教育と連携した消費者教育の推進に積極的に取り組みます。 <県民生活・男女共同参画課>

施策の方向(5) 多様な主体（家庭、事業者・事業者団体）による消費者教育の推進

【具体的な取組】

- ① 消費生活において、自主的かつ合理的に行動できる消費者の育成による消費者市民社会の実現に向けて、ライフステージに応じた消費者教育を、教育委員会や学校現場、市町村、その他関係機関、地域住民等と連携し、体系的に推進します。 <県民生活・男女共同参画課>
- ② 事業者・事業者団体と連携し、児童生徒とその保護者を対象とした実験教室や、消費生活に関する体験学習等の機会の充実を図ります。 <県民生活・男女共同参画課>

【指標及び目標値】

指 標	単 位	現況値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
まなびの広場おおいたインターネット講座アクセス数	件	35,900 (H30)	50,000
環境教育参加者数(累計)	人	104,547 (H30)	143,000

主要な施策4 事業者団体等との連携

- 施策の方向 (1) 公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進
(2) 事業者団体等の自主的な取組への支援

【現状と課題】

安全で安心な消費生活を享受するためには、これを損なうような企業の不祥事を防止することが重要です。

そのためには、企業の不祥事を通報した企業内部の労働者等を解雇等の不利益な取扱いから保護する改正後の公益通報者保護法を周知・啓発するとともに、公益通報窓口の整備を図り、利用を促進する必要があります。

不当な表示や過大な景品類の提供による消費者利益の損失を防ぐためには、事業者や事業者団体のコンプライアンス体制の確立を推進することや、商品や役務の企画段階での事前相談に応じることなど、適正な事業活動を支援する必要があります。

施策の方向(1) 公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進

【具体的な取組】

- ① 改正後の公益通報者保護法について、ホームページやリーフレット等により周知するとともに、会議や研修等において制度説明を行うことにより、制度の利用促進を図ります。
＜県民生活・男女共同参画課＞

施策の方向(2) 事業者団体等の自主的な取組への支援

【具体的な取組】

- ① 各業界の公正取引協議会(※1)の活動との連携を図るとともに、事業者団体等が実施する研修会等において相談事例等の紹介や法令の周知に努め、事業者による適正な事業活動を促進します。
＜県民生活・男女共同参画課＞

用語の説明

※1 公正取引協議会

景品表示法に基づい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である「公正競争規約」の運営団体です。

主要な施策5 消費者意見の反映

施策の方向 (1) 消費者が意見表明できる環境づくり

【現状と課題】

消費者政策においては、その取組や成果について、透明性を確保するとともに、消費者の意見を考慮する必要があり、消費者の意見を代表する者を審議会等の委員に選任する取組を続けるとともに、パブリックコメント等により消費者が意見を出しやすい環境の整備に努める必要があります。

施策の方向(1) 消費者が意見表明できる環境づくり

【具体的な取組】

- ① 条例に基づく「知事への申出制度」の周知を図り、消費者の6つの権利（P5 参照）の侵害に対して適切な措置を講じます。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 取引の公正や消費者の利益が害されるおそれのある場合に、県知事や消費者庁長官、経済産業局長にその内容を申し出て適切な措置をとるように求めることができる特定商取引法に基づく申出制度の周知を図り、消費者と一体となって消費者トラブルの未然防止に取り組みます。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ③ 消費者施策に関する重要事項の決定等については、消費者や学識経験者、事業者等で構成される「大分県消費生活審議会」において審議します。また、消費者委員の任命にあたっては公募を行い多様な意見の反映を図ります。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ④ 消費者教育推進法第20条に定める「消費者教育推進地域協議会」として位置づけた「大分県消費生活審議会」で出された消費者等からの意見を、消費者教育推進施策に反映させるよう努めます。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ⑤ 消費者事業者懇談会を開催し、消費者と事業者相互の理解を深めるとともに、消費者からの意見を消費者施策等に活かすよう努めます。
＜県民生活・男女共同参画課＞

基本目標 Ⅲ 協働による豊かな社会の実現

主要な施策1 持続可能な消費行動と事業活動の推進

- 施策の方向
- (1) エシカル消費の普及啓発
 - (2) 食育の推進
 - (3) 食品ロス削減に向けた取組の推進
 - (4) 脱炭素社会づくりに向けた取組の推進
 - (5) プラスチックごみ削減に向けた取組の推進
 - (6) 各種リサイクルの普及啓発
 - (7) 環境保全型農業の推進

【現状と課題】

「持続可能な開発目標（SDGs）」は、17の目標とそれらの達成のための169のターゲットで構成され、2030年までの国際目標として、2015年9月に国連の持続可能な開発サミットにおいて採択されました。

これを受け日本では、2016年12月に持続可能な開発目標（SDGs）実施指針を策定し、「持続可能で強靱、そして誰一人取り残さない、経済、社会、環境の統合的向上が実現された未来への先駆者を目指す」というビジョンを示し、「エシカル消費」の普及啓発や、食品ロス削減などに取り組んでいます。

SDGsの目標12「つくる責任つかう責任」において、2030年までに人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることなどが掲げられていることから、県においても「人や社会、環境に配慮した消費行動」である「エシカル消費」の概念を広く県民に啓発し、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進していくことが求められています。

地球温暖化問題は、世界的な喫緊の課題であり、脱炭素社会等持続可能な社会づくりを推進するために、県では大分県地球温暖化対策実行計画において、家庭部門・業務部門・運輸部門のCO2削減目標を設定し、各種事業を展開しています。

地球温暖化問題の原因の一つとして、消費者の日常生活から生じる環境負荷が挙げられており、一人ひとりのライフスタイルの変革や意識改革が求められています。

事業所等の取組もさることながら、消費者一人ひとりが生活と環境との関わりについて理解と認識を深め、脱炭素社会づくりの実現に向け、省資源・省エネルギー型のライフスタイルの実践に積極的に取り組んでいく必要があります。

さらに、地球温暖化等の環境問題による人びとの健康への悪影響、資源の枯渇などが危惧されています。

大量生産・大量消費・大量廃棄型の消費生活を見直し、限りある資源を効率的に利用するとともに、美しい地球環境を守っていくための取組の一つとして、県民一人ひとりによる3R（リデュース＝ごみの減量化、リユース＝再使用、リサイクル＝再生利用）の推進が有効であると考えられます。

消費者の環境問題への関心は高まっており、これらをさらに具体的な実践活動に結び付けていく

必要があります。

本来食べられるにも関わらず廃棄される「食品ロス」の問題は、深刻な飢えや栄養不良の状態にある人々が存在する一方で、大量の食品を廃棄している地域があり、SDGs においても言及されるなど、その削減は国際的な課題となっています。

国内でも、食品の生産、製造、販売、消費等の各段階において、大量の食品が日常的に捨てられています。この食品ロスを削減することは、食品の生産や廃棄処理にかかるエネルギーの抑制や、CO2排出量の削減等、地球温暖化対策にも大きく貢献するものです。

県民一人ひとりが食品ロス削減の重要性を理解し、消費者、事業者、関係団体、行政等、それぞれの立場で問題解決のために主体的に行動することが必要です。

また、食品の安全性に関する知識や理解を深めることは、食における危険を回避する能力を育む消費者教育と密接な関係があります。食育推進に取り組む団体等と連携して、消費者教育における食育の推進に努めます。

自らの消費行動が、現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢や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「消費者市民社会」を形成するために、人や社会、環境、地域などに配慮した消費行動「エシカル消費」の重要性が認識されています。

また、農業は、食糧供給機能のほかにも、国土や環境の保全といった多面的な機能も有しています。併せて、環境に配慮した農産物への消費者の期待も高まっています。

有機農業をはじめとする環境保全型農業は、徐々に拡大していますが、ふるさとの土や水、生物を守り、豊かな食を供給するために環境保全型農業のさらなる推進が必要です。

施策の方向(1) エシカル消費の普及啓発

【具体的な取組】

- ① 人や社会、環境、地域等に配慮した消費行動であるエシカル消費（※1）について、その意義などの普及啓発を推進します。
＜県民生活・男女共同参画課＞

用語の説明

※1 エシカル消費

より良い社会に向けて、地域の活性化や雇用等を含む人や社会・環境に配慮した消費行動をいいます。消費者の意識としても、環境や被災地の復興、発展途上国の労働者の生活改善等に配慮した商品・サービスを選択して消費することへの関心が高まっています。

施策の方向(2) 食育の推進

【具体的な取組】

- ① 庁内の関係部署と連携して、食育に取り組む消費者団体等の活動を支援します。
＜県民生活・男女共同参画課＞

- ② 食生活、食文化、生産体験交流、環境の各分野などについて、調理実習、生産体験等を実施希望の学校、団体等に食育を推進する講師を派遣します。《再掲》 <食品・生活衛生課>
- ③ 地域の特性を活かし、健やかな食生活を実現できる人づくりを目指して食育を推進します。
<食品・生活衛生課>

○関連する計画について

計画の名称	第4期大分県食育推進計画
計画策定年度	令和2年度
計画期間	令和3年度～令和7年度
計画掲載 HP の URL	https://www.pref.oita.jp/site/syokuiku/dai3ki-shokuikukeikaku.html

施策の方向(3) 食品ロス削減に向けた取組の推進

【具体的な取組】

- ① まだ食べることができるのに捨てられてしまう食品ロスを減らすための取組として、家庭の冷蔵庫の食材を使い切ることを意識付ける消費者向けの啓発や、スーパー等の小売店での賞味・消費期限切れ間近商品の購入促進キャンペーンの実施、飲食店等での食べ残しをなくす30・10運動の推進など、食べ物を無駄にしない県民意識の醸成を図ります。
<うつくし作戦推進課>
- ② 食生活、食文化、生産体験交流、環境の各分野などについて、調理実習、生産体験等を実施希望の学校、団体等に食育を推進する講師を派遣します。《再掲》 <食品・生活衛生課>

○関連する計画について

計画の名称	大分県食品ロス削減推進計画
計画策定年度	令和2年度
計画期間	令和3年度～令和7年度
計画掲載 HP の URL	https://www.pref.oita.jp/soshiki/13060/

施策の方向(4) 脱炭素社会づくりに向けた取組の推進

【具体的な取組】

- ① 家庭における省資源・省エネルギーを普及させるため、インターネットを活用した家庭のエコ診断等によるエネルギー使用量の「見える化」を促進するほか、各地域における研修会や講演会の開催等により、節電をはじめ、ガスや水の節約、省エネルギー型製品の選択など、身近な省資源・省エネルギーの取組に関する普及啓発を推進します。
くうつくし作戦推進課>
- ② 九州各県が共同で開発するスマートフォンアプリ「九州エコファミリー応援アプリ」の普及を図り、日常生活における省エネ行動を促進します。
くうつくし作戦推進課>
- ③ 環境に配慮した自動車の利用を推進するため、アイドリングストップの実施や急激なアクセル操作を避けるなどのエコドライブ（燃費の節約に努め、地球温暖化の原因となる二酸化炭素の排出量を減らす運転）について、広く普及を図るとともに、県内一斉の取組である「ストップ地球温暖化大分県ノーマイカーウィーク」を実施するほか、宅配便の再配達削減に向けた取組を推進します。
くうつくし作戦推進課>
- ④ 日差しをやわらげ、室温上昇を抑えるつる性植物の利点を生かした緑のカーテンの利用や、夏至の日及び七夕の日の20時から22時までの2時間、家庭等の不要な照明を消す「おおいたくしキャンドルナイト」など、省資源・省エネルギー型ライフスタイルの実践を呼びかけます。
くうつくし作戦推進課>

施策の方向(5) プラスチックごみ削減に向けた取組の推進

【具体的な取組】

- ① 大量生産・大量消費・大量廃棄型のライフスタイルを見直すため、限られた資源を無駄にせず、モノが持つ本質的な価値や役割が生かされないことを惜しむ「もったいない」の価値観を大切にし、ごみの発生抑制に向けた普及啓発を推進します。
くうつくし作戦推進課>
- ② 地球温暖化やごみの減量等を目的に、消費者が自らの意思で取り組むことができる最も身近な取組として、買い物のときにレジ袋を断るマイバッグ運動を推進します。
くうつくし作戦推進課>
- ③ 割り箸や紙コップなど使い捨て食器類のごみとしての排出を抑制するため、飲食店やイベントにおける「マイ箸（リユース箸）」「マイカップ・マイボトル」など「マイ食器」の使用を呼びかけます。また、県内で日用品等の修理を行っている店を「九州まちの修理屋さん（大分県版）」として登録し、県ホームページで紹介します。
くうつくし作戦推進課>
- ④ プラスチックごみの分別回収を促進し、有効利用を図ります。
<循環社会推進課>

施策の方向(6) 各種リサイクルの普及啓発

【具体的な取組】

- ① 再生資源を有効利用したリサイクル製品のうち、県内で製造された優れた製品を「大分県リサイクル認定製品」として認定し、製品の積極的な利用を促進します。

<循環社会推進課>

○関連する計画について

計画の名称	第5次大分県廃棄物処理計画
計画策定年度	令和2年度
計画期間	令和3年度～令和7年度
計画掲載 HP の URL	https://www.pref.oita.jp/soshiki/13400/

施策の方向(7) 環境保全型農業の推進

【具体的な取組】

- ① 有機農業や IPM 技術（利用可能なすべての防除技術の経済性を考慮しつつ慎重に検討し、病害虫の発生増加を抑えるための適切な手段を総合的に講じる技術）など化学肥料・化学合成農薬低減技術の導入による環境保全型農業を推進するとともに、消費者の理解促進を図ります。

<地域農業振興課>

【指標及び目標値】

指 標	単 位	現況値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
おおいた食育人材バンクによる食育活動参加者数	人	2,538	3,000
二酸化炭素排出量	千t	6,114 (H29)	5,492
ごみ総排出量	t/年	401,250 (H30)	357,000
一般廃棄物リサイクル率	%	18.7 (H30)	25.0
化学肥料の使用量	t/年	4,625 (H29)	4,422 (R5)
農薬使用量	t/年	1,196 (H29)	1,170 (R5)

主要な施策2 市町村への支援・連携

- 施策の方向 (1) 市町村における消費者行政推進に向けた支援
(2) 市町村相談体制の充実に向けた支援
(3) 条例及び基本計画等の策定の促進

【現状と課題】

市町村は、地域の住民にとって最も身近な相談窓口として重要な役割を担っています。気軽に立ち寄って消費に関する様々な相談をしたい、電話ではなく直接話を聞いてもらいたいという住民ニーズに応えるため、すべての市町村に消費生活相談窓口が必要です。

また、市町村は、地域との密接なつながりや機動性を活かして、自治会や地域の福祉関係団体等との連携を図り、相談や被害の「掘り起こし」を行うなど、消費者一人ひとりの立場に立った、きめ細かな消費者施策を行うことが可能です。

現在、県内すべての市町村に消費生活相談窓口が設置され、そのうち13市においては、市消費生活センターが設置されています。（令和2年10月現在、P32参照）

市町村の相談受付件数も年々増加しており、以前に比べて市町村の消費生活相談体制も整備されているといえますが、有資格の相談員の配置や相談員の増員、相談対応時間を増やす等、さらに相談体制の充実を目指す必要があります。

複雑多様化、深刻化する相談について適切かつ迅速に対応できるよう、継続して相談員の資質向上や育成を図ることが重要です。

また、消費者被害の未然防止・拡大防止には、消費者教育・啓発活動の推進が不可欠です。そのためにも、地域の実情に詳しく、地域の特性に適した消費者教育・啓発活動を担うことのできる人材の育成が課題です。

消費者に身近な市町村の消費者行政の推進体制が整備されてこそ、消費者の権利の尊重と自立支援のための施策が推進されます。そのためにも、市町村においても条例や基本計画、消費者教育推進計画の策定が望まれます。

施策の方向(1) 市町村における消費者行政推進に向けた支援

【具体的な取組】

- ① 市町村における消費者行政推進のために必要な消費生活関連法令や相談事例、消費者教育・啓発活動等に関する様々な情報提供を迅速に行います。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 市町村消費生活センターの設置促進を支援するため、消費生活相談員の養成や消費生活センター設置に関する情報提供等を行います。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ③ 地域における消費者教育・啓発活動を担う人材を育成するため、市町村消費生活相談員を対象とした情報提供や研修等を実施します。
＜県民生活・男女共同参画課＞

施策の方向(2) 市町村相談体制の充実に向けた支援

【具体的な取組】

- ① 専門的な事案や対応困難な相談事案等については、必要に応じて市町村の消費生活相談員等に対して助言や指導等を行います。 <県民生活・男女共同参画課>
- ② 市町村消費者行政担当職員や消費生活相談員の資質向上を目的として、研修や情報交換・共有等を実施します。 <県民生活・男女共同参画課>

