

第4次
熊本県消費者施策の推進に関する基本計画

計画期間:令和3年度(2021年度)~令和7年度(2025年度)

令和3年(2021年)4月

熊本県

目 次

第1章 消費者基本計画について	1
1 第4次消費者基本計画策定の趣旨	1
2 第4次消費者基本計画の位置付け	2
3 第4次消費者基本計画の期間	2
第2章 第3次消費者基本計画の取組実績及び成果等	3
1 第3次消費者基本計画の概要	3
2 第3次消費者基本計画の取組実績及び成果等について	5
第3章 消費者行政をめぐる現状と課題	9
1 県消費生活センターの現状	9
2 消費者行政に関する市町村意向調査の結果	12
3 消費者行政を取り巻く環境の変化	13
第4章 第4次消費者基本計画における重点施策	16
第5章 重点施策の推進	20
重点施策1 消費者被害の未然防止と早期救済の推進	20
1 消費生活相談機能の充実・強化	20
2 多重債務者に対する生活再生支援	21
3 消費生活の安全・安心の確保	21
4 地域における高齢者・障がい者等に対する見守り活動の推進	22
5 訪日外国人・在留外国人の消費者トラブルへの対応	23
6 概ね5か年で到達すべき目標（K P I）	23
重点施策2 持続可能な社会に向けた取組の推進	24
1 食品ロスの削減に向けた取組の推進	24
2 環境の保全、その他の持続可能な社会の形成に資する取組の推進	24
3 概ね5か年で到達すべき目標（K P I）	24
重点施策3 消費生活に関連する多様な課題への対応	25
1 新型コロナウイルス感染症への対応	25
2 災害への対応	25
3 SNSによる消費者被害への対応	26

重点施策4 消費者教育の推進	27
1 ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進	27
2 効果的な消費者教育のための取組の推進	28
3 概ね5か年で到達すべき目標（K P I）	29
重点施策5 消費者行政を推進するための体制整備	30
1 消費者の意見反映と消費者施策の透明性の確保	30
2 県における体制整備	30
3 市町村における体制整備支援	30
4 概ね5か年で到達すべき目標（K P I）	30
 第6章 計画の推進に向けて	 31

【資料】

○用語解説	33
○熊本県消費生活条例	38
○消費者教育の推進に関する法律	46
○熊本県消費生活審議会（熊本県消費者教育推進地域協議会委員）名簿	50
○熊本県内の消費生活相談窓口一覧	51

第1章 消費者基本計画について

1 第4次消費者基本計画策定の趣旨

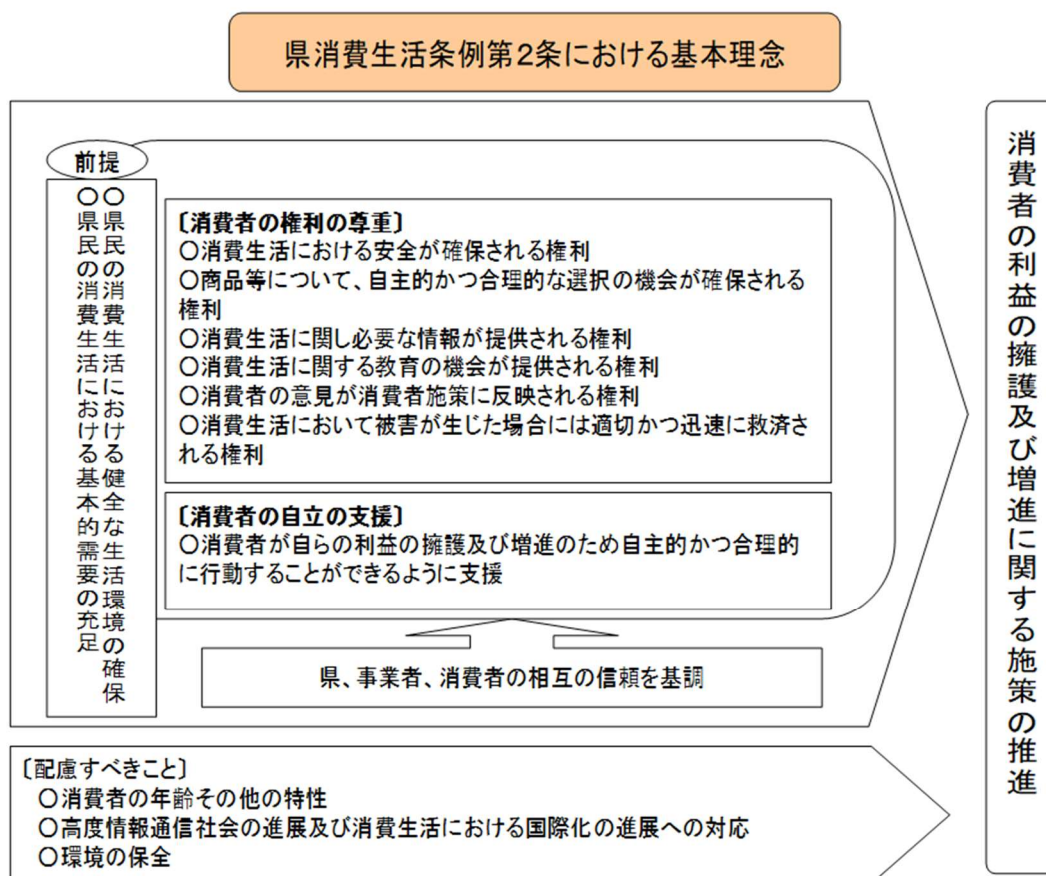
県では、消費者の利益の擁護と増進を図り、県民の消費生活の安定及び向上を目的とする「熊本県消費生活条例（以下「条例」という。）」第10条に基づき、「消費者施策の推進に関する基本的な計画（以下「消費者基本計画」という。）」を策定し、各種施策を推進してきました。