施策の方向(3) 条例及び基本計画等の策定の促進

【具体的な取組】

- ① 市町村に対して、地域の実情を踏まえた消費生活条例の制定や基本計画、消費者教育推進計画の策定を働きかけ、必要に応じて情報提供等を行います。 <県民生活・男女共同参画課>
- ② 消費生活センターを設置した市町村については、センター組織及び運営等に係る条例整備が必要となるため、必要に応じて情報提供等を行います。 <県民生活・男女共同参画課>

【指標及び目標値】

指 標	単 位	現況値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
消費生活センターを設置する市町村の割合	%	72.2	88.8
県内の消費生活相談における市町村分担率	%	66.8	70.0

主要な施策3 消費者団体等との連携・協働

- 施策の方向 (1) 消費者団体の自主的活動に対する支援
(2) 消費者団体等との連携及び支援
(3) 消費者団体訴訟制度の推進

【現状と課題】

現在、県内では地域に根ざした様々な消費者団体が、消費生活に関する学習会や調査活動、事業者や行政に対する提言などの自主的活動を行っています。しかしながら、構成員の拡がりが見られず、活動の進展が望めない団体もあり、団体数も減少傾向にあります。

すべての人が消費者であり、消費者団体の活動は、消費者問題を多くの県民の課題として、「保護される消費者」から「自立した消費者」に向けた意識醸成の役割を担うとともに、地域におけるネットワークやコミュニティづくりにおいても、大きな可能性を持っています。

消費者団体や消費者問題に取り組むNPOが、多様な主体と協働することによりその活動が活性化するように、消費者団体等の自主的活動を支援することが求められています。

また、消費者が主体となる消費者行政を推進するためには、行政と消費者団体等との協働を推進するとともに、消費者が行政や事業者に対して積極的に意見表明できる環境づくりも重要です。

施策の方向(1) 消費者団体の自主的活動に対する支援

【具体的な取組】

- ① 消費生活に係る情報や資料の提供を行うとともに、活動や交流の場を提供し、消費者団体の自主的な取組を支援して活動の活性化を図ります。《再掲》<県民生活・男女共同参画課>
- ② 消費生活協同組合の健全な運営のため、実地検査等による指導や助言等を行います。
<県民生活・男女共同参画課>

施策の方向(2) 消費者団体等との連携及び支援

【具体的な取組】

- ① 大分県消費者団体連絡協議会と連携し、広域啓発事業等を通じて、様々な消費者団体間の交流や連携を促進します。
<県民生活・男女共同参画課>
- ② 市町村と消費者団体との連携・協働が図れるよう、会議や研修等の様々な機会を捉え、市町村に働きかけます。
<県民生活・男女共同参画課>
- ③ 消費者事業者懇談会を開催し、消費者と事業者相互の理解を深めるとともに、消費者からのからの意見を消費者施策等に活かすよう努めます。《再掲》<県民生活・男女共同参画課>
- ④ 生産者と消費者の交流を促進し、県内で生産された農林水産物への信頼確保と地産地消の推進に取り組みます。
<地域農業振興課>

施策の方向(3) 消費者団体訴訟制度の推進

【具体的な取組】

- ① 消費者団体訴訟制度(※1)の周知を図ることで、事業者による不当な取引行為を抑止し、消費者被害の未然防止・拡大防止を図ります。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 県内の適格消費者団体(※2)に対して、情報提供等の支援を行います。
＜県民生活・男女共同参画課＞

用語の説明

※1 消費者団体訴訟制度

消費者団体訴訟制度は、直接の被害者ではない消費者団体が、消費者に代わって、事業者の不当な行為をやめさせるように裁判で請求する制度です。

消費者被害が起きてから、その1件1件を個別に救済していくやり方では、被害を未然に防いだり、被害の拡大を防いだりするのに限界があります。そこで、同種の被害の発生や拡大を防ぐことを目的として、その事業者の不当な勧誘や不当な契約条項といった「不当な行為そのもの」の差止めを請求できるようにした制度が、平成19年に施行された新しい「消費者契約法」で定められました。

しかしながら、どのような消費者団体でも差止め請求ができるわけではなく、内閣総理大臣が認定した「適格消費者団体」だけが差止め請求できます。

※2 適格消費者団体

適格消費者団体の主な要件は次のとおりです。

- ・特定非営利活動法人(NPO法人)又は一般社団法人若しくは一般財団法人であること
- ・消費者の利益を守るための活動を主な目的としている団体で、相当期間その活動を行っている実績があること
- ・組織体制や業務規程が整備されていること
- ・消費者被害の案件について分析したり、法的な検討を行ったりする専門性をもっていること
- ・経理的な基礎があること など

【大分県の適格消費者団体】

大分県では、平成24年2月、九州で初めての適格消費者団体として特定非営利活動法人大分県消費者問題ネットワークが認定されました。

○特定非営利活動法人 大分県消費者問題ネットワーク

大分市青崎1-9-35

電話 097-521-2206

<http://oita-shohisyanet.jp/>

主要な施策4 関係機関との連携

- 施策の方向 (1) 国、国民生活センター等関係機関との連携・協力
(2) 大分県消費者行政連絡協議会等の充実・強化

【現状と課題】

消費者の権利が尊重され、消費者が安全な商品・サービスを安心して消費できるためには、様々な関係機関が連携することが重要です。

県においては、消費者行政の司令塔・エンジン役である消費者庁や、消費生活に関する情報の収集・提供や相談等の中核的な機関である国民生活センター、市町村、その他消費者問題に取り組む様々な関係機関と、さらなる連携・協力を図る必要があります。

県民の消費生活の向上に関する行政を推進するために設置している「大分県消費者行政連絡協議会（昭和42年8月15日訓令甲第18号）」の機能を強化し、高度化・複雑化する消費者問題や消費者教育・啓発活動の推進に、関係各課（課・室）が連携して取り組む必要があります。

また、食品、医薬品、住居などの生活の主要な業務の連携により県民の安全・安心な生活が確保されることはもちろん、県民の幅広い生活ニーズに関わる各行政分野の横断的連携をより進め、切れ目のない消費者保護と利便性の向上が図られる必要があります。

施策の方向(1) 国、国民生活センター等関係機関との連携・協力

【具体的な取組】

- ① 消費者庁に対して、消費者の意見や地域の実情を踏まえた提言や要請を行うとともに、地方消費者行政の強化について協力を求めます。《再掲》 <県民生活・男女共同参画課>
- ② 国民生活センターが実施する各種研修や広報・啓発事業、商品テスト等を活用するとともに、国民生活センターと地方公共団体の消費生活センター等を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（パイオネット：PIO-NET）」の運用について連携・協力をを行い、消費者トラブルの予防、消費者被害の救済、再発防止に共同して取り組みます。 <県民生活・男女共同参画課>
- ③ 日本司法支援センター大分地方事務所（法テラス大分）や九州財務局大分財務事務所、大分県弁護士会、大分県司法書士会、大分県金融広報委員会等の様々な関係機関と連携して、消費者問題に関する情報・意見交換や事業協力等により、消費者被害の救済や被害防止・拡大防止に取り組みます。《再掲》 <県民生活・男女共同参画課>

施策の方向(2) 大分県消費者行政連絡協議会等の充実・強化

【具体的な取組】

- ① 県民の消費生活の向上に関する行政を有機的関連により推進するために設置している大分県消費者行政連絡協議会において、関係各課（局・室）間との連携や情報の集約・共有、総合的な施策の方向や取組の推進を図り、計画の着実な実施及び進行管理を行います。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 消費者行政関連法令を所管する各部局の関係所属職員を県民生活・男女共同参画課の兼務職員として配置し、情報の共有や適用法令の調整等を迅速に行うとともに、すき間事案について適切に対応していきます。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ③ 消費者教育の充実・強化を図るため、関係各課等で構成する大分県消費者行政連絡協議会消費者教育推進部会において、消費者教育推進における連携や推進方法、消費者問題に関する情報交換や協議等を行います。
＜県民生活・男女共同参画課＞

基本目標 Ⅳ デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応

主要な施策1 デジタル化への対応

- 施策の方向 (1) 情報通信技術や先端技術の活用拡大と消費者被害の防止の両立
(2) デジタル技術の活用による相談体制の充実
(3) 青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備

【現状と課題】

近年、ICTの高度化により、スマートフォンやタブレット型端末が急速に普及してきており、誰もが、どこでも、いつでも、手軽に、デジタル空間にアクセスし、情報のやりとりや電子商取引を行うことができるようになりました。

デジタル化の進展による電子商取引の拡大によって、商品やサービスを容易に入手することができるようになるとともに、商品・サービスの選択の幅が広がるなど、消費者にとっては利益の増進につながっています。しかし、一方で非対面取引であるために、商品・サービスが消費者の期待したものと異なることや、そもそも商品・サービスが提供されないといった消費者トラブルが増加するおそれが生じています。そのため、ICTや先端技術の活用拡大を図りながら、消費者被害の防止や解決が図られることが必要です。

中でも、判断能力が十分に身につけていない青少年では、デジタル空間のアクセス頻度が高く、様々な著作物を無許可でインターネットにアップしたりダウンロードしたりする著作権の問題や、SNS、チャット、ブログの中で見られるような匿名による悪質な書き込み、誹謗中傷などによるネットいじめ、SNSに起因するトラブルや犯罪被害の増加等、加害防止対策と被害防止対策の両面が求められています。

また、最近、デジタルコンテンツの利用に伴う高額な課金に困惑しているという消費者相談が増加し、小学生も含めた利用者本人や保護者に対する対策が必要な状況が生じています。青少年のスマートフォンなどの利用については、保護者による利用時期の見極めや使用する際の見守りが大切であり、フィルタリング・機能制限の利用や家庭内でのルールづくりの必要性などについて保護者に対して啓発を行っていく必要があります。

施策の方向(1) 情報通信技術や先端技術の活用拡大と消費者被害の防止の両立

【具体的な取組】

- ① パソコンやスマートフォンを利用したインターネット取引におけるトラブル、メールやSNSによる不当請求などの相談に適切に対応するとともに、取引のルールや不当請求に対する対処方法等の周知や啓発活動等に取り組みます。

< 県民生活・男女共同参画課 >

- ② 国民生活センターが実施する各種研修や広報・啓発事業、商品テスト等を活用するとともに、国民生活センターと地方公共団体の消費生活センター等を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（パイオネット：PIO-NET）」の運用について連携・協力を行い、消費者トラブルの予防、消費者被害の救済、再発防止に共同して取り組みます。
《再掲》 <県民生活・男女共同参画課>
- ③ 離島や過疎山間地での新たな輸配送手段として期待されるドローンを移動が困難な地域に住む高齢者等の買物支援に活用するとともに、地域の高齢者等が使いやすい輸配送の仕組みづくりに取り組みます。
<新産業振興室>
- ④ 県民がパソコン等を用いて研修などを行うことができる情報コミュニティセンターを利用して、県民のITリテラシー向上を支援するNPO法人等のIT関連講師の養成等を行います。
<先端技術挑戦室>
- ⑤ 遠隔操作ができるロボット「アバター」を店舗に配置し、顧客が自宅などの遠隔地から、パソコン等を用いてアバターを自由に動かすことで、実際に店舗を訪れた時のように、店員とコミュニケーションを図りながら買い物ができるようになる等、消費生活の場における未来技術の実装を推進します。
<先端技術挑戦室>
- ⑥ 運転免許の自主返納等により、高齢者の買い物や通院等の移動手段の確保が課題となっていることから、地域に応じた次世代モビリティサービスの効果的な導入を目指します。
<先端技術挑戦室>
- ⑦ 消費者の利便向上のため、実証イベントを通じてキャッシュレスの推進を図るとともに、消費者が安心して利活用できるよう普及啓発に努めます。
<商業・サービス業振興課>
- ⑧ 近年広がっているインターネット通販による販路拡大・情報発信などの取組を支援し、新たな買物手段の確保を図ります。
<商業・サービス業振興課>

施策の方向(2) デジタル技術の活用による相談体制の充実

【具体的な取組】

- ① 従来から実施している電話及び面接による消費生活相談に加え、インターネットを活用したオンラインによる相談を実施します。《再掲》 <県民生活・男女共同参画課>

施策の方向(3) 青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備

【具体的な取組】

- ① 成年年齢の18歳への引下げを周知するための教材、「社会への扉」を活用し、高校生に対して被害防止のための講座を行います。また、若者が巻き込まれやすい消費者トラブルに関する情報提供を積極的に行います。《再掲》 <県民生活・男女共同参画課>
- ② 大分県金融広報委員会と連携し、高校生向けの「巣立ち教育出前講座」を行い、社会に出て消費者トラブルに巻き込まれないよう消費者教育を行います。《再掲》 <県民生活・男女共同参画課>

- ③ 発達段階に合わせ、フィルタリングサービスを始めとしたペアレンタルコントロールの利用及びその他の方法による保護者の監督など、家庭におけるルールづくりの普及啓発を推進します。また、低年齢層の子どもの保護者を始めとした大人に対しても、幅広くインターネットの正しい使い方や活用方法について広報啓発を推進します。

＜私学振興・青少年課＞

- ④ 専門的な知識を持った外部講師により「ネットトラブル・情報モラル出前講座」を児童・生徒、教職員や保護者等に対し実施することで、ネットトラブルや情報セキュリティ、情報モラル等に関する基礎的な知識を身に付けることができるよう支援します。またネットトラブル上の諸問題に対し、被害者にも加害者にもならないようにする対応策を講義し、被害に遭った場合にひとりではなく他者や相談機関へ相談できるような体制があることを伝え、消費者へ向けた啓発活動を継続実施します。

＜教育庁教育財務課＞

【指標及び目標値】

指 標	単 位	現況値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
巣立ち教育出前講座実施回数《再掲》	回／年	23	40
社会への扉等の活用率《再掲》	%	82	100
フィルタリングサービスその他の方法によりスマートフォン等によるインターネット利用を監督している保護者の割合(小・中・高)	%	96.1	100

主要な施策2 国際化の進展への対応

- 施策の方向 (1) 外国人の支援体制の構築と関係機関の連携
(2) 越境消費者トラブルへの対応力の強化
(3) 輸入食品の安全確保

【現状と課題】

近年の中国や東南アジアなどの経済発達により、訪日観光客の増加は目覚ましく、インバウンド需要無しに地域経済の存在を維持できない状況になりました。また、日本の高齢化による労働力の不足を解消するため、外国人材の受け入れが促進されています。このような中で、外国人が被害者となる消費者トラブルの増加が予想されます。

本県は、大学・短大などに在籍する人口あたりの留学生数が全国上位であり、様々な国や地域の留学生が在住していますが、消費生活に不安を持つことも多く、引き続き行政の支援が必要です。

デジタル技術の進化に伴う電子商取引の拡大が進んでおり、国内の消費者が海外の事業者と取引を行うことや、海外の事業者と気付かずに取引を行うことが増えており、商品の品質などを巡るトラブルが増加しています。

世界各国からの輸入食品が県内に流通しています。海外での食品取扱工場での不衛生な食品の取扱いや、農薬や化学物質の混入、寄生虫の問題などの輸入食品の安全確保対策として、食品衛生に係る監視指導の重点的な事項として取り組む必要があります。

施策の方向(1) 外国人の支援体制の構築と関係機関の連携

【具体的な取組】

- ① 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「おおいた国際交流プラザ」との連携を推進します。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 旅行社、宿泊施設などのインバウンド事業者に対して、その利用者である外国人に訪日観光客消費者ホットラインの周知やトラブルの未然防止を働きかけます。
＜県民生活・男女共同参画課＞

施策の方向(2) 越境消費者トラブルへの対応力の強化

【具体的な取組】

- ① 海外の事業者とのトラブルについては、国民生活センターに開設されている国民生活センター越境消費者センター（CCJ）や決済事業者の相談窓口を紹介するなどの対応をします。
＜県民生活・男女共同参画課＞

施策の方向(3) 輸入食品の安全確保

【具体的な取組】

- ① 大分県食品衛生監視指導計画に基づき、海外から輸入される農水産食品、加工食品を対象に残留農薬、動物用医薬品、食品添加物等の検査を実施します。また、検疫所や大分県で行っている輸入食品の検査結果等を参考にしながら、事業者の指導・啓発を行っていきます。
《再掲》 <食品・生活衛生課>

【国民生活センター越境消費者センター（CCJ）】

CCJとは、海外ショッピングでトラブルにあった消費者のための相談窓口です。CCJは、海外の窓口となる機関※と連携し、相手国事業者に相談内容を伝達するなどして海外事業者に対応を促し、消費者と海外事業者の間のトラブル解決のお手伝いをします。