計画の推進にあたっては、条例第2条に定める基本理念を踏まえつつ、関係機関・団体との連携を図りながら、総合的かつ計画的な実施に努めてきました。[図1参照]

近年、少子高齢化の進行、経済のグローバル化やデジタル化の進展に加え、自然災害の激甚化や多発化、感染症の拡大、民法の改正、持続可能な社会の形成に向けた概念の普及など、消費者を取り巻く環境は大きく変化しています。このような中、高齢者や障がい者などを狙った悪質商法や、インターネット通販に関する相談の増加など、消費者トラブルは、ますます複雑化、多様化しています。

本県では、第3次消費者基本計画の計画期間が令和3年（2021年）3月をもって終了することから、消費者を取り巻く社会環境の変化等や国の消費者基本計画（令和2年度（2020年度）から令和6年度（2024年度）までの5年間）の方向性との基本的な整合性を図りながら、「第4次消費者基本計画」を策定するものです。

【図1 県消費生活条例第2条における基本理念】



2 第4次消費者基本計画の位置付け

本計画は、条例第10条に基づく「熊本県消費者基本計画」であると同時に、消費者教育を総合的に推進するため、「消費者教育の推進に関する法律」第10条第1項に基づく「熊本県消費者教育推進計画」として策定します。

3 第4次消費者基本計画の期間

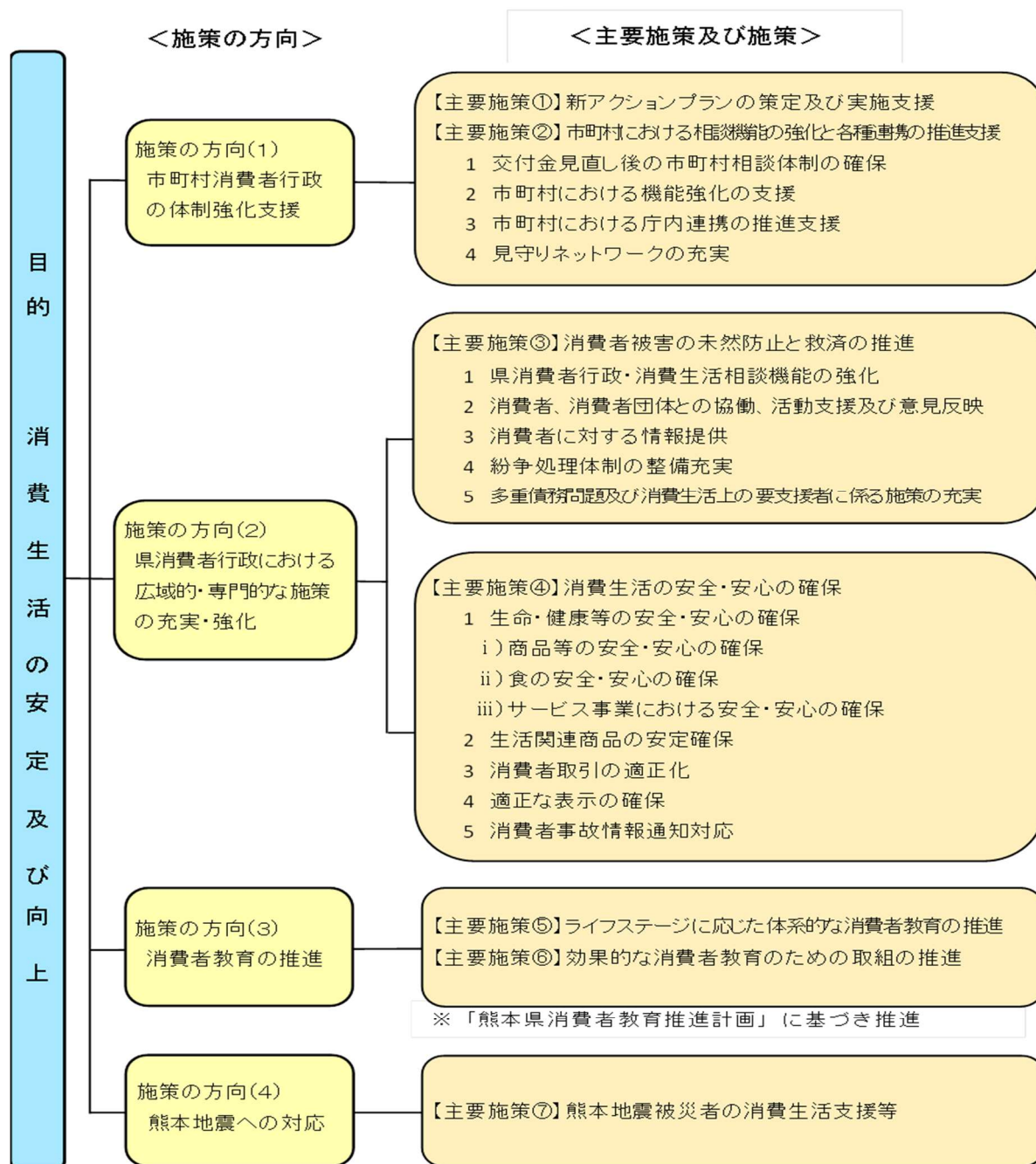
本計画の期間は、令和3年度（2021年度）から令和7年度（2025年度）までの5年間とします。