※提携している海外の窓口機関については、CCJ ウェブサイトでご確認ください。

○ご相談方法について

まずはトラブルにあった消費者本人から相手方事業者へ直接問い合わせ、解決しなかった場合、次のとおりご相談してください。

- (1) 個人情報の取扱いに同意のうえ、CCJ ウェブサイト上の相談受付フォームに相談内容を入力してください。
- (2) 相談受付後、CCJ が海外の窓口機関を経由して、相手方事業者へ消費者の相談内容を伝達します。
- (3) CCJ から相談者への連絡は原則メールで行います。
- (4) CCJ への相談は、原則トラブルにあった消費者本人から行ってください。
- (5) CCJ ウェブサイト上の相談受付フォームが利用できない場合はFAXでご相談ください。後ほどCCJ から電話します。それ以外の場合、電話での相談は行っていません。

CCJ ウェブサイト URL : <https://ccj.kokusen.go.jp/>

基本目標 V 災害・感染症拡大など緊急時対応

主要な施策1 生活関連商品の安定供給

- 施策の方向 (1) 生活関連商品の価格の安定と円滑な供給など平常時からの取組
(2) 生活関連商品の価格・需給動向の監視

【現状と課題】

本格的な少子高齢化により、集落における買物や高齢者の見守り、交通手段などの生活機能が低下しています。また、小規模集落は年々増加し、令和12年にその割合が43.7%まで上昇すると推計しており、現役世代や集落活動を担う人材がますます不足しています。

これからは、人口減少が進む中で、住み慣れた地域に住み続けたいという住民の思いを叶えるため、集落の特徴的機能の強化と連携によるネットワーク・コミュニティ（※1）の構築を今後も推進していく必要があります。

今後も大きな災害の発生の可能性が指摘されており、地域における日常的な連絡・連携、消費者や事業者における平時からの物資の備えも重要です。

日常生活に関わる商品は、円滑な供給と価格の安定のため、監視を継続的に行うことが必要です。

用語の説明

※1 ネットワーク・コミュニティ

日常生活圏の各集落が持つ生活機能・特徴を、ソフトとハードの両面においてネットワーク化することで形成される全体としてひとつの力強いコミュニティ

施策の方向(1) 生活関連商品の価格の安定と円滑な供給など平常時からの取組

【具体的な取組】

- ① 生活関連商品の流通の円滑化や価格の安定を図るため、必要があると判断した時は、事業者に対して生活関連商品の円滑な供給その他必要な措置について協力を求めます。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 消費生活協同組合の指導検査等において、BCPの作成など緊急時に備えた体制整備を推進します。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ③ 地域で支え合う仕組みづくりや、買物弱者対策を市町村と連携して推進します。
＜おおいた創生推進課＞

- ④ 企業の事業継続や迅速な復旧ができるよう、BCPの策定の重要性の周知や策定の支援を、商工団体等と連携して推進します。 <経営創造・金融課>
- ⑤ 地域商業を支える商店街等の売上向上のための活動や人材育成等を通じた組織強化を支援することで、地域商業が活性化し、身近に買物の場を維持するよう努めます。 <商業・サービス業振興課>
- ⑥ 近年広がっているインターネット通販による販路拡大・情報発信などの取組を支援し、新たな買物手段の確保を図ります。《再掲》 <商業・サービス業振興課>

施策の方向(2) 生活関連商品の価格・需給動向の監視

【具体的な取組】

- ① 消費者の生活と関連性の高い石油製品などの生活関連商品の価格等について、必要に応じて調査を行い、ホームページ等を活用した情報提供を行います。 <県民生活・男女共同参画課>

【指標及び目標値】

指 標	単 位	現況値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
大企業のBCPの策定割合	%	68.1	100 (R6)
中小企業のBCPの策定割合	%	30.1	44 (R6)

主要な施策2 大規模自然災害・新型コロナウイルス感染症拡大などの緊急時対応

- 施策の方向 (1) 自然災害・感染症拡大などの緊急時における生活関連商品の価格の安定と円滑な供給への取組
(2) 自然災害・感染症拡大などの緊急時における価格の生活関連商品の価格・需給動向等の監視

【現状と課題】

頻発する大規模自然災害は、我が国の社会や人々の意識に大きな影響・変化を与えています。自然災害発生直後には、消費者による必要以上の購入等により、生活必需品等の品不足が生じるなどの事態が起こり、大きな社会問題となっています。

また、令和2年春に、新型コロナウイルスの感染が拡大した中では、マスクの需要の急増を受け、個人等がマスクを高額転売する事例が見られたことから、マスクに関し、国民生活安定緊急措置法（昭和48年法律第121号）に基づき、購入価格を超える価格による転売が禁止されました。また、個人等がSNSにより誤った風説を流すことに伴い、正しい情報や実態と齟齬（そご）のある消費行動が発生し、小売店舗等において、トイレットペーパーや小麦粉製品などの生活関連物資等の一時的な品薄が見受けられました。

今後も大きな災害の発生の可能性が指摘されており、災害時や感染症拡大期等における生活関連商品等の確保は、県民の生活に不可欠な課題であるといえます。

災害時や感染症拡大期等には、行政による災害時の消費生活（生活必需品、復旧資材等）に関する情報提供や相談体制の充実、生活必需品の安定供給に係る支援だけでなく、地域における日常的な連絡・連携、消費者や事業者における平時からの物資の備えや災害時の冷静な判断・行動も重要です。

施策の方向(1) 自然災害・感染症拡大などの緊急時における生活関連商品の価格の安定と円滑な供給への取組

【具体的な取組】

- ① 災害時や感染症拡大期等において、生活関連商品の円滑な流通と価格の安定を図るため、必要があると判断したときは事業者に対して、生活関連商品の円滑な供給やその他必要な措置について協力を求めます。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ② 災害時や感染症拡大期等において、生活関連商品の買占めや売惜しみを行う事業者に対しては、必要に応じて、商品の売渡しを勧告し、生活関連商品の確保に努めます。
＜県民生活・男女共同参画課＞
- ③ 災害時において、市町村が行う避難所の運営及び被災者への食料、給水、寝具・被服その他生活必需品の供給について、支援を行います。
＜災害対策本部被災者救援部(生活環境企画課)(※1)＞
- ④ 災害時や感染症拡大期等において、関係部局と連携し、救助物資の給与又は貸与を迅速に行うとともに、生活必需品等の不足解消に努めます。
＜災害対策本部支援物資部(商工観光労働企画課)(※2)＞

施策の方向(2) 自然災害・感染症拡大などの緊急時における生活関連商品の価格・需給動向等の監視

【具体的な取組】

- ① 災害時や感染症拡大期等において、生活関連商品の価格・需給動向の把握に努め、消費者に対して迅速かつ適切な情報提供を行います。 <県民生活・男女共同参画課>
- ② 災害時や感染症拡大期等において、消費生活センターに寄せられた消費者からの相談に対して、適切に対応するとともに、不当な価格形成や災害に便乗した悪質商法等の情報収集に努め、必要に応じて適切な措置を講じます。 <県民生活・男女共同参画課>
- ③ 災害時や感染症拡大期等における消費者被害の未然防止・拡大防止及び被害救済のため、災害時等の相談体制を整備します。 <県民生活・男女共同参画課>

用語の説明

※1 ※2 災害対策本部被災者救援部・支援物資部

県では、大規模災害が発生し又は発生するおそれがある場合、各種応急対策を総合的かつ集中的に実施するため、災害対策基本法第23条の規定に基づき「大分県災害対策本部」を設置し、県民の生命、身体及び財産の保護を図ることとしています。

「災害対策本部被災者救援部・支援物資部」は、大分県災害対策条例に基づき災害対策本部に設置される部で、災害時には前ページの「施策の方向(1)」の③、④のような機能を有します。

参考 HP：大分県災害対策本部体制について

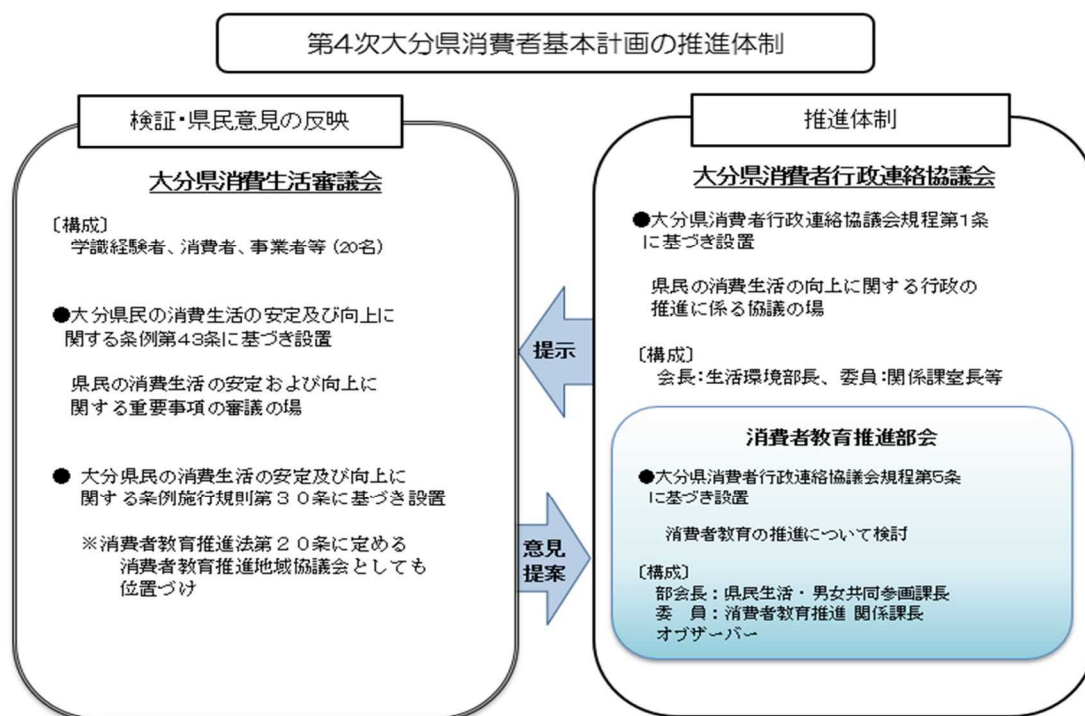
<http://www.pref.oita.jp/soshiki/13555/saigaitaisakuhonbutaisei.html>

第5章 計画の進捗管理及び検証

1 推進体制

毎年度、大分県消費者行政連絡協議会において、年度ごとに計画の進捗状況(前年度事業実績及び今年度事業計画)や消費者問題に係る意見交換及び情報共有を行い、消費者施策の計画的かつ効率的な推進を図ります。

また、市町村消費者行政担当課長・担当者会議において、消費者施策の方向性や消費者問題等に関する情報共有や意見交換を行い、市町村と連携して消費者行政を推進します。



2 進行管理及び検証・公表

計画の着実な推進を図るため、数値目標の設定が可能なものについては、計画の最終年度である令和7年度における数値目標を設定しました。(次ページ参照)

また、年度ごとにまとめた進捗状況は、大分県消費生活審議会へ報告し、内容について検証するとともに、結果を県ホームページに掲載します。

第4次計画における指標及び目標値

基本目標	主要な施策	番号	指標	単位	現況値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
【基本目標Ⅰ】 消費者被害の防止	消費者の安全・安心の確保	1	食品衛生監視指導計画に基づく監視・検査件数の割合	%	101	100以上
		2	GAP認証農家数	戸	214	310 (R6)
		3	消費生活用製品安全法に基づく立入調査件数	件/年	58	65
		4	液化石油ガス販売事業者への立入検査	件/年	57	60
		5	住宅の耐震化率	%	75 (H25)	92
	消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	6	ガソリン価格の店頭表示率	%	45.2	65
		7	店頭における食品表示調査件数	件	26,178	29,000
	消費者被害の未然防止のための啓発活動等の推進	8	啓発講座の参加者人数(県+市町村)	人/年	19,861	25,000
		9	SNS等による消費者被害に関する情報発信件数	回/年	-	50
	高齢者・若者・障がい者等への支援	10	あったか・はーと駐車場協力施設数	施設	1,213	1,500
		11	消費者安全確保地域協議会設置市町村の県内人口カバー率	%	0	50
	消費生活相談体制の充実・強化	12	県内の消費生活相談窓口におけるあっせん解決率	%	93	96.6
【基本目標Ⅱ】 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	ライフステージに応じた消費者教育の推進	13	巣立ち教育出前講座実施回数	回/年	23	40
		14	社会への扉等の活用率	%	82	100
		15	消費生活出前講座実施回数(県+市町村)	回/年	463	610
	消費生活と関連する教育との連携推進	16	まなびの広場おおいたインターネット講座アクセス数	件	35,900 (H30)	50,000
		17	環境教育参加者数(累計)	人	104,547 (H30)	143,000
【基本目標Ⅲ】 協働による豊かな社会の実現	持続可能な消費行動と事業活動の推進	18	おおいた食育人材バンクによる食育活動参加者数	人	2,538	3,000
		19	二酸化炭素排出量	千t	6,114 (H29)	5,492
		20	ごみ総排出量	t/年	401,250 (H30)	357,000
		21	一般廃棄物リサイクル率	%	18.7 (H30)	25.0
		22	化学肥料の使用量	t/年	4,625 (H29)	4,422 (R5)
		23	農薬使用量	t/年	1,196 (H29)	1,170 (R5)
	市町村への支援・連携	24	消費生活センターを設置する市町村の割合	%	72.2	88.8
		25	県内の消費生活相談における市町村分担率	%	66.8	70.0
【基本目標Ⅳ】 デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応	デジタル化への対応	(13)	巣立ち教育出前講座実施回数《再掲》	回/年	23	40
		(14)	社会への扉等の活用率《再掲》	%	82	100.0
		26	フィルタリングサービスその他の方法によりスマートフォン等によるインターネット利用を監督している保護者の割合(小・中・高)	%	96.1	100
【基本目標Ⅴ】 生活関連商品の価格の安定と円滑な供給への取組	生活関連商品の価格の安定と円滑な供給への取組	27	大企業のBCPの策定割合	%	68.1	100 (R6)
		28	中小企業のBCPの策定割合	%	30.1	44 (R6)

※あっせん解決率=あっせん解決件数/あっせん件数

資料編

<資料編 目次>

- 1 第4次大分県消費者基本計画の策定経過 72
- 2 大分県消費生活審議会委員名簿 73
- 3 第4次大分県消費者基本計画とSDGsの関連表 74
- 4 令和元年度消費生活相談の概要 75
- 5 大分県民の消費生活の安定及び向上に関する条例 84
- 6 大分県消費者行政連絡協議会規程 97
- 7 第4次大分県消費者基本計画の担当課・室一覧 100
- 8 第4次大分県消費者基本計画関係課・室別施策記載箇所検索表 . . . 103

第4次大分県消費者基本計画の策定経過

令和2年	
3月	(国)第4期消費者基本計画策定
4月	
5月	
6月	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: auto;"> <p>●第1回大分県消費者行政連絡協議会（6月1日）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関係課事業実施状況・達成状況報告 ・計画の概要、計画策定体制・スケジュール </div>
7月	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: auto;"> <p>●第55回大分県消費生活審議会（7月6日）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関係課事業実施状況・達成状況報告 ・計画の概要、計画策定体制・スケジュール ・構成案検討 </div>
8月	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: auto;"> <p style="text-align: center;">素案の検討・作成</p> </div>
9月	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> <p style="text-align: center;">県議会への骨子案報告</p> </div>
10月	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: auto;"> <p>●第2回大分県消費者行政連絡協議会（10月16日）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・素案の検討 </div>
11月	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: auto;"> <p>●第56回大分県消費生活審議会（11月12日）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・素案の意見聴取・協議 </div>
12月	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: auto;"> <p style="text-align: center;">県民意見募集</p> <p style="text-align: center;">令和2年12月4日～令和3年1月4日</p> <p style="text-align: center;">意見提出者1名 意見項目2件</p> </div>
令和3年	
1月	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: fit-content; margin: auto;"> <p>●第57回大分県消費生活審議会（1月26日）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成案審議 </div>
2月	
3月	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center; width: 100%;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: 60%;"> <p>・「第4次大分県消費者基本計画」決定・公表</p> </div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: 30%;"> <p style="text-align: center;">県議会への最終報告</p> </div> </div>

大分県消費生活審議会委員名簿

任期：令和2年2月10日～令和4年2月9日

(分野別五十音順、敬称略)