第2章 第3次消費者基本計画の取組実績及び成果等

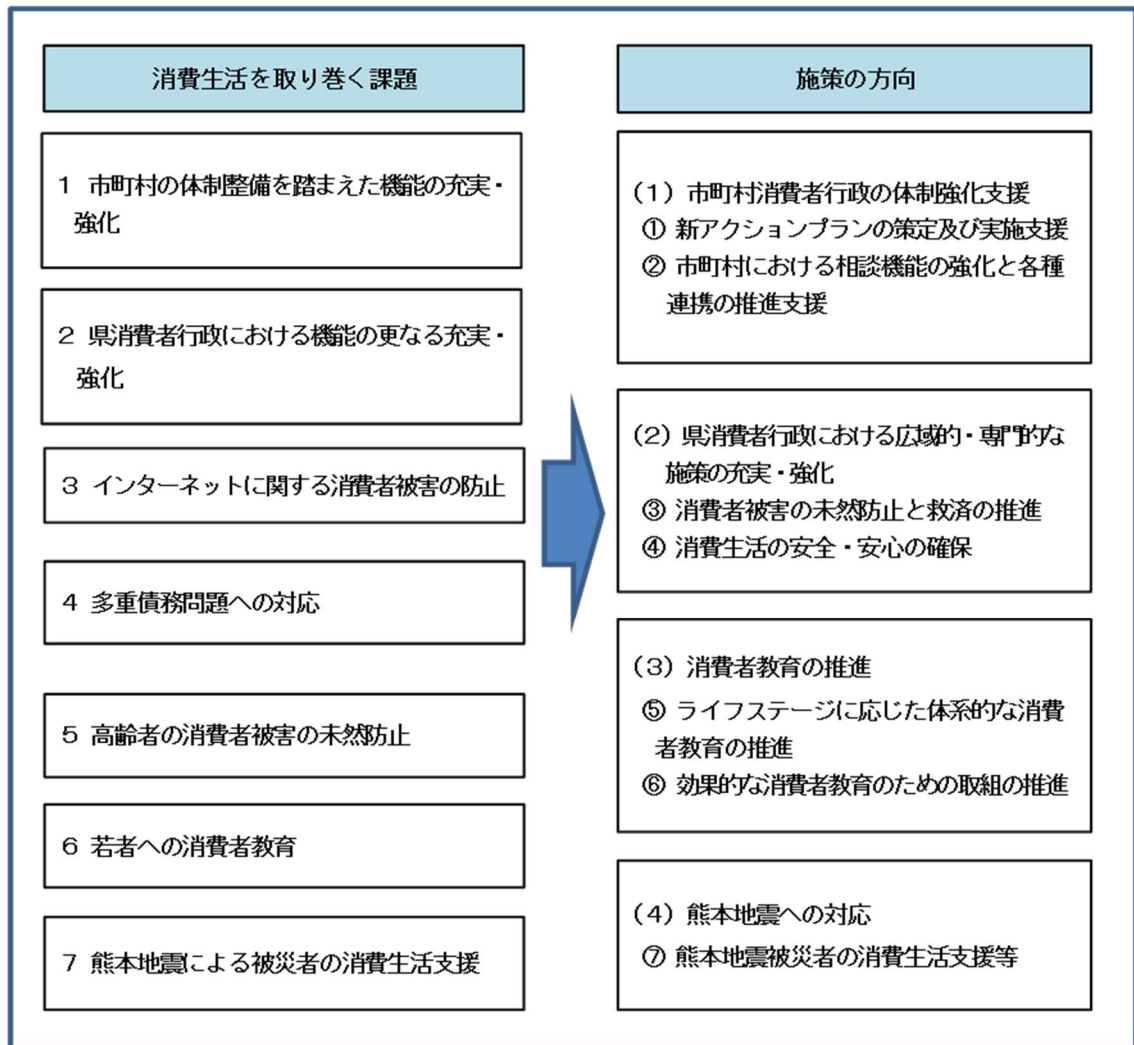
1 第3次消費者基本計画の概要

第3次消費者基本計画は、平成30年度（2018年度）から令和2年度（2020年度）まで（3カ年）を計画期間とし、消費生活の安定と向上を目的に各種施策・事業を展開してきました。第3次消費者基本計画の施策の体系は以下のとおりです。

【図2 第3次消費者基本計画の施策体系】



4つの基本的方向、7つの主要施策のもと各種事業を実施。



- 《重点プロジェクト》**
- 【1】市町村及び県の消費者行政機能強化プロジェクト
 - 【2】多重債務者等の生活再生支援プロジェクト
 - 【3】地域における高齢者等の見守り応援プロジェクト
 - 【4】学校教育と連携した若者への消費者教育プロジェクト
 - 【5】熊本地震被災者の消費生活支援プロジェクト

2 第3次消費者基本計画の取組実績及び成果等について

(1) 施策の方向について

第3次消費者基本計画に掲げた主要施策の実績及び成果等については、以下のとおりです。

施策の方向(1) 市町村消費者行政の体制強化支援

《主要施策①》新アクションプランの策定及び実施支援

県内各市町村がそれぞれ作成した新アクションプランにおいては、ほとんどの市町村で「将来的に交付金が削減されても、現在実施している消費生活行政を引き続き推進する。」旨が明記されています。

また、県は、同プランの中に記された交付金制度変更後の市町村消費者行政の取組について、市町村間の情報共有のためフィードバックを行うとともに、交付金対象事業等の情報提供を実施しました。