	氏名	所属団体等
学識経験者	石松 直美	大分県司法書士会相談事業委員会委員
	佐藤 さゆり	大分市立春日町小学校長
	小林 京子	大分県立日田支援学学校長
	都甲 由紀子	大分大学教育学部准教授
	古田 奈々	弁護士
消費者	青木 博範	大分県生活協同組合連合会会長理事
	雨宮 洋子	大分県地域包括・総合相談・在宅介護 支援センター協議会会長
	井田 雅貴	NPO法人大分県消費者問題ネットワーク 検討委員会委員
	漆間 文代	NPO法人 子育て応援ワクワクピース代表理事
	定宗 瑛子	大分県民生委員児童委員協議会会長
	須賀 留美子	フェアトレード大地 代表
	水谷 トシエ	大分県地域婦人団体連合会副会長
	山月 美江子	大分県生活学校運動推進協議会書記
事業者	河野 孝子	大分県商工会女性部連合会理事
	紀野 道子	大分県漁業協同組合女性部副部長
	久保 敦嘉	大分県中小企業団体中央会事務局長
	中島 英司	大分県商工会議所連合会専務理事
	藤田 明弘	全国農業協同組合連合会大分県本部本部長
	森 奈美	株式会社トキハお客様サービス課 課長代理
行政	垣野内 茂	佐伯市 市民生活部 市民課長

第4次大分県消費者基本計画とSDG s の関連表

総合目標「安全・安心で、消費者が主役となる豊かな社会の実現」		
基本目標	主要な施策	関連するSDG s
I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	     
	2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	
	3 消費者被害の未然防止のための啓発活動等の推進	
	4 高齢者・若者・障がい者等への支援	
	5 事業者指導の強化	
	6 消費生活相談体制の充実・強化	
	7 紛争の適切かつ迅速な解決	
II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	1 ライフステージに応じた消費者教育の推進	  
	2 消費者教育推進のための人材育成	
	3 消費生活と関連する教育との連携推進	
	4 事業者団体等との連携	
	5 消費者意見の反映	
III 協働による豊かな社会の実現	1 持続可能な消費行動と事業活動の推進	    
	2 市町村への支援・連携	
	3 消費者団体等との連携・協働	
	4 関係機関との連携	
IV デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応	1 デジタル化への対応	  
	2 国際化の進展への対応	
V 災害・感染症拡大など緊急時対応	1 生活関連商品の安定供給	
	2 大規模自然災害・新型コロナウイルス感染症拡大などの緊急時対応	

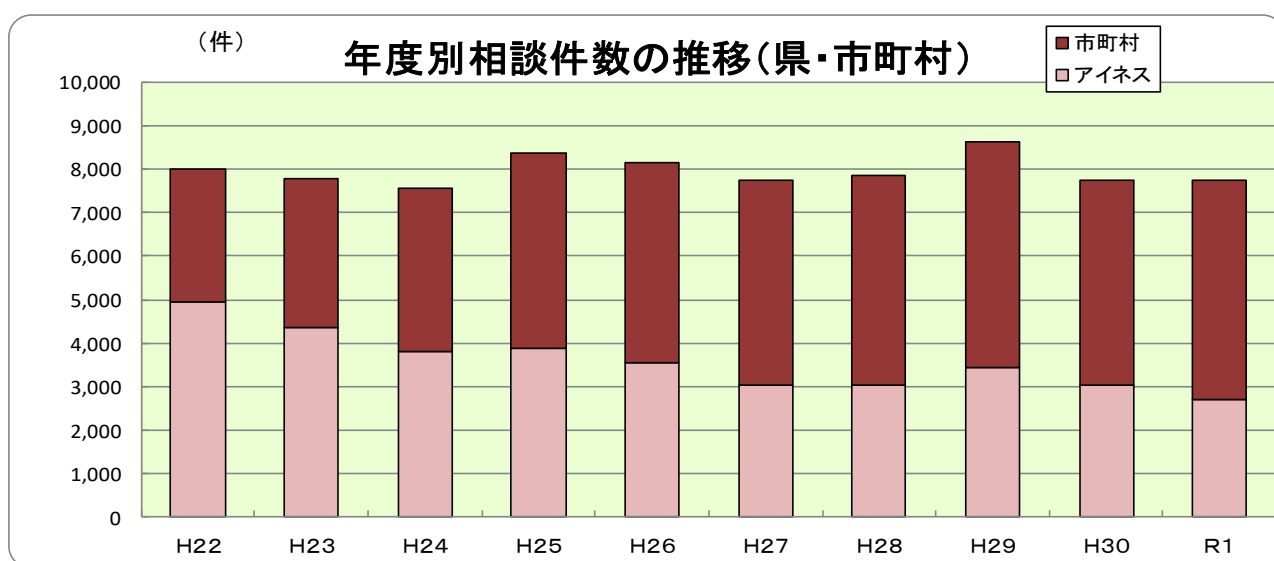
令和元年度 消費生活相談の概要

① 大分県消費生活センター《アイネス》及び市町村消費生活相談窓口

令和元年度に大分県消費生活センター《アイネス》及び県内各市町村消費生活センター等相談窓口で受け付けた消費生活相談件数は、7,755 件で、前年度に比べて、14 件、率では 0.2%増加した。

そのうち、市町村で受け付けた相談件数は 5,067 件で、前年度に比べて 371 件、率では 7.9%の増加であった。

22年度以降の相談件数は 8,000 件前後で推移している。また、県と市町村との相談受付の割合(相談分担率)をみると、元年度の市町村相談分担率は 66.8%となった。



年度別相談件数の推移

年度	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
相談件数	8,014	7,771	7,544	8,359	8,144	7,736	7,859	8,615	7,741	7,755
県	4,944	4,347	3,792	3,878	3,563	3,022	3,037	3,434	3,045	2,688
市町村	3,070	3,424	3,752	4,481	4,581	4,714	4,822	5,181	4,696	5,067
対前年度(%)	110.9	97.0	97.1	110.8	97.4	95.0	101.6	109.6	89.9	100.2
市町村分担率(%)	38.9	45.1	50.5	54.9	57.8	63.2	62.9	61.8	61.8	66.8

県・市町村におけるあっせん※1 解決率の推移

年度	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
あっせん件数(件)	811	723	911	962	991	984	1,115
あっせん解決(件)	724	677	862	882	899	876	1,037
あっせん解決率(%)	89.3	93.6	94.6	91.7	90.7	89.0	93.0

※1 結果として最終的に解決したかどうかに関わらず、最終的な解決を目指して、事業者と消費者の主張を調整し、交渉すること

県・市町村において相談があった契約等の契約・購入金額及び回復金額(判明分のみ)

(件/円)

	救济件数	契約・購入額	救济金額	回復率
クーリング・オフによる救济	137	69,895,496	69,895,496	100.0%
クーリング・オフ以外の救济	407	97,357,903	69,683,988	71.6%
未然防止	149	35,534,287	34,456,023	97.0%
合計	693	202,787,686	174,035,507	85.8%

県・市町村における消費生活相談件数(平成30～令和元年度)

(苦情相談、問い合わせ等を含む)

区分 市町村名	元年度					30年度					
	県(アイネス)受付分		市町村受付分			県(アイネス)受付分		市町村受付分			県・市町村合計
	(件)	(件)	対前年度比	分担率※1	(件)	(件)	(件)	対前年度比	分担率※1	(件)	
大分市	1,396	2,100	114%	60%	3,496	1,562	1,848	91%	54%	3,410	
別府市	203	598	115%	75%	801	270	519	126%	66%	789	
中津市	107	411	108%	79%	518	150	381	99%	72%	531	
日田市	47	297	116%	86%	344	43	255	91%	86%	298	
佐伯市	80	273	93%	77%	353	88	294	67%	77%	382	
臼杵市	58	174	90%	75%	232	76	194	103%	72%	270	
津久見市	42	0	0%	0%	42	51	0	0%	0%	51	
竹田市	32	70	89%	69%	102	37	79	92%	68%	116	
豊後高田市	48	110	78%	70%	158	46	141	76%	75%	187	
杵築市	77	148	100%	66%	225	68	148	111%	69%	216	
宇佐市	58	341	102%	85%	399	76	335	77%	82%	411	
豊後大野市	71	129	87%	65%	200	90	148	81%	62%	238	
由布市	82	149	155%	65%	231	79	96	78%	55%	175	
国東市	82	102	109%	55%	184	75	94	90%	56%	169	
姫島村	0	0	-	-	0	0	0	-	-	0	
日出町	101	33	110%	25%	134	101	30	100%	23%	131	
九重町	17	132	135%	89%	149	18	98	68%	84%	116	
玖珠町	19	0	0%	0%	19	67	36	171%	35%	103	
不明・県外等	168				168	148				148	
合計※2	2,688	5,067	108%	66.8%	7,755	3,045	4,696	91%	61.8%	7,741	

(注) 県(アイネス)受付分の市町村は、相談者の居住市町村で分類している

※1 市町村受付分の分担率は、市町村受付分/県(アイネス)・市町村合計

※2 合計欄の分担率は、市町村受付分合計/(県(アイネス)・市町村合計-不明・県外等)

② 大分県消費生活センター《アイネス》

令和元年度に大分県消費生活センター《アイネス》が受け付けた消費生活相談件数は 2,688 件で、前年度に比べて 357 件、率では 11.7%減少している。

1 相談件数の動向

相談件数は、架空請求を含む不当請求が減少に転じた17年度以降年々減少している。25年度は健康食品の送り付け商法に関する相談増により増加したが、26年度以降は市町村分担率の増加とともに、減少傾向にある。29年度は架空請求などの不当請求が増えたことにより増加した。

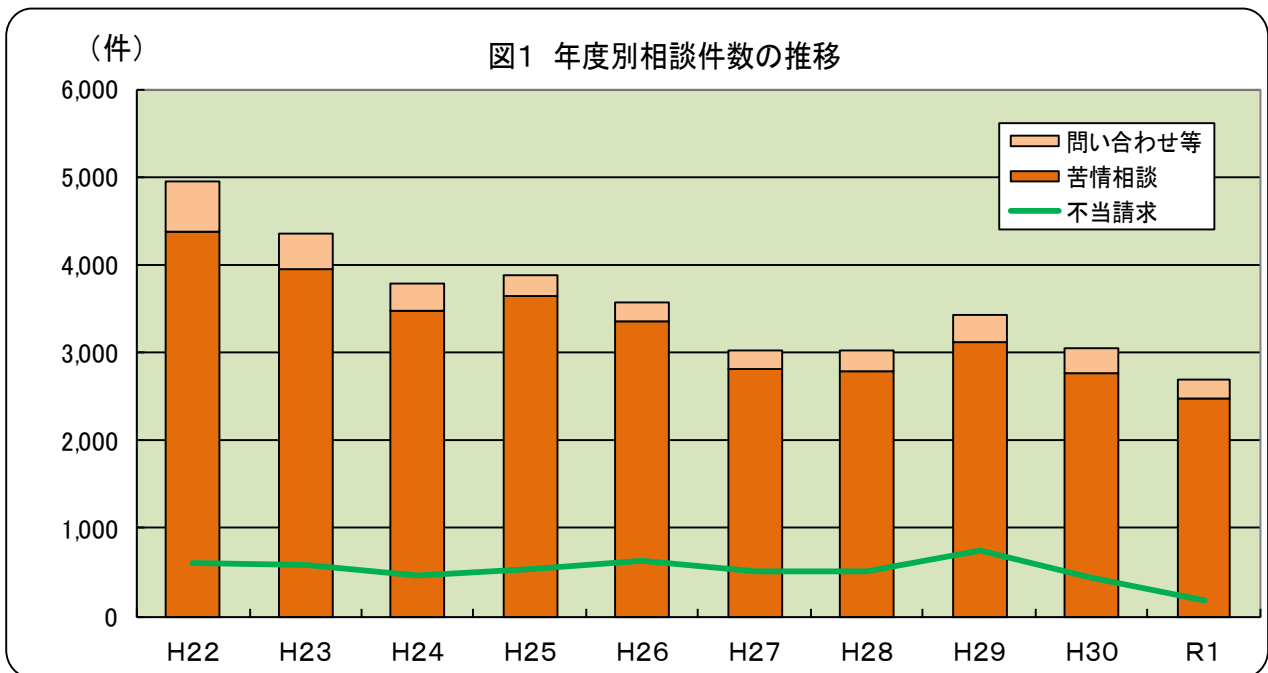


表1 年度別相談件数の推移

年度	H 2 2	H 2 3	H 2 4	H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8	H 2 9	H 3 0	R 1
相 談 件 数	4,944	4,347	3,792	3,878	3,563	3,022	3,037	3,434	3,045	2,688
苦 情 相 談	4,379	3,962	3,484	3,656	3,362	2,807	2,788	3,116	2,766	2,472
問 い 合 わ せ 等	565	385	308	222	201	215	249	318	279	216
不 当 請 求	607	592	473	540	633	524	518	751	442	177
対前年度(%)	97.9	87.9	87.2	102.3	91.9	84.8	100.5	113.1	88.7	88.3

《用語》

苦情相談：消費者問題が発生している、又は発生するであろうとセンターが判断したもの

問合せ等：業者の信頼性の問合せや、行政に対する要望など

不当請求：架空請求やワンクリック請求等、業者の不当な請求

2 高齢者に関する相談件数（契約当事者が65歳以上）

元年度の高齢者の苦情相談件数は、762件で全体の30.8%になる。全体における割合は30%前後で推移しており、高い割合となっている。

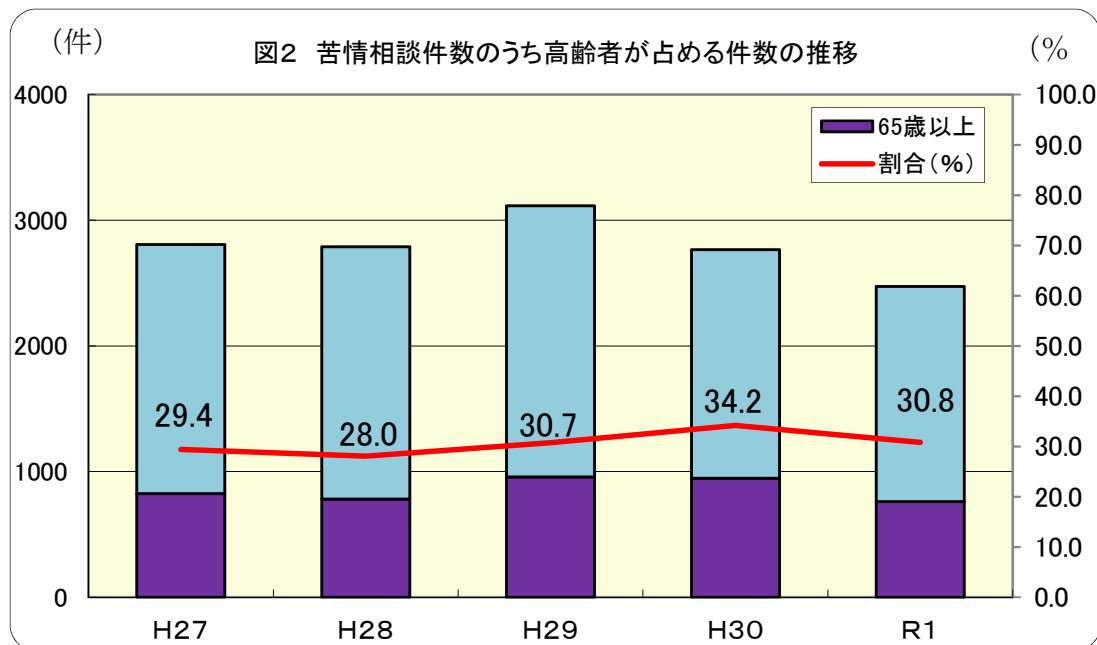


表2-1 苦情相談件数のうち高齢者が占める件数の推移 (件)

年度	H27	H28	H29	H30	R1
苦情相談件数	2,807	2,788	3,116	2,766	2,472
65歳以上	826	782	958	946	762
苦情全体の比率	29.4	28.0	30.7	34.2	30.8

表2-2 高齢者の相談内容の推移 (年度/件)

順位	H27		H28		H29		H30		R1	
1	デジタルコンテンツ	71	デジタルコンテンツ	132	商品一般	164	商品一般	162	商品一般 ※1	84
2	健康食品	61	工事・建築	50	デジタルコンテンツ	144	デジタルコンテンツ	88	デジタルコンテンツ ※2	51
3	新聞	54	健康食品	44	新聞	39	健康食品	60	健康食品 ※3	33
4	商品一般	49	新聞	36	健康食品	37	工事・建築	45	インターネット通信サービス ※4	30
5	インターネット通信サービス	49	商品一般	31	工事・建築	33	インターネット通信サービス	38	携帯電話サービス ※5	29

《商品・役務名》

- ※1 商品一般：何の代金の請求が分からない場合など、商品（サービス）が特定できないもの
- ※2 デジタルコンテンツ：インターネットを通じて得られる情報。パソコン、携帯電話、携帯用端末など端末の種類は問わない。（事例）有料動画サイト、SNS、電子書籍、占いサイトなど
- ※3 健康食品：いわゆる健康食品、ダイエット食品、栄養補助食品、薬事的な効果又はそれと類似の効果をうたって製造、販売される食料品で、それ自体を食するもの
- ※4 インターネット通信サービス：光回線やプロバイダ契約に関する相談（事例）光回線やプロバイダ契約の電話勧誘があり、料金が安くなると言われ承諾したが、安くならなれないので解約したい。
- ※5 携帯電話サービス：携帯電話サービス、PHSサービス、自動車電話等への加入・利用に関するもの

3 苦情処理相談の契約当事者の構成

(1) 居住地別では大分市が最も多く全体の 47.9%、以下別府市 7.6%、中津市 4.2%となっている。

表3-1 市町村別苦情相談件数 (件)

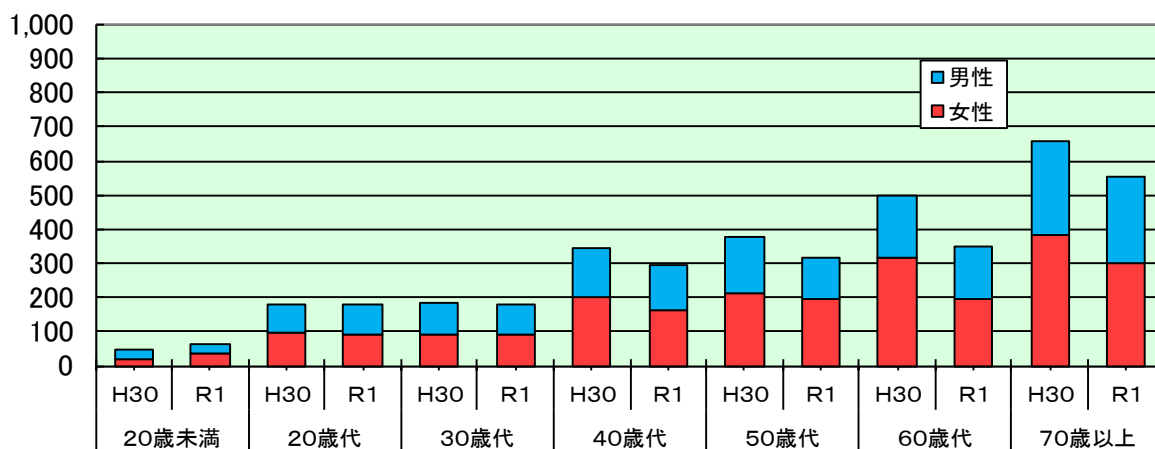
市町村名	相談件数	割合	市町村名	相談件数	割合
大分市	1,185	47.9%	豊後大野市	64	2.6%
別府市	188	7.6%	由布市	74	3.0%
中津市	103	4.2%	国東市	70	2.8%
日田市	40	1.6%	姫島村	0	0.0%
佐伯市	75	3.0%	日出町	86	3.5%
臼杵市	48	1.9%	九重町	15	0.6%
津久見市	41	1.7%	玖珠町	15	0.6%
竹田市	26	1.1%	県内不明	105	4.2%
豊後高田市	39	1.6%	大分県計	2,289	92.6%
杵築市	63	2.5%	県外等	183	7.4%
宇佐市	52	2.1%	計	2,472	100.0%

(2) 職業別では、給与生活者が最も多く全体の 34.3%(前年度 36.8%)で、無職 31.4%(同 34.3%)、家事従事者 5.2%(同 7.9%)、自営・自由業 4.9%(同 3.7%)、企業・団体 3.6%(同 3.7%)、学生 3.4%(同 0.9%)、となっている。

(3) 性別では、女性が 1,198 件で、全体の 48.5%、男性は1,041 件で、同 42.1%と女性の割合が多くなっている。

(4) 年代別では、70歳以上が 559 件と最も多い。続いて60歳代 352 件、50歳代 321 件、40歳代 295 件、30歳代 178 件、20歳代 178 件、20歳未満 63 件となっている。平均年齢は56歳(前年度 57歳)だった。

図3 契約当事者の年代別・年度別・性別苦情相談件数 (件)



- (5) 契約当事者と相談者の関係を年代別にみると、20歳未満は、契約当事者本人からの相談は31.7%で、多くは家族等本人以外からの相談である。他の年代では20歳代の28.7%、70歳以上23.4%が家族等本人以外からの相談となっている。

表3-2 年代別契約当事者本人・本人以外別苦情相談件数

(件)

契約当事者			本人からの相談		本人以外(家族・知人等)からの相談	
年代	総数	年代別割合(%)	相談件数	総数に占める割合(%)	相談件数	総数に占める割合(%)
20歳未満	63	2.5	20	31.7	43	68.3
20歳代	178	7.2	126	70.8	51	28.7
30歳代	178	7.2	146	82.0	32	18.0
40歳代	295	11.9	268	90.8	27	9.2
50歳代	321	13.0	295	91.9	23	7.2
60歳代	352	14.2	315	89.5	36	10.2
70歳以上	559	22.6	428	76.6	131	23.4
団体・不明	526	21.3	297	56.5	191	36.3
合計	2,472	100.0	1,895	76.7	534	21.6

4 商品・役務(サービス)ごとにみた苦情相談の状況

- (1) 元年度は、商品一般及びインターネットを通じての情報提供サービス(デジタルコンテンツ)に関する相談が多数となっている。なお、商品一般に関する相談が29年度から増加したが、これは架空請求に関する相談の増加によるものである。

表4-1 年度別苦情相談の多い商品・役務の推移

(年度/件)

順位	H27		H28		H29		H30		R1	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数
1	デジタルコンテンツ	502	デジタルコンテンツ	601	デジタルコンテンツ	552	商品一般	334	商品一般	228
2	インターネット通信サービス	152	インターネット通信サービス	125	商品一般	373	デジタルコンテンツ	330	デジタルコンテンツ	207
3	商品一般	129	健康食品	116	借家・アパート	150	健康食品	130	健康食品	166
4	借家・アパート	109	商品一般	111	健康食品	126	借家・アパート	119	インターネット通信サービス	95
5	工事・建築	92	工事・建築	108	工事・建築	102	工事・建築	116	化粧品	89
6	サラ金・ヤミ金	91	借家・アパート	103	インターネット通信サービス	91	インターネット通信サービス	113	借家・アパート	86
7	健康食品	90	サラ金・ヤミ金	84	サラ金・ヤミ金	79	サラ金・ヤミ金	74	相談その他	83
8	新聞	74	携帯電話サービス	57	修理・補修	71	携帯電話サービス	73	工事・建築	78
9	四輪自動車	51	四輪自動車	55	携帯電話サービス	65	四輪自動車	66	携帯電話サービス	75
10	テレビ放送サービス	47	新聞	50	四輪自動車	57	相談その他	64	ファンド型投資商品 ※	56
			修理・補修	50	相談その他	57				

《商品・役務名》

※ファンド型投資商品：運用者が一人又は複数の元から資金を集め、運用し、そこから生じる収益の配当又は財産について出資者に配分を行うもの

《デジタルコンテンツに関する相談内容》

表4-2 デジタルコンテンツに関する相談内訳

(件)

	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上		無回答		合計		
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	団体・不明等
アダルト情報サイト		3	1		2	1	2	2	2	1	3	2	3	1	2		15	10	1
出会い系サイト			3	5	2	2	3	6	1	4	4	3	1	3			14	23	1
オンラインゲーム	1	4			2	1	1	2							1		5	7	
投資情報サイト							1	1			1						1	2	
ギャンブル情報サイト									1	3							3	1	
音楽情報サイト/映画配信サービス				1			1	1			1	1		1			2	4	
他のデジタルコンテンツ※1		7	13	9	5	9	6	10	7	12	8	10	11	3	5	2	55	62	1
合計	1	14	17	15	11	13	13	22	11	18	19	17	15	8	8	2	95	109	3
	15		32		24		35		29		36		23		10		207		

《商品・役務名》

※1 他のデジタルコンテンツ：SNS、占いサイト、検索サイト、内容の複合的な情報提供サービス等

(2) 年代別にみると、40歳代以下は〈デジタルコンテンツ〉に関する相談が1位だが、50歳代以上では、健康食品、商品一般に関する相談が多く見られる。

表4-3 年代別にみた苦情相談の多い商品・役務

(件)

順位	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
1	デジタルコンテンツ 15	デジタルコンテンツ 32	デジタルコンテンツ 24	デジタルコンテンツ 35	健康食品 39	商品一般 45	商品一般 63
2	健康食品 11	借家・アパート 15	借家・アパート 15	健康食品 26	デジタルコンテンツ 29	デジタルコンテンツ 36	新聞 25
3	化粧品 8	商品一般 11	商品一般 13	商品一般 19	商品一般 24	健康食品 23	健康食品 24
4	商品一般 6	ファンド型投資型商品 10	健康食品 11	化粧品 17	化粧品 16	インターネット通信サービス 17	デジタルコンテンツ 23
5	エステティックサービス 4	健康食品 8	化粧品 9	借家・アパート 14	インターネット通信サービス 15	工事・建築 12	ファンド型投資型商品 19
6	テレビ放送サービス 3	四輪自動車 8	四輪自動車 8	インターネット通信サービス 14	建築・工事 12	携帯電話サービス 12	携帯電話サービス 19
7	教室・講座 2	モバイルデータ通信 ※1 8	お金の・雑金 8	携帯電話サービス 11	携帯電話サービス 12	化粧品 11	工事・建築 18
8	教養娯楽品その他 2	化粧品 7	工事・建築 5	お金の・雑金 10	お金の・雑金 9	相談その他 11	他の金融関連サービス ※3 14
9		教室・講座 7	モバイルデータ通信 5	工事・建築 8	相談その他※2 9	ファンド型投資型商品 10	修理・補修 11
10		携帯電話サービス 6	電気掃除機類 3	紳士・婦人洋服 5	ファンド型投資型商品 8	四輪自動車 7	テレビ放送サービス 11
		エステティックサービス 6	スポーツ観戦 3	借家・アパート 8	借家・アパート 8		

《商品・役務名》

※1 モバイルデータ通信：データ通信専用の移動端末を使ったネット通信やデータ通信専用の通信契約

※2 相談その他：個人対個人、経営相談、労働問題等

※3 他の金融関連サービス：クレジットカードの入退会、携帯電話及び固定電話の料金の一括請求等

5 販売購入形態ごとにみた苦情相談の状況

(1) 販売購入形態別では、店舗販売に関する相談が多く、次に、通信販売、訪問販売・訪問購入に関する相談が多い。

表5-1 販売購入形態苦情相談件数

(年度/件)

区 分	R 1		H 3 0		増 減	
	相談件数	割合 (%)	相談件数	割合 (%)		
店 舗 販 売	782	31.6	909	32.9	△ 127	
店 舗 外 販 売	訪 問 販 売 ・ 訪 問 購 入	204	8.3	241	8.7	△ 37
	通 信 販 売	781	31.6	824	29.8	△ 43
	マルチ・マルチまがい取引※1	85	3.4	67	2.4	18
	電 話 勧 誘 販 売	129	5.2	204	7.4	△ 75
	そ の 他 無 店 舗 販 売	19	0.8	9	0.3	10
小 計	1,218	49.3	1,345	48.6	△ 127	
不 明 ・ 無 関 係	472	19.1	512	18.5	△ 40	
総 件 数	2,472	100.0	2,766	100.0	△ 294	

《商品・役務名》

※1 マルチ・マルチまがい取引：儲かるからと商品の販売組織に誘い、商品を購入させ、友人など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もの

(2) 販売購入形態別・年代別にみると、いずれの年代においても店舗販売と通信販売に関する相談が多い。訪問販売は70歳代以上の年代が特に多くなっている。

表5-2 販売購入形態別・年代別苦情相談件数

(件)

区 分	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	団体・不明	計	
店 舗 販 売	12	62	73	92	93	125	149	176	782	
店 舗 外 販 売	訪 問 販 売 ・ 訪 問 購 入	3	8	8	16	15	19	95	40	204
	通 信 販 売	40	67	71	133	142	100	120	108	781
	マルチ・マルチまがい取引	1	14	6	3	11	12	23	15	85
	電 話 勧 誘 販 売	0	4	5	10	12	20	42	36	129
	そ の 他 無 店 舗 販 売	1	7	2	4	1	1	2	1	19
小 計	45	100	92	166	181	152	282	200	1,218	
合 計	57	162	165	258	274	277	431	376	2,000	

(3) 販売購入形態別に相談の多い主な商品・役務をみると、店舗販売では、〈借家・アパート〉、〈携帯電話サービス〉、〈工事・建築〉、訪問販売・訪問購入では、〈新聞〉、〈工事・建築〉、〈テレビ放送サービス〉である。通信販売では〈デジタルコンテンツ〉、〈健康食品〉、〈化粧品〉、電話勧誘販売では、〈インターネット通信サービス〉に関する相談が多い。

表5-3 販売購入形態別にみた主な商品・役務等別苦情相談件数

区 分	件数	主 な 商 品 ・ 役 務										
		第1位		第2位		第3位		第4位		第5位		
店 舗 販 売	782	借家・アパート	86	携帯電話サービス	61	工事・建築	45	四輪自動車	37	貯金・預金	35	
店 舗 外 販 売	訪問販売・訪問購入	204	新聞	31	工事・建築	22	テレビ放送サービス	20	ふとん類	10	修理・補修	10
	通 信 販 売	781	デジタルコンテンツ	191	健康食品	131	化粧品	72	商品一般	52	スポーツ観戦	20
	マルチ・マルチまがい取引	85	ファンド型投資型商品	41	健康食品	14	化粧品	8	複合会員サービス※	4	内職・副業	4
	電 話 勧 誘 販 売	129	インターネット通信サービス	43	広告代理サービス	10	デジタルコンテンツ	8	役務その他サービス	7	かに	5
	そ の 他 無 店 舗 販 売	19	モバイルデータ通信	12	携帯電話サービス	2	司法書士	2				

《商品・役務名》

※複合会員サービス：旅行・飲食店・映画等が安くなる等の特典をうたった会員サービス

6 相談があった契約等の契約・購入金額及び回復金額（判明分のみ）

- (1) 元年度の大分県消費生活センター（アイネス）における 2,688 件の消費生活相談における契約・購入金額の総合計は、881,271,224 円であった。
- (2) 相談した結果、クーリング・オフを根拠に返金、解約、取消された件数は 35 件、クーリング・オフ以外で既に契約・申込みをしてしまった金額の全額又は一部が相談者に返金された件数は 86 件、契約・申込みをする前に相談した結果、相談者が当該契約を締結せず、支払わずに済んだ件数は 45 件で、合計 166 件の回復総額は 39,145,384 円だった。

(件/円)

	救済件数	契約・購入額	救済金額	回復率
クーリング・オフによる救済	35	19,236,721	19,236,721	100.0%
クーリング・オフ以外の救済	86	14,167,008	9,815,077	69.3%
未然防止	45	10,093,586	10,093,586	100.0%
合 計	166	43,497,315	39,145,384	90.0%

7 アイネスにおけるあっせん解決率の推移

年 度	H 2 5	H 2 6	H 2 7	H 2 8	H 2 9	H 3 0	R 1
あっせん件数（件）	436	255	342	350	351	310	365
あっせん解決（件）	391	246	323	314	317	266	330
あっせん解決率（%）	89.7	96.5	94.4	89.7	90.3	85.8	90.4

○大分県民の消費生活の安定及び向上に関する条例

昭和五十三年十二月二十三日

大分県条例第三十二号

大分県民の消費生活の安定及び向上に関する条例をここに公布する。

大分県民の消費生活の安定及び向上に関する条例

目次

- 第一章 総則(第一条—第八条)
- 第二章 消費生活の安全の確保(第九条—第十一条)
- 第三章 表示の適正化等(第十二条—第二十条)
- 第四章 取引行為の適正化(第二十一条—第二十四条)
- 第五章 生活関連商品に関する施策(第二十五条—第二十九条)
- 第六章 啓発活動及び消費者教育の推進等(第三十条—第三十三条)
- 第七章 消費者被害の救済(第三十四条—第三十九条)
- 第八章 知事への申出(第四十条)
- 第九章 立入調査、公表等(第四十一条・第四十二条)
- 第十章 消費生活センターの組織及び運営に関する事項等(第四十三条)
- 第十一章 大分県消費生活審議会(第四十四条)
- 第十二章 雑則(第四十五条・第四十六条)

附則

第一章 総則

(目的)

第一条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、県及び事業者の果たすべき責務並びに消費者の果たすべき役割を明らかにするとともに、県の実施する施策について必要な事項を定めることにより、県民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的とする。

(平一六条例五三・一部改正)

(基本理念)