今後も、県は市町村新アクションプランの着実な実施に向けて支援していく必要があります。

《主要施策②》市町村における相談機能の強化と各種連携の推進支援

市町村の担当職員や消費生活相談員のスキルアップのための研修会を実施するとともに、市町村からの経由相談に対して助言、あっせんによる支援を行いました。

また、市町村の広域連携については、相談員が未設置の町村に働きかけを行い、平成28年(2016年)6月時点の5地域23市町村から、令和2年(2020年)4月時点には8地域30市町村と広域化が進んでいます。

県では、市町村見守りネットワーク構築や消費者安全確保地域協議会設置については、令和元年度(2019年度)時点で第3次消費者基本計画の目標値に達していなかったことから、さらに推進するための支援を引き続き実施していく必要があります。

施策の方向(2) 県消費者行政における広域的・専門的な施策の充実・強化

《主要施策③》消費者被害の未然防止と救済の推進

消費者から県消費生活センターに寄せられる相談について、助言やあっせんにより被害回復を図るとともに、市町村相談窓口からの高度な専門性を要する相談へ対応することにより、消費者被害の未然防止と救済の推進を図りました。

また、悪質商法に関する情報については、県ホームページ等に掲載する他、報道機関、市町村等へ情報提供を行い、県民に周知を図りました。

さらに、県内消費者団体と共催で、消費者大会や消費者月間における街頭啓発キャンペーン等を開催するとともに、適格消費者団体NPO法人消費者支援ネットワークのもとに委託し、差止請求訴訟の周知を図るための説明会等を開催しました。