第二条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策(以下「消費者施策」という。)の推進は、県、事業者及び消費者の相互の信頼を基調として、県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、次に掲げる消費者の権利を尊重するとともに、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ことを基本として行われなければならない。

一 消費生活において消費者の安全が確保されること。

- 二 商品及び役務(以下「商品等」という。)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ること。
 - 三 消費者に対し、消費生活における必要な情報が速やかに提供されること。
 - 四 消費生活に関する教育の機会が提供されること。
 - 五 消費者の意見が県の施策等に適切に反映されること。
 - 六 消費生活において、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。
- (平一六条例五三・全改)

(県の責務)

- 第三条 県は、経済社会の発展に即応して、前条に定める基本理念にのっとり、消費者施策を推進する責務を有する。
- 2 県は、消費者の自立を支援するため、消費者に対する啓発活動及び消費者教育の推進等に努めるものとする。
 - 3 県は、市町村等と連携し、商品等に関し事業者と消費者との間に生じた苦情等が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、苦情処理のあつせん等に努めるとともに、人材の確保及び資質の向上に努めるものとする。
 - 4 県は、消費者施策の推進に当たっては、消費者の意見を反映させるものとする。
- (平一六条例五三・全改)

(市町村との連携)

- 第四条 県は、消費者施策の推進について、市町村の協力を求めるものとする。
- 2 県は、市町村が行う消費者施策について、必要な情報の提供、技術的助言その他の支援を行うものとする。
- (平一六条例五三・全改)

(事業者の責務)

- 第五条 事業者は、第二条に定める基本理念にかんがみ、その供給する商品等について次に掲げる責務を有する。
- 一 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
 - 二 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
 - 三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
 - 四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
 - 五 県及び市町村が実施する消費者施策に協力すること。
- 2 事業者は、常に、その供給する商品等について、品質その他の内容の向上に努めなければならない。

(平一六条例五三・全改)

(消費者の役割)

第六条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するように努めることにより、消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすものとする。

(平一六条例五三・一部改正)

(環境への配慮)

第七条 県は、消費者施策の推進に当たっては、消費生活が環境に及ぼす影響に配慮するものとする。

- 2 事業者は、消費者に対する商品等の供給に当たっては、環境への負荷の低減に配慮するよう努めなければならない。
- 3 消費者は、商品の選択、使用及び廃棄並びに役務の選択及び利用に当たっては、環境に及ぼす影響に配慮するよう努めなければならない。

(平一六条例五三・追加)

(消費者基本計画)

第八条 県は、消費者施策の計画的な推進を図るため、基本となる計画(以下「基本計画」という。)を策定するものとする。

- 2 基本計画には、次に掲げる事項を定めるものとする。
 - 一 消費者施策の大綱
 - 二 前号に掲げるもののほか、消費者施策の計画的な推進を図るために必要な事項
- 3 県は、基本計画を定め、又は変更したときは、これを公表するものとする。

(平一六条例五三・追加)

第二章 消費生活の安全の確保

(平一六条例五三・改称)

(危害商品等の供給禁止)

第九条 事業者は、消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれのある商品等(以下「危害商品等」という。)を供給してはならない。

(平一六条例五三・旧第七条繰下)

(危害商品等の調査)

第十条 知事は、事業者が消費者に供給する商品等について、危害商品等の疑いがあると認めるときは、速やかに必要な調査を行うものとする。

- 2 知事は、前項の規定により調査を行う場合において必要があると認めるときは、当該事業者に対し、当該商品等の安全性について、資料の提出又は説明を求めることができる。

(平一六条例五三・旧第八条繰下・一部改正)

(危害防止勧告等)

第十一条 知事は、事業者が消費者に供給する商品等が危害商品等であると認めるときは、その危害を防止するため、当該事業者に対し、当該商品等の供給の中止、回収その他必要な措置をとるべきことを勧告するとともに、県民に対し、速やかに、情報を提供するものとする。

- 2 知事は、前項の規定により勧告をした場合において、当該事業者に対し、当該勧告に基づいてとった措置及びその結果について報告を求めることができる。

(平一六条例五三・旧第九条繰下・一部改正)

第三章 表示の適正化等

(平一六条例五三・章名追加)

(表示の適正化)

第十二条 事業者は、消費者が商品等を購入し、又は利用しようとする場合において、容易に選択ができ、かつ、適正に使用若しくは利用又は廃棄ができるようにするため、その供給する商品等の品目、使用方法その他の必要な事項を正しく、かつ、分かりやすく表示するよう努めるものとする。

(平一六条例五三・追加)

(規格の適正化)

第十三条 事業者は、商品等の品質の改善及び消費生活の合理化に寄与するため、商品等について適正な規格を定めるよう努めるものとする。

(平一六条例五三・追加)

(計量の適正化)

第十四条 事業者は、その供給する商品等について、消費者が不利益を被ることがないよう、適正な計量をしなければならない。

(平一六条例五三・追加)

(容器及び包装の適正化)

第十五条 事業者は、その供給する商品について、消費者がその内容、量目等を誤認することがないようにするため、適正に容器を用い、及び包装を行うよう努めなければならない。

ない。

(平一六条例五三・追加)

(広告の適正化)

第十六条 事業者(広告代理事業及び広告媒体事業を行う者を含む。)は、商品等に関する広告について、消費者が選択を誤るおそれのある表現を避け、消費者が商品等を適切に選択するために必要とする情報を明確かつ平易に提供するよう努めるものとする。

(平一六条例五三・追加)

(自動販売機等の管理の適正化)

第十七条 事業者は、自動販売機その他これに類する機械(以下「自動販売機等」という。)により商品等を供給する場合は、自動販売機等について適正な管理を行い、及び自動販売機等の見やすい箇所に自動販売機等の管理者の氏名又は名称、住所及び電話番号を表示しなければならない。

(平一六条例五三・追加)

(自主基準の設定)

第十八条 事業者又は事業者団体(事業者が組織する団体をいう。以下同じ。)は、消費者の信頼を確保するため、第十二条から前条までに規定する事項その他消費生活の安定及び向上を図るために必要な事項に関する基準(以下「自主基準」という。)を定めるよう努めなければならない。

- 2 事業者又は事業者団体は、自主基準を定めたときは、速やかに、当該自主基準を知事に届け出なければならない。これを変更し、又は廃止したときも同様とする。
- 3 知事は、事業者又は事業者団体に対し、自主基準の設定及び変更並びに遵守について、必要な指導又は助言を行うことができる。

(平一六条例五三・旧第十一条繰下・一部改正)

(県の基準の設定)

第十九条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため必要があると認めるときは、第十二条から第十七条までに規定する事項に関して事業者が遵守すべき基準(以下「県の基準」という。)を定めることができる。

- 2 知事は、県の基準を定めたときは、速やかに告示しなければならない。これを変更し、又は廃止したときも同様とする。

(平一六条例五三・旧第十二条繰下・一部改正)

(県の基準の遵守義務)

第二十条 事業者は、県の基準を遵守しなければならない。

2 知事は、事業者が県の基準を遵守していないと認めるときは、当該事業者に対し、これを遵守するよう勧告することができる。

(平一六条例五三・旧第十三条繰下・一部改正)

第四章 取引行為の適正化

(平一六条例五三・追加)

(不適正な取引行為の禁止)

第二十一条 知事は、事業者が消費者との間で行う商品等の取引に関して、次の各号のいずれかに該当する行為を不適正な取引行為として規則で定めるものとする。

- 一 消費者に対し、販売の意図を隠して接近し、商品等に関する重要な情報を提供せず、又は誤信を招く情報を提供し、消費者を執ように説得し、又は心理的に不安な状態に陥れる等の不当な方法を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- 二 取引における信義誠実の原則に反して消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させる行為
- 三 消費者若しくはその関係人を欺き、威迫し、困惑させる等の不当な手段を用いて契約(契約の成立又はその内容について当事者間に争いがあるものを含む。)に基づく債務の履行を求め、若しくは当該債務の履行をさせ、又は契約に基づく債務の履行を不当に拒否し、若しくは遅延させる行為
- 四 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張を不当に妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し若しくは契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これらによつて生じた債務の履行を不当に拒否し、若しくは遅延させる行為
- 五 商品等を提供する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者からの商品等の購入を条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約(以下「与信契約等」という。)について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その契約を勧誘し、若しくは締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは債務の履行をさせる行為

2 事業者は、消費者との間で商品等の取引を行うに当たり、前項の規定により定められた不適正な取引行為を行つてはならない。

(平一六条例五三・追加)

(不適正な取引行為に関する調査)

第二十二条 知事は、事業者が前条第一項の規定により定められた不適正な取引行為を行っている疑いがあると認めるときは、当該事業者が消費者との間で行う商品等の取引に

ついて必要な調査を行うことができる。

- 2 知事は、前項の調査を行うに当たり、必要があると認めるときは、当該事業者に対し、必要な資料の提出又は説明を求めることができる。

(平一六条例五三・追加)

(指導及び勧告等)

第二十三条 知事は、事業者が第二十一条第一項の規定により定められた不適正な取引行為を行っていると認めるときは、当該事業者に対し、当該取引行為を改善すべきことを指導し、又は勧告することができる。

- 2 知事は、前項の規定による指導又は勧告をした場合において必要があると認めるときは、当該事業者に対し、当該指導又は勧告に基づいてとった措置の内容及びその結果について報告を求めることができる。

(平一六条例五三・追加)

(情報提供)

第二十四条 知事は、事業者が第二十一条第一項の規定により定められた不適正な取引行為を行っていると認め、かつ、当該取引行為による消費者の被害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、消費者に対し、速やかに、当該事業者に係る不適正な取引行為、商品等の種類その他必要な情報を提供するものとする。

- 2 知事は、前項に規定する場合において、当該事業者の不適正な取引行為により消費者に重大な被害が生じ、又は生ずるおそれがあると認めるときは、消費者に対し、速やかに、前項に規定する情報のほか当該事業者の氏名又は名称、住所その他の当該事業者を特定する情報を提供することができる。

(平一六条例五三・追加)

第五章 生活関連商品に関する施策

(平一六条例五三・旧第三章繰下・改称)

(情報の収集及び提供)

第二十五条 知事は、県民の日常の消費生活との関連性が高い商品(以下「生活関連商品」という。)の価格の動向及び需給の状況について、情報を収集するとともに、必要な情報を県民に提供するものとする。

- 2 事業者は、前項の規定により知事が行う情報の収集に協力しなければならない。

(平一六条例五三・旧第十五条繰下・一部改正)

(生活関連商品の供給等の要請)

第二十六条 知事は、生活関連商品の流通の円滑化及び価格の安定を図るため必要がある

と認めるときは、事業者に対し、当該生活関連商品の円滑な供給その他必要な措置をとるよう協力を求めることができる。

(平一六条例五三・旧第十六条繰下・一部改正)

(商品の指定)

第二十七条 知事は、生活関連商品の価格の動向又は需給の状況が、県民の消費生活に著しい影響を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると認めるときは、当該生活関連商品を特別の調査を要する商品として指定することができる。

2 知事は、前項に規定する事態が消滅したと認めるときは、同項の規定による指定を解除するものとする。

3 知事は、第一項の規定により指定し、又は前項の規定により指定を解除したときは、速やかにその旨を告示しなければならない。

(平一六条例五三・旧第十七条繰下・一部改正)

(特別調査)

第二十八条 知事は、前条第一項の規定により指定された商品(以下「指定生活関連商品」という。)について、その価格の動向及び需給の状況に関し必要な調査を行うものとする。

2 事業者は、前項の規定により知事が行う調査に協力しなければならない。

(平一六条例五三・旧第十八条繰下・一部改正)

(売渡し及び価格の引下げの勧告)

第二十九条 知事は、事業者が買占め又は売惜しみにより指定生活関連商品を多量に保有していると認めるときは、当該事業者に対し、当該指定生活関連商品の売渡しを勧告することができる。

2 知事は、事業者が指定生活関連商品を著しく不当な価格で販売していると認めるときは、当該事業者に対し、当該指定生活関連商品の価格の引下げを勧告することができる。

(平一六条例五三・旧第十九条繰下・一部改正)

第六章 啓発活動及び消費者教育の推進等

(平一六条例五三・追加)

(啓発活動の推進)

第三十条 知事は、消費者が自主性をもつて健全な消費生活を営むことができるようになるため、商品等に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するものとする。

(平一六条例五三・追加)

(消費者教育の推進)

第三十一条 県は、消費者が消費生活を営む上で、必要な知識及び判断力を修得し、主体的に行動し、並びにその行動が経済社会及び環境に及ぼす影響についての理解を深めることができるようにするため、消費生活に関する教育用の資料の提供その他教育の機会が活用されるよう必要な措置を講ずるものとする。

2 県は、消費生活に関する学習の機会の提供その他消費生活に関する消費者の自主的な学習の支援のために必要な措置を講ずるものとする。

(平一六条例五三・追加)

(消費者団体の自主的な活動の促進)

第三十二条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の自主性を尊重しつつ、その健全な活動を促進するために必要な施策を講ずるものとする。

(平一六条例五三・追加)

(試験、検査等の施設の整備等)

第三十三条 知事は、消費者施策の実効を確保するため、商品の試験、検査等を行う施設を整備するとともに、必要に応じて試験、検査等の結果を消費者に提供するものとする。

(平一六条例五三・追加)

第七章 消費者被害の救済

(平一六条例五三・旧第四章繰下・改称)

(苦情処理体制の整備)

第三十四条 事業者及び事業者団体は、事業者と消費者との間の取引に関して生じた苦情(以下「消費者苦情」という。)を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備に努めなければならない。

(平一六条例五三・旧第二十一条繰下・一部改正)

(苦情の処理)

第三十五条 知事は、消費者苦情の申出があつたときは、速やかにその内容を調査し、当該消費者苦情を解決するためのあつせんその他必要な措置を講じなければならない。

2 知事は、前項の規定による調査に当たつて必要があると認めるときは、当該消費者苦情に係る事業者その他の関係者に対し、資料の提出又は説明を求めることができる。

(平一六条例五三・旧第二十二条繰下・一部改正)

(調停)

第三十六条 知事は、前条第一項の規定によりあつせんその他の措置を講じた場合におい

て、消費者苦情の解決が著しく困難であると認めるときは、大分県消費者苦情処理委員会の調停に付することができる。

- 2 大分県消費者苦情処理委員会は、前項の規定による調停のため必要があると認めるときは、当該消費者苦情に係る事業者その他の関係者に対し、必要な資料の提出又は説明を求めることができる。

(平一六条例五三・旧第二十三条繰下・一部改正)

(大分県消費者苦情処理委員会)

第三十七条 消費者苦情について調停を行い、及び消費者が事業者を相手とする訴訟の援助に関する事項を調査審議するため、大分県消費者苦情処理委員会(以下「苦情処理委員会」という。)を置く。

- 2 苦情処理委員会は、委員五人以内で組織し、委員は、学識経験のある者のうちから知事が委嘱する。
- 3 委員の任期は、二年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 4 委員は、再任されることができる。
- 5 前三項に定めるもののほか、苦情処理委員会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

(平一六条例五三・旧第二十四条繰下)

(消費者訴訟の援助)

第三十八条 知事は、消費者が事業者を相手とする訴訟を提起する場合において、当該訴訟が次の各号のすべてに該当する消費者苦情に係るものであるときは、苦情処理委員会の意見を聴いて、当該消費者に対し、規則で定めるところにより、当該訴訟の費用に充てる資金の貸付けその他訴訟活動に必要な援助を行うことができる。

- 一 苦情処理委員会の調停によつて解決されなかつたもの
- 二 同一又は同種の被害が多数発生し、又は多数発生するおそれがあるもの
- 三 一件当たりの被害額が規則で定める額以下のもの

(平一六条例五三・旧第二十五条繰下)

(貸付金の返還等)

第三十九条 前条に規定する訴訟の費用に充てる資金の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したときは、当該貸付けに係る資金を返還しなければならない。

- 2 知事は、前項の規定にかかわらず、必要があると認めるときは、規則で定めるところにより、当該貸付けに係る資金の全部又は一部の返還を猶予し、又は免除することができる。

(平一六条例五三・旧第二十六条繰下)

第八章 知事への申出

(平一六条例五三・追加)

(知事への申出)

第四十条 県民は、この条例の規定に違反する事業者の事業活動により、又はこの条例の規定に基づく知事の措置がとられていないことにより、第二条各号に掲げる消費者の権利が侵され、又はそのおそれがあると認めるときは、知事に対し、その旨を書面により申し出て、適切な措置をとるべきことを求めることができる。

- 2 知事は、前項の規定による申出があつたときは、必要な調査を行い、その申出の内容が事実であると認めるときは、この条例に基づき適切な措置をとるものとする。
- 3 知事は、第一項の規定による申出に係る処理の経過及び結果を当該申出を行つた者に通知するものとする。
- 4 知事は、必要があると認めるときは、当該申出の内容並びにその処理の経過及び結果を公表するものとする。この場合において、知事は、個人に関する情報の保護に配慮しなければならない。