また、多重債務者対策としては、県多重債務者対策協議会における協議を踏まえ、市町村の庁内連携推進や「お金の悩み無料相談会」等を実施しました。

今後も、情報化の進展に伴い、多様化・複雑化する消費者問題に対応するため、センター・オブ・センターズとして県の広域的・専門的機能の更なる充実・強化を図る必要があります。

《主要施策④》消費生活の安全・安心の確保

県内に流通する食品について、食品添加物、微生物、成分規格、残留農薬等の検査を実施しました。

また、食品等の安全性の確保を図るため、と畜場や食鳥処理場、畜水産食品取扱施設等で検査・指導を行いました。

食の安全・安心に係る相談・苦情等の総合窓口（食の安全110番）で、関係課と連携を図りながら、県民に対する迅速・的確な対応及び情報提供を行いました。

また、県内の食品販売店における食品表示の適正化を図るため、食品表示法に基づく巡回指導や食品表示ウォッチャーからの情報による監視指導を行うとともに、不当な取引行為を行う事業者に対して、特定商取引に関する法律、不当景品類及び不当表示防止法及び貸金業法に基づき、行政指導を実施しました。

施策の方向（3） 消費者教育の推進

《主要施策⑤》ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進

義務教育学校では、教育課程研究協議会等において消費者教育の推進や出前講座に関する資料配布、高等学校では、消費者庁作成の消費者教育教材「社会への扉」等を使用した消費者教育を実施しました。また、特別支援学校においても、「生活」「職業・家庭」などの教科の中で消費者教育を実施しました。

若年者の消費者教育については、令和4年（2022年）4月の成年年齢引き下げを見据え、平成29年度（2017年度）に「高校生等のための消費生活講座」を開始するとともに、令和元年度（2019年度）から「消費者教育コーディネーター」を配置し、学校現場のニーズ把握や特別支援学校向けの消費者教育教材作成など学校教育と連携した消費者教育を推進しました。

また、高齢者等をはじめとする各世代にも、出前講座等による消費者教育を実施しました。

今後もライフステージに応じた体系的な消費教育を推進していくため、教育委員会や私立学校所管課と緊密に連携し、若年者への消費者教育に重点的に取り組んでいく必要があります。

＜消費者教育推進計画に掲げた成果指標達成状況＞

消費生活に関する出前講座の実施市町村数

〔目標数値〕45市町村 〔R1年度実績〕31市町村

《主要施策⑥》効果的な消費者教育のための取組の推進

県では、NPO法人消費者支援ネットくまもとに委託し、「若者に対する消費者教育出前講座」を実施しました。

学習事業の充実を図るため、小中学校教員に対しては、消費者教育に関する講演等の情報提供を行うとともに、高等学校教員に対しては、家庭科主任会等における情報提供を行う他、特別支援学校教員に対しては、消費者教育に関する教科等の学習内容についての説明を行いました。

また、消費者団体との共催により消費生活講演会を開催するとともに、各消費者

団体主催事業の情報発信を行うなど、消費者への啓発活動を実施しました。

効果的な消費者教育のための取組を推進していくため、引き続き教育委員会や関係団体と連携しながら施策を実施していく必要があります。

<消費者教育推進計画に掲げた成果指標達成状況>

消費者教育推進計画を策定した累計市町村数	〔目標数値〕 18 市町村	〔R 1 年度実績〕 2 市町村
消費生活相談サポーターの養成累計人数	〔目標数値〕 200 人	〔R 1 年度実績〕 152 人

施策の方向（４） 熊本地震への対応

《主要施策⑦》熊本地震被災者の消費生活支援等

熊本地震で被災された方々を消費生活面から支援するため、専門家による無料法律相談会や多重債務問題対策も含めた「お金の悩み無料相談会」を実施しました。

また、「消費者自立のための生活再生総合支援事業」により、被災者の方々の生活再生を支援するため、家計診断や生活再生貸付及び貸付後のフォローアップを行うなど、消費生活の面からの再生に向けた支援を実施しました。

被災者の方々の生活再生に向けて、引き続き支援を行います。

（２）重点プロジェクトの進捗状況

第3次消費者基本計画に掲げた5つの重点プロジェクトの令和元年度（2019年度）における進捗状況は、以下のとおりです。

① 市町村及び県の消費者行政機能強化プロジェクト

・市町村の相談機能強化

「県・市町村相談受付総件数に占める市町村受付件数割合」は、平成27年度（2015年度）67.1%、令和元年度（2019年度）68.4%と推移しています。

県・市町村相談受付総件数に占める市町村受付件数割合	計画策定時（H27年度）	R 1 年度実績値	目標値（R 2 年度）
	67.1%	68.4%	67.1%以上

・県消費生活センターの機能強化

県消費生活センターにおける被害回復率の令和元年度（2019年度）実績は、9.4%で計画策定時を下回っていますが、あっせん率は12.3%となっています。

県消費生活センターにおける被害回復率	計画策定時（H28年度）	R 1 年度実績値	目標値（R 2 年度）
	10.3%	9.4%	10.3%以上

県消費生活センターにおけるあっせん率	計画策定時（H28年度）	R 1 年度実績値	目標値（R 2 年度）
	6.9%	12.3%	6.9%以上

- ◆被害回復額 既に支払った金額又は契約した金額の回復と未然防止額の合計
- ◆あっせん 消費者と事業者間にある情報の質、量、交渉力等の格差を補い、話し合いでの解決を支援するために、消費生活センターが事業者と直接電話や面談等で説得や交渉を行い、問題解決を図ること

② 多重債務者等の生活再生支援プロジェクト

他部局（税務課等の徴収部門等）から多重債務者等に関する消費生活部局への情報提供・共同対応の実施市町村数の令和元年度（2019年度）実績は、計画策定時を大きく上回っており、「生活再生支援研修会」等の取組成果が表れています。

庁内連携の実績 (他部局から消費生活部局への情報提供・共同対応の実施市町村数)	計画策定時 (H28年度)	R1年度実績値	目標値 (R2年度)
	13市町	27市町村	23市町村 (5割)以上

③ 地域における高齢者等の見守り応援プロジェクト

見守りネットワーク構築市町村数は、現時点で目標値に達していませんが、市町村消費者安全確保地域協議会の設置数については、令和2年（2020年）10月現在で1県4市となっており、着実に進捗しています。

見守りネットワーク構築の市町村数	計画策定時 (H28年度)	R1年度実績値	目標値 (R2年度)
	39市町村	42市町村	45市町村 (全市町村)

消費者安全確保地域協議会の設置数	計画策定時 (H28年度)	R1年度実績値	目標値 (R2年度)
	1市	1県2市	県及び 6市町村以上

④ 学校教育と連携した若者への消費者教育プロジェクト

高等学校における出前講座実施校数は、着実に上昇しています。
大学等における消費生活センター・被害情報等の掲示校については、(現時点で)目標値に達しておらず、更なる取組が必要です。

高等学校における出前講座実施校数	計画策定時 (H28年度)	R1年度実績値	目標値 (R2年度)
	9校	29校	27校

大学等における消費生活センター・被害情報等の掲示校数	計画策定時 (H28年度)	R1年度実績値	目標値 (R2年度)
	—	42校	67校 (全校)