(平一六条例五三・追加)

第九章 立入調査、公表等

(平一六条例五三・追加)

(立入調査等)

第四十一条 知事は、この条例の施行に必要な限度において、事業者に対し、文書若しくは口頭による説明若しくは必要な資料の提出を求め、又はその職員に、事業者の事務所その他の場所に立ち入り、帳簿書類、設備その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

- 2 前項の規定により立入調査等を行う職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者にこれを提示しなければならない。
- 3 第一項の規定による立入調査等の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

(平一六条例五三・追加)

(公表)

第四十二条 知事は、事業者が次の各号のいずれかに該当する場合において、その行為について正当な理由がないと認めるときは、当該事業者の氏名又は名称、住所及びその内容を公表することができる。

- 一 第十一条第一項、第二十条第二項、第二十三条第一項又は第二十九条第一項若しくは第二項の規定による勧告に従わなかつたとき。

二 第十条第二項、第二十二條第二項、第三十五條第二項、第三十六條第二項又は前條第一項の規定による説明若しくは資料の提出の要求を拒み、又は虚偽の説明若しくは資料の提出を行つたとき。

三 前條第一項の規定による調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、又は同項の規定による質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。

2 知事は、前項の規定による公表をしようとするときは、あらかじめ当該事業者に対し、意見を述べる機会を与えなければならない。

(平一六条例五三・追加)

第十章 消費生活センターの組織及び運営に関する事項等

(平二八条例一八・追加)

第四十三條 知事は、消費者安全法(平成二十一年法律第五十号。以下「法」という。)第十条第一項の施設又は機関(以下「消費生活センター」という。)を設置したときは、遅滞なく、次に掲げる事項を公示するものとする。当該事項を変更したときも、同様とする。

一 消費生活センターの名称及び住所

二 消費生活センターにおいて法第八条第一項第二号イ及びロの事務を行う日及び時間

2 消費生活センターには、消費生活センターの事務を掌理する消費生活センターの長及び消費生活センターの事務を行うために必要な職員を置くものとする。

3 消費生活センターには、法第十条の三第一項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者を消費生活相談員として置くものとする。

4 知事は、消費生活相談員の専門性に鑑み、適切な人材及び処遇の確保に必要な措置を講ずるものとする。

5 知事は、消費生活センターにおいて法第八条第一項各号に掲げる事務に従事する職員に対し、その資質の向上のための研修の機会を確保するものとする。

6 知事は、法第八条第一項各号に掲げる事務の実施により得られた情報の漏えい、滅失又は毀損の防止その他の当該情報の適切な管理のために必要な措置を講ずるものとする。

(平二八条例一八・追加)

第十一章 大分県消費生活審議会

(平一六条例五三・旧第六章繰下、平二八条例一八・旧第十章繰下)

(大分県消費生活審議会)

第四十四條 知事の諮問に応じ、県民の消費生活の安定及び向上に関する重要な事項を審議するため、大分県消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

2 知事は、次に掲げる場合には、あらかじめ審議会の意見を聴かななければならない。

一 県の基準を設定し、変更し、又は廃止しようとするとき。

- 二 不適切な取引行為を規則で定め、又は変更しようとするとき。
 - 三 基本計画を策定し、又は変更しようとするとき。
 - 四 その他消費者施策に関する重要な事項を決定しようとするとき。
- 3 審議会は、委員二十人以内で組織し、委員は、次に掲げる者のうちから知事が委嘱し、又は任命する。
- 一 学識経験のある者
 - 二 消費者
 - 三 事業者
- 4 委員の任期は、二年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 5 委員は、再任されることができる。
- 6 前三項に定めるもののほか、審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

(平一六条例五三・旧第三十条繰下・一部改正、平二八条例一八・旧第四十三条繰下)

第十二章 雑則

(平一六条例五三・旧第七章繰下、平二八条例一八・旧第十一章繰下)

(国又は他の地方公共団体への要請)

第四十五条 知事は、この条例の目的を達成するため必要があると認めるときは、国又は他の地方公共団体に対し、適切な措置をとるよう要請し、又は協力を求めるものとする。

(平一六条例五三・旧第三十一条繰下、平二八条例一八・旧第四十四条繰下)

(委任)

第四十六条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

(平一六条例五三・旧第三十二条繰下、平二八条例一八・旧第四十五条繰下)

附 則

この条例は、昭和五十四年四月一日から施行する。

附 則(平成一六年条例第五三号)

この条例は、平成十七年四月一日から施行する。ただし、第三十条第二項の改正規定は、平成十八年二月十日から施行する。

附 則(平成二八年条例第一八号)

この条例は、平成二十八年四月一日から施行する。

大分県消費者行政連絡協議会規程

昭和42年	8月15日	訓令甲第18号
昭和44年	6月3日	訓令甲第13号
昭和45年	6月12日	訓令甲第10号
昭和48年	5月8日	訓令甲第6号
昭和51年	7月13日	訓令甲第12号
昭和52年	4月30日	訓令甲第11号
昭和56年	4月24日	訓令甲第20号
昭和61年	3月22日	訓令甲第2号
平成2年	4月1日	訓令甲第6号
平成5年	4月1日	訓令甲第6号
平成6年	4月1日	訓令甲第10号
平成7年	5月30日	訓令甲第14号
平成9年	4月1日	訓令甲第14号
平成14年	7月19日	訓令甲第16号
平成15年	4月1日	訓令甲第8号
平成16年	4月1日	訓令甲第13号
平成16年10月	1日	訓令甲第41号
平成17年	4月1日	訓令甲第3号
平成18年	4月1日	訓令甲第19号
平成18年	8月1日	訓令甲第25号
平成19年	5月1日	訓令甲第26号
平成21年	5月22日	訓令甲第32号
平成22年	4月1日	訓令甲第9号
平成23年	6月7日	訓令甲第14号
平成24年	4月1日	訓令甲第12号
平成26年	4月1日	訓令甲第16号
平成27年	5月19日	訓令甲第20号
平成28年	4月1日	訓令甲第20号
平成28年	7月4日	訓令甲第25号
平成29年	4月1日	訓令甲第9号
平成30年	3月30日	訓令甲第9号
平成31年	4月26日	訓令甲第30号
令和2年	3月25日	訓令甲第4号
令和2年	5月19日	訓令甲第20号

(設置)

第1条 県民の消費生活の向上に関する行政を有機的関連をもって推進するため、

大分県消費者行政連絡協議会（以下「協議会」という。）を置く。

（協議事項）

第2条 協議会は、次の各号に掲げる事項について協議するものとする。

- (1) 消費生活の向上に係る施策の調整に関する事
- (2) 消費生活に関する問題の調査及び研究に関する事
- (3) その他消費生活の向上について必要な事項

（組織）

第3条 協議会は、会長及び委員をもつて組織する。

- 2 会長は、生活環境部長をもつて充てる。
- 3 委員は、別表に掲げる者をもつて充てる。
- 4 会長は、必要に応じ、前項に定める者以外の者を協議会の会議に出席させることができる。

（協議会の招集）

第4条 協議会の会議は、会長が招集し、その議長となる。

- 2 会長に事故があるときは、あらかじめ会長の指名した委員がその職務を代行する。

（部会）

第5条 協議会は、必要に応じ、部会を置くことができる。

- 2 部会に部会長を置き、会長の指名する委員がこれに当たる。
- 3 部会に属すべき委員は、会長が指名する。
- 4 協議会は、その定めるところにより、部会の決議をもつて協議会の決議とすることができる。

（庶務）

第6条 協議会の庶務は、生活環境部で処理する。

（委任）

第7条 この規程に定めるもののほか、協議会の運営に関し必要な事項は、会長が協議会に諮って定める。

（附則）

この訓令は、公示の日から施行する。

別表（第3条関係）

総務部県政情報課長
企画振興部おおいた創生推進課長
福祉保健部福祉保健企画課長
福祉保健部医療政策課長
福祉保健部医療政策課薬務室長
福祉保健部健康づくり支援課長
福祉保健部高齢者福祉課長
福祉保健部障害福祉課障害者社会参加推進室長
生活環境部うつくし作戦推進課長
生活環境部うつくし作戦推進課自然保護推進室長
生活環境部県民生活・男女共同参画課長
生活環境部私学振興・青少年課長
生活環境部食品・生活衛生課長
生活環境部循環社会推進課長
生活環境部防災局防災対策企画課長
生活環境部防災局防災対策企画課消防保安室長
生活環境部消費生活・男女共同参画プラザ所長
商工観光労働部商工観光労働企画課長
商工観光労働部経営創造・金融課長
商工観光労働部工業振興課長
商工観光労働部情報政策課長
商工観光労働部商業・サービス業振興課長
商工観光労働部観光局観光政策課長
農林水産部地域農業振興課長
農林水産部農地活用・集落営農課長
農林水産部林務管理課林産振興室長
土木建築部土木建築企画課長
土木建築部建築住宅課長
教育庁教育財務課長
教育庁義務教育課長
教育庁特別支援教育課長
教育庁高校教育課長
教育庁社会教育課長
警察本部警務部広報課長
警察本部生活安全部生活安全企画課長
警察本部生活安全部保安課長

第4次大分県消費者基本計画の担当課・室一覧

※〔 〕内は、令和3年4月1日組織改正後の関係課室

基本目標	主要な施策	施策の方向	関係課室	本編 記載頁	
I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	(1)食品の安全性の確保	薬務室 食品・生活衛生課 地域農業振興課 農地活用・集落営農課 〔水田畑地化・集落営農課〕 林産振興室	10 10 10 10 11	
		(2)信頼確保による「食の安心」の醸成	食品・生活衛生課	11	
		(3)商品・サービスの安全性の確保	県民生活・男女共同参画課 自然保護推進室 食品・生活衛生課 消防保安室 工業振興課	13 13 13 13	
		(4)住宅の安全性の確保	土木建築企画課 建築住宅課	14 14	
		2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	(1)表示、規格、計量の適正化	県民生活・男女共同参画課 薬務室 健康づくり支援課 自然保護推進室 食品・生活衛生課 新産業振興室 地域農業振興課	17 18 18 18 18 18 18
	(2)消費者取引の適正化		県民生活・男女共同参画課 高齢者福祉課 経営創造・金融課 観光政策課 建築住宅課	19 19 19 19 20	
	(3)消費者の個人情報の保護		県政情報課	20	
	3 消費者被害の未然防止のための啓発活動等の推進		(1)詐欺等の犯罪の未然防止	県民生活・男女共同参画課 警察本部生活安全企画課	22 22
			(2)多様な手段を用いた広報・啓発活動の推進	県民生活・男女共同参画課 食品・生活衛生課 警察本部生活安全企画課	22 23 23
			(3)迅速かつ効果的な情報提供	県民生活・男女共同参画課 警察本部保安課	23 23
		(4)消費者の特性に配慮した情報提供	県民生活・男女共同参画課	24	
	4 高齢者・若者・障がい者等への支援	(1)ユニバーサルデザインの普及	福祉保健企画課	25	
		(2)高齢者等の消費トラブル防止に向けた見守り体制の充実	県民生活・男女共同参画課	26	
		(3)認知症施策の推進	県民生活・男女共同参画課 福祉保健企画課 高齢者福祉課 障害者社会参加推進室	27 27 27 27	
			(4)成年年齢引下げへの対応	県民生活・男女共同参画課	27
			(5)障がい者や依存症患者など特性を踏まえた施策の推進	県民生活・男女共同参画課 障害者社会参加推進室	27 27
	5 事業者指導の強化	(1)悪質事業者の監視及び消費者被害に係る犯罪の取締りの強化	県民生活・男女共同参画課 警察本部保安課	28 28	
		(2)消費者被害についての情報収集及び分析	県民生活・男女共同参画課	29	

基本目標	主要な施策	施策の方向	関係課室	本編 記載頁	
	6 消費生活相談体制の充実・強化	(1)消費生活相談体制の強化	県民生活・男女共同参画課 食品・生活衛生課	31 31	
		(2)トラブルの早期解決に向けた支援	県民生活・男女共同参画課	33	
		(3)他機関等における消費生活相談体制の充実	医療政策課	33	
			薬務室	33	
			高齢者福祉課	33	
	障害者社会参加推進室		33		
		経営創造・金融課	33		
		観光政策課	33		
		建築住宅課	33, 34		
		警察本部広報課	34		
	(4)商品事故に関する原因究明テスト機関との連携	県民生活・男女共同参画課	34		
7 紛争の適切かつ迅速な解決	(1)消費者苦情処理委員会の活用	県民生活・男女共同参画課	36		
	(2)他の裁判外紛争解決機関の活用	県民生活・男女共同参画課	36		
		土木建築企画課	37		
Ⅱ 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	1 ライフステージに応じた消費者教育の推進	(1)幼児期における消費者教育の推進	県民生活・男女共同参画課	39	
		(2)小学生期・中学生期・高校生期における消費者教育の推進	県民生活・男女共同参画課	39	
			教育庁義務教育課	40	
			教育庁特別教育支援課 教育庁高校教育課	40 40	
	(3)成年年齢下げに伴う消費者教育の充実	県民生活・男女共同参画課	40		
	(4)成人期における消費者教育の推進	県民生活・男女共同参画課	41		
		教育庁社会教育課	41		
	2 消費者教育推進のための人材育成	(1)消費者教育、啓発を担う人材の育成	県民生活・男女共同参画課 教育庁教育財務課 〔教育デジタル改革室〕	43 43	
	3 消費生活と関連する教育との連携推進	(1)家庭・地域・学校等との連携推進	県民生活・男女共同参画課	45	
			薬務室	45	
			教育庁義務教育課	45	
			教育庁社会教育課	45	
		(2)環境教育との連携推進	うつくし作戦推進課	46	
		(3)食育との連携推進	県民生活・男女共同参画課 食品・生活衛生課	46 46	
		(4)金融経済教育との連携推進	県民生活・男女共同参画課	46	
	(5)多様な主体(家庭、事業者・事業者団体)による消費者教育の推進	県民生活・男女共同参画課	46		
	4 事業者団体等との連携	(1)公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進	県民生活・男女共同参画課	47	
		(2)事業者団体等の自主的な取組への支援	県民生活・男女共同参画課	47	
	5 消費者意見の反映	(1)消費者が意見表明できる環境づくり	県民生活・男女共同参画課	48	
	Ⅲ 協働による豊かな社会の実現	1 持続可能な消費行動と事業活動の推進	(1)エシカル消費の普及啓発	県民生活・男女共同参画課	50
			(2)食育の推進	県民生活・男女共同参画課	50
				食品・生活衛生課	51
(3)食品ロスの削減に向けた取組の推進			うつくし作戦推進課	51	
			食品・生活衛生課	51	
(4)脱炭素社会づくりに向けた取組の推進			うつくし作戦推進課	52	
(5)プラスチックごみ削減に向けた取組の推進			うつくし作戦推進課	52	
			循環社会推進課	52	
(6)各種リサイクルの普及啓発	循環社会推進課	53			
(7)環境保全型農業の推進	地域農業振興課	53			

基本目標	主要な施策	施策の方向	関係課室	本編記載頁	
	2 市町村への支援・連携	(1)市町村における消費者行政推進に向けた支援	県民生活・男女共同参画課	54	
		(2)市町村相談体制の充実にに向けた支援	県民生活・男女共同参画課	55	
		(3)条例及び基本計画等の策定の促進	県民生活・男女共同参画課	55	
	3 消費者団体等との連携・協働	(1)消費者団体の自主的活動に対する支援	県民生活・男女共同参画課	56	
		(2)消費者団体等との連携及び支援	県民生活・男女共同参画課 地域農業振興課	56 56	
		(3)消費者団体訴訟制度の推進	県民生活・男女共同参画課	57	
	4 関係機関との連携	(1)国、国民生活センター等関係機関との連携・協力	県民生活・男女共同参画課	58	
		(2)大分県消費者行政連絡協議会等の充実・強化	県民生活・男女共同参画課	59	
	IV デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応	1 デジタル化への対応	(1)情報通信技術や先端技術の活用拡大と消費者被害の防止の両立	県民生活・男女共同参画課 新産業振興室	60 61
				先端技術挑戦室〔DX推進課、先端技術挑戦課〕	61
商業・サービス業振興課				61	
県民生活・男女共同参画課				61	
(2)デジタル技術の活用による相談体制の充実			県民生活・男女共同参画課	61	
(3)青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備			県民生活・男女共同参画課 私学振興・青少年課	61 62	
		教育庁教育財務課〔教育デジタル改革室〕	62		
2 国際化の進展への対応		(1)外国人の支援体制の構築と関係機関の連携	県民生活・男女共同参画課	63	
		(2)越境消費者トラブルへの対応力の強化	県民生活・男女共同参画課	63	
		(3)輸入食品の安全確保	食品・生活衛生課	64	
V 災害・感染症拡大などの緊急時対応	1 生活関連商品の安定供給	(1)生活関連商品の価格の安定と円滑な供給など平常時からの取組	県民生活・男女共同参画課 おおいた創生推進課	65 65	
			経営創造・金融課	66	
			商業・サービス業振興課	66	
			県民生活・男女共同参画課	66	
	(2)生活関連商品の価格・需給動向の監視	県民生活・男女共同参画課	66		
	2 大規模自然災害・新型コロナウイルス感染症拡大などの緊急時対応	(1)自然災害・感染症拡大などの緊急時における生活関連商品の価格の安定と円滑な供給への取組	県民生活・男女共同参画課	67	
			災害対策本部被災者救援部(生活環境企画課)	67	
災害対策本部支援物資部(商工観光労働企画課)			67		
(2)自然災害・感染症拡大などの緊急時における生活関連商品の価格・需給動向等の監視	県民生活・男女共同参画課	68			