⑤ 熊本地震被災者の消費生活支援プロジェクト

被災者の生活再生貸付の償還計画達成率については、計画策定時以降から100%で推移しています。

被災者の生活再生貸付の償還計画達成率	計画策定時 (H28年度)	R1年度実績値	目標値 (R2年度)
	100%	100%	100%

第3章 消費者行政をめぐる現状と課題

1 県消費生活センターの現状

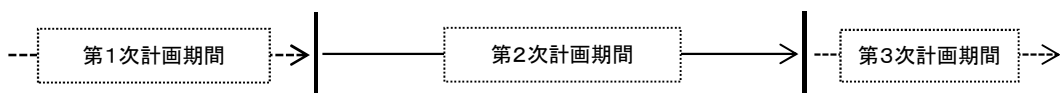
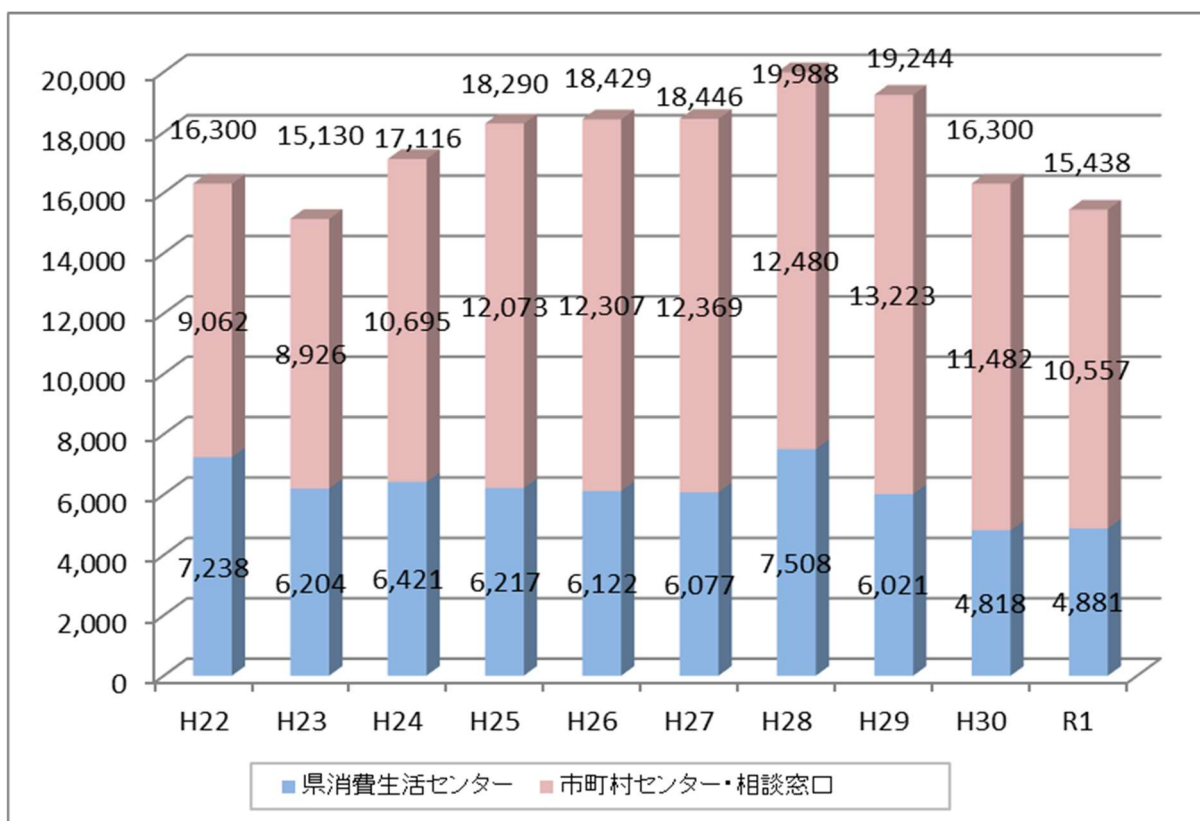
(1) 消費生活相談件数

平成22年度(2010年度)から、市町村の相談件数が県の相談件数を上回り、増加傾向となっており、市町村の相談体制整備の効果が現れています。

県及び市町村を合わせた相談件数は、平成27年度(2015年度)までは、約18,500件弱で推移。熊本地震が発生した平成28年度(2016年度)及び平成29年度(2017年度)は増加しましたが、平成30年度(2018年度)以降は減少に転じ、令和元年度(2019年度)は約15,000件となっています。

なお、県内で新型コロナウイルス感染症が発生した令和2年(2020年)2月以降は、感染症関連の相談が増加しています。

【図3 消費生活相談件数の推移】



(2) 相談内容

県消費生活センターで受け付けた相談件数を商品・サービス別に見ると、葉書を使った架空請求を含む「商品一般」と、携帯電話のショートメッセージ等による架空請求を含む「放送・コンテンツ等」に関する相談が上位を占めています。「健康食品」は、通信販売による定期購入等の相談が増加傾向にあります。また、多重債務問題を含む「融資サービス」も依然上位にあります。

また、これを購入形態別にみると、インターネットやテレビショッピング等に関する通信販売についての相談が圧倒的に多く寄せられています。また、訪問販売、電話勧誘販売、マルチ商法についての相談も依然として多く寄せられています。

特に、新型コロナウイルス感染症発生以降、外出自粛の呼びかけ等に伴い、インターネット通信販売に関する相談や感染症に便乗した悪質商法に関する相談が増加しています。

【表1 商品・サービス別相談件数の推移※1】

(単位：件)

商品・役務(サービス)名	H28年度		H30年度		R1年度	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
商品一般	227	3.0%	642	13.3%	492	10.1%
放送・コンテンツ等※2 (携帯電話等の架空請求等)	1,132	15.1%	543	11.3%	405	8.3%
健康食品	148	2.0%	169	3.5%	264	5.4%
融資サービス(多重債務等)	334	4.4%	289	6.0%	222	4.5%
住宅・住宅設備等の工事・ 補修サービス	643	8.6%	211	4.4%	181	3.7%
不動産賃貸借関係	639	8.5%	185	3.8%	180	3.7%

※1 同表は、令和元年度の県消費生活センターへの相談件数内容の上位6位から作成。

※2 「放送・コンテンツ等」

電話情報提供サービス、インターネット情報サービスなどの電話回線やオンラインネットワーク等を使って情報を得るサービス等をいい、アダルトサイト・出会い系サイト・総合情報サイトなどが大半を占める。ネット通販や携帯電話の通話料、パケット代は含まない。