[]は令和3年4月組織改正予定

第4次消費者基本計画関係課・室別施策記載箇所検索表

※〔 〕内は、令和3年4月1日組織改正後の関係課室

関係課室	基本目標	主要な施策	施策の方向	本編記載頁
県政情報課	I 消費者被害の防止	2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	(3)消費者の個人情報の保護	20
おおいた創生推進課	V 災害・感染症拡大などの緊急時対応	2 国際化の進展への対応	(1)生活関連商品の価格の安定と円滑な供給など平時からの取組	65
福祉保健企画課	I 消費者被害の防止	4 高齢者・若者・障がい者等への支援	(1)ユニバーサルデザインの普及	25
	I 消費者被害の防止	4 高齢者・若者・障がい者等への支援	(3)認知症施策の推進	27
医療政策課	I 消費者被害の防止	6 消費生活相談体制の充実に向けた強化	(3)他機関等における消費生活相談体制の充実	33
薬務室	I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	(1)食品の安全性の確保	10
	I 消費者被害の防止	2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	(1)表示、規格、計量の適正化	18
	I 消費者被害の防止	6 消費生活相談体制の充実に向けた強化	(3)他機関等における消費生活相談体制の充実	33
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	3 消費生活と関連する教育との連携推進	(1)家庭・地域・学校等との連携推進	45
健康づくり支援課	I 消費者被害の防止	2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	(1)表示、規格、計量の適正化	18
高齢者福祉課	I 消費者被害の防止	2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	(2)消費者取引の適正化	19
	I 消費者被害の防止	4 高齢者・若者・障がい者等への支援	(3)認知症施策の推進	27
	I 消費者被害の防止	6 消費生活相談体制の充実に向けた強化	(3)他機関等における消費生活相談体制の充実	33
障害者社会参加推進室	I 消費者被害の防止	4 高齢者・若者・障がい者等への支援	(3)認知症施策の推進	27
	I 消費者被害の防止	4 高齢者・若者・障がい者等への支援	(5)障がい者や依存症患者など特性を踏まえた施策の推進	27
	I 消費者被害の防止	6 消費生活相談体制の充実に向けた強化	(3)他機関等における消費生活相談体制の充実	33
災害対策本部被災者救援部(生活環境企画課)	V 災害・感染症拡大などの緊急時対応	2 大規模自然災害・新型コロナウイルス感染症拡大などの緊急時対応	(1)自然災害・感染症拡大などの緊急時における生活関連商品の価格の安定と円滑な供給への取組	67
うつくし作戦推進課	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	3 消費生活と関連する教育との連携推進	(2)環境教育との連携推進	46
	III 協働による豊かな社会の実現	1 持続可能な消費行動と事業活動の推進	(3)食品ロスの削減の取組	51
	III 協働による豊かな社会の実現	1 持続可能な消費行動と事業活動の推進	(4)脱炭素社会づくりに向けた取組の推進	52
	III 協働による豊かな社会の実現	1 持続可能な消費行動と事業活動の推進	(5)プラスチックごみ削減の取組	52
自然保護推進室	I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	(3)商品・サービスの安全性の確保	13
	I 消費者被害の防止	2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	(1)表示、規格、計量の適正化	18
県民生活・男女共同参画課	I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	(3)商品・サービスの安全性の確保	13
	I 消費者被害の防止	2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	(1)表示、規格、計量の適正化	17
	I 消費者被害の防止	2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	(2)消費者取引の適正化	19
	I 消費者被害の防止	3 消費者被害の未然防止のための啓発活動等の推進	(1)詐欺等の犯罪の未然防止	22
	I 消費者被害の防止	3 消費者被害の未然防止のための啓発活動等の推進	(2)多様な手段を用いた広報・啓発活動の推進	22
	I 消費者被害の防止	3 消費者被害の未然防止のための啓発活動等の推進	(3)迅速かつ効果的な情報提供等	23
	I 消費者被害の防止	3 消費者被害の未然防止のための啓発活動等の推進	(4)消費者の特性に配慮した情報提供	24

関係課室	基本目標	主要な施策	施策の方向	本編記載頁
県民生活・男女共同参画課	I 消費者被害の防止	4 高齢者・若者・障がい者等への支援	(2)高齢者等の消費トラブル防止に向けた見守り体制の充実	26
	I 消費者被害の防止	4 高齢者・若者・障がい者等への支援	(3)認知症施策の推進	27
	I 消費者被害の防止	4 高齢者・若者・障がい者等への支援	(4)成年年齢引下げへの対応	27
	I 消費者被害の防止	4 高齢者・若者・障がい者等への支援	(5)障がい者や依存症患者など特性を踏まえた施策の推進	27
	I 消費者被害の防止	5 事業者指導の強化	(1)悪質事業者の監視及び消費者被害に係る犯罪の取締りの強化	28
	I 消費者被害の防止	5 事業者指導の強化	(2)消費者被害についての情報収集及び分析	29
	I 消費者被害の防止	6 消費生活相談体制の充実に向けた強化	(1)消費生活相談体制の強化	31
	I 消費者被害の防止	6 消費生活相談体制の充実に向けた強化	(2)トラブルの早期解決に向けた支援	33
	I 消費者被害の防止	6 消費生活相談体制の充実に向けた強化	(4)商品事故に関する原因究明テスト機関との連携	34
	I 消費者被害の防止	7 紛争の適切かつ迅速な解決	(1)消費者苦情処理委員会の活用	36
	I 消費者被害の防止	7 紛争の適切かつ迅速な解決	(2)他の裁判外紛争解決機関の活用	36
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	1 ライフステージに応じた消費者教育の推進	(1)幼児期における消費者教育の推進	39
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	1 ライフステージに応じた消費者教育の推進	(2)小学生期・中学生期・高校生期における消費者教育の推進	39
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	1 ライフステージに応じた消費者教育の推進	(3)成年年齢引き下げに伴う消費者教育の充実	40
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	1 ライフステージに応じた消費者教育の推進	(4)成人期における消費者教育の取組	41
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	2 消費者教育推進のための人材育成	(1)消費者教育、啓発を担う人材の育成	43
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	3 消費生活と関連する教育との連携推進	(1)家庭・地域・学校等との連携推進	45
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	3 消費生活と関連する教育との連携推進	(4)金融経済教育との連携推進	46
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	3 消費生活と関連する教育との連携推進	(5)多様な主体(家庭、事業者・事業者団体)による消費者教育の推進	46
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	4 事業者団体等との連携	(1)公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進	47
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	4 事業者団体等との連携	(2)事業者団体等の自主的な取組への支援	47
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	5 消費者意見の反映	(1)消費者が意見表明できる環境づくり	48
	III 協働による豊かな社会の実現	1 持続可能な消費行動と事業活動の推進	(1)エンカル消費の普及啓発	50
	III 協働による豊かな社会の実現	1 持続可能な消費行動と事業活動の推進	(2)食育の推進	50
	III 協働による豊かな社会の実現	2 市町村への支援・連携	(1)市町村における消費者行政推進に向けた支援	54
	III 協働による豊かな社会の実現	2 市町村への支援・連携	(2)市町村相談体制の充実に向けた支援	55
	III 協働による豊かな社会の実現	2 市町村への支援・連携	(3)条例及び基本計画の策定の促進	55
	III 協働による豊かな社会の実現	3 消費者団体等との連携・協働	(1)消費者団体の自主的活動に対する支援	56
	III 協働による豊かな社会の実現	3 消費者団体等との連携・協働	(2)消費者団体との連携及び支援等	56
	III 協働による豊かな社会の実現	3 消費者団体等との連携・協働	(3)消費者団体訴訟制度の推進	57
	III 協働による豊かな社会の実現	4 関係機関との連携	(1)国、国民生活センター等関係機関との連携・協力	58
	III 協働による豊かな社会の実現	4 関係機関との連携	(2)大分県消費者行政連絡協議会等の充実・強化	59

関係課室	基本目標	主要な施策	施策の方向	本編記載頁
県民生活・男女共同参画課	IV デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応	1 デジタル化への対応	(1)情報通信技術や先端技術の活用拡大と消費者被害の防止の両立	60
	IV デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応	1 デジタル化への対応	(2)デジタル技術の活用による相談体制の充実	61
	IV デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応	1 デジタル化への対応	(3)青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備	61
	IV デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応	2 国際化の進展への対応	(1)外国人の支援体制の構築と関係機関の連携	63
	IV デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応	2 国際化の進展への対応	(2)越境消費者トラブルへの対応力の強化	63
	V 災害・感染症拡大などの緊急時対応	1 生活関連商品の安定供給	(1)生活関連商品の価格の安定と円滑な供給など平常時からの取組	65
	V 災害・感染症拡大などの緊急時対応	2 国際化の進展への対応	(2)生活関連商品の価格・需給動向の監視	66
	V 災害・感染症拡大などの緊急時対応	2 大規模自然災害・新型コロナウイルス感染症拡大などの緊急時対応	(1)自然災害・感染症拡大などの緊急時における生活関連商品の価格の安定と円滑な供給への取組	67
私学振興・青少年課	V 災害・感染症拡大などの緊急時対応	2 大規模自然災害・新型コロナウイルス感染症拡大などの緊急時対応	(2)自然災害・感染症拡大などの緊急時における生活関連商品の価格・需給動向等の監視	68
	IV デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応	1 デジタル化への対応	(3)青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備	62
食品・生活衛生課	I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	(1)食品の安全性の確保	10
	I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	(2)信頼確保による「食の安心」の醸成	11
	I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	(3)商品・サービスの安全性の確保	13
	I 消費者被害の防止	2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	(1)表示、規格、計量の適正化	18
	I 消費者被害の防止	3 消費者被害の未然防止のための啓発活動等の推進	(2)多様な手段を用いた広報・啓発活動の推進	23
	I 消費者被害の防止	6 消費生活相談体制の充実に向けた強化	(1)消費生活相談体制の強化	31
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	3 消費生活と関連する教育との連携推進	(3)食育との連携推進	46
	III 協働による豊かな社会の実現	1 持続可能な消費行動と事業活動の推進	(2)食育の推進	51
	III 協働による豊かな社会の実現	1 持続可能な消費行動と事業活動の推進	(3)食品ロスの削減の取組	51
	IV デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応	2 国際化の進展への対応	(3)輸入食品の安全確保	64
循環社会推進課	III 協働による豊かな社会の実現	1 持続可能な消費行動と事業活動の推進	(6)各種リサイクルの普及啓発	53
消防保安室	I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	(3)商品・サービスの安全性の確保	13
災害対策本部支援物資部 (商工観光労働企画課)	V 災害・感染症拡大などの緊急時対応	2 大規模自然災害・新型コロナウイルス感染症拡大などの緊急時対応	(1)自然災害・感染症拡大などの緊急時における生活関連商品の価格の安定と円滑な供給への取組	67
経営創造・金融課	I 消費者被害の防止	2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	(2)消費者取引の適正化	19
	I 消費者被害の防止	6 消費生活相談体制の充実に向けた強化	(3)他機関等における消費生活相談体制の充実	33
	V 災害・感染症拡大などの緊急時対応	2 国際化の進展への対応	(1)生活関連商品の価格の安定と円滑な供給など平常時からの取組	66
工業振興課	I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	(3)商品・サービスの安全性の確保	13
新産業振興室	I 消費者被害の防止	2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	(1)表示、規格、計量の適正化	18
	IV デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応	1 デジタル化への対応	(1)情報通信技術や先端技術の活用拡大と消費者被害の防止の両立	61

関係課室	基本目標	主要な施策	施策の方向	本編記載頁
先端技術挑戦室 〔DX推進課、先端技術挑戦課〕	IV デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応	1 デジタル化への対応	(1)情報通信技術や先端技術の活用拡大と消費者被害の防止の両立	61
商業・サービス業振興課	IV デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応	1 デジタル化への対応	(1)情報通信技術や先端技術の活用拡大と消費者被害の防止の両立	61
	V 災害・感染症拡大などの緊急時対応	2 国際化の進展への対応	(1)生活関連商品の価格の安定と円滑な供給など平常時からの取組	66
観光政策課	I 消費者被害の防止	2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	(2)消費者取引の適正化	19
	I 消費者被害の防止	6 消費生活相談体制の充実に向けた強化	(3)他機関等における消費生活相談体制の充実	33
地域農業振興課	I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	(1)食品の安全性の確保	10
	I 消費者被害の防止	2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	(1)表示、規格、計量の適正化	18
	III 協働による豊かな社会の実現	1 持続可能な消費行動と事業活動の推進	(7)環境保全型農業の推進	53
	III 協働による豊かな社会の実現	3 消費者団体等との連携・協働	(2)消費者団体との連携及び支援等	56
農地活用・集落営農課〔水田畑地化・集落営農課〕	I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	(1)食品の安全性の確保	10
林業振興課	I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	(1)食品の安全性の確保	11
土木建築企画課	I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	(4)住宅の安全性の確保	14
	I 消費者被害の防止	7 紛争の適切かつ迅速な解決	(2)他の裁判外紛争解決機関の活用	37
建築住宅課	I 消費者被害の防止	1 消費者の安全・安心の確保	(4)住宅の安全性の確保	14
	I 消費者被害の防止	2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	(2)消費者取引の適正化	20
	I 消費者被害の防止	6 消費生活相談体制の充実に向けた強化	(3)他機関等における消費生活相談体制の充実	33, 34
教育庁教育財務課 〔教育デジタル改革室〕	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	2 消費者教育推進のための人材育成	(1)消費者教育、啓発を担う人材の育成	43
	IV デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応	1 デジタル化への対応	(3)青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備	62
教育庁義務教育課	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	1 ライフステージに応じた消費者教育の推進	(2)小学生期・中学生期・高校生期における消費者教育の推進	40
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	3 消費生活と関連する教育との連携推進	(1)家庭・地域・学校等との連携推進	45
教育庁特別教育支援課	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	1 ライフステージに応じた消費者教育の推進	(2)小学生期・中学生期・高校生期における消費者教育の推進	40
教育庁高校教育課	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	1 ライフステージに応じた消費者教育の推進	(2)小学生期・中学生期・高校生期における消費者教育の推進	40
教育庁社会教育課	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	1 ライフステージに応じた消費者教育の推進	(4)成人期における消費者教育の取組	41
	II 消費者の自立と事業者の自主的な取組の加速	3 消費生活と関連する教育との連携推進	(1)家庭・地域・学校等との連携推進	45
県警本部広報課	I 消費者被害の防止	6 消費生活相談体制の充実に向けた強化	(3)他機関等における消費生活相談体制の充実	34
県警本部生活安全企画課	I 消費者被害の防止	3 消費者被害の未然防止のための啓発活動等の推進	(1)詐欺等の犯罪の未然防止	22
	I 消費者被害の防止	3 消費者被害の未然防止のための啓発活動等の推進	(2)多様な手段を用いた広報・啓発活動の推進	23
県警本部保安課	I 消費者被害の防止	3 消費者被害の未然防止のための啓発活動等の推進	(3)迅速かつ効果的な情報提供等	23
	I 消費者被害の防止	5 事業者指導の強化	(1)悪質事業者の監視及び消費者被害に係る犯罪の取締りの強化	28

[]は令和3年4月組織改正予定

第4次大分県消費者基本計画

～おおいた消費者ホッとプラン2020～

発行 令和3年3月

発行者 大分県生活環境部県民生活・男女共同参画課

住所 〒870-0037 大分市東春日町1-1

大分県消費生活・男女共同参画プラザ内

電話 097-534-2038

FAX 097-534-0684

E-メール oita-shouhi@pref.oita.lg.jp

ホームページ <http://www.pref.oita.jp/soshiki/13100/>