【表2 販売購入形態別相談状況の推移】

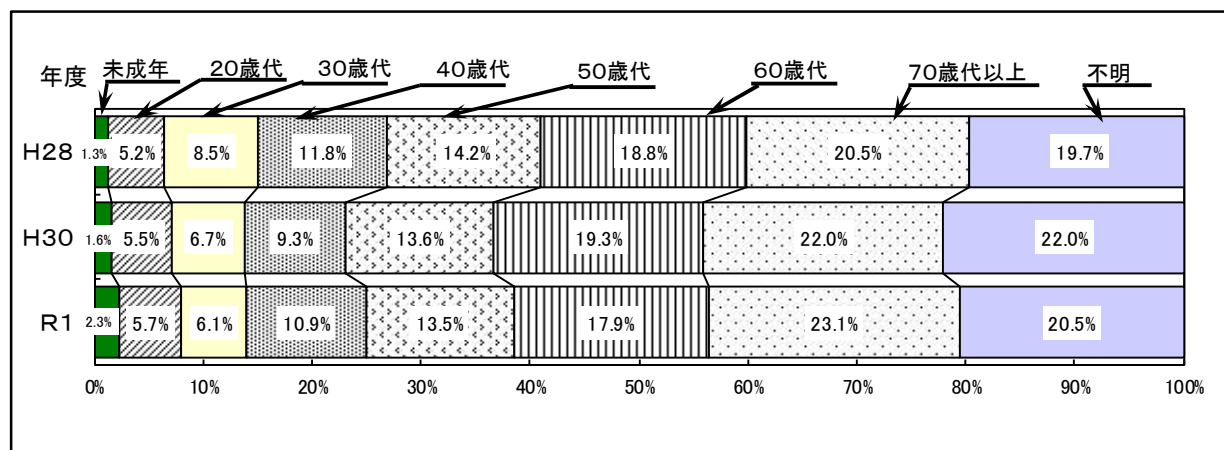
(単位：件)

区 分		計画策定時 (H28年度)	H30年度	R1年度
無店舗販売	通信販売	1,810	1,125	1,322
	訪問販売	493	313	331
	電話勧誘販売	328	205	195
	マルチ商法	45	56	67
	訪問購入	34	7	19
	送り付け商法	6	5	7
	その他無店舗	179	59	78
無店舗販売 小 計		2,895	1,770	2,019
店舗購入		1,735	841	987
不明・無関係		2,878	2,207	1,875
合 計		7,508	4,818	4,881

(3) 契約当事者の年齢

契約当事者に占める60歳以上の割合は、依然として40%を超えており、高齢者が契約の当事者である割合が高い傾向にあります。

【図4 契約当事者の年齢別割合】



2 消費者行政に関する市町村意向調査の結果

第4次基本計画を策定するにあたり、令和2年（2020年）6月に、県内全市町村に対して実施した「市町村消費者行政の体制及び今後の方向」に関する意向調査の結果は、次のとおりです。

（1）市町村消費者行政の今後の展開における課題について

- ① 国の恒久的財政措置、財政支援
- ② 将来的な相談員の確保・スキルアップ
- ③ 若者を対象とした出前講座の充実
- ④ 消費者安全確保地域協議会の設置 等

（2）市町村消費者行政の体制における今後の方向性について

① 相談員配置について

専門相談員配置市町村は45市町村中43市町村であり、市町村新アクションプランにおいて、そのほとんどの市町村において「現体制を維持又は拡充」することが明記されている。

なお、専門相談員未配置は2町村であるが、県や国民生活センターが実施する研修会等を受講した行政職員が対応を行っており、このまま「特に支障がないため、現体制を引き続き継続」と回答。

② 庁内連携について

県内全市町村が「継続」又は「拡充」していく意向。

③ 見守りネットワーク及び消費者安全確保地域協議会について

- ・ 見守りネットワークが構築済みの市町村は、全て「継続」又は「拡充」していく意向。
- ・ 消費者安全確保地域協議会について、「設置済」は3市、「今後検討」は6市町。

④ 消費者教育コーディネーターの配置について

消費者教育コーディネーターを配置している市町村はないが、6市町が「今後検討していきたい」と回答。

⑤ 食品ロス削減の取組について

「実施している」は18市町村、「予定していない」は27市町村。

⑥ エシカル消費の推進について

「広報や出前講座等により普及啓発を実施している」は1市、「普及啓発の実施を検討している」は1市。



市町村においては、消費生活相談体制を将来にわたって維持・強化していくための人的・財政的な基盤の充実を大きな課題としています。また、消費生活相談員のスキルアップや庁内連携、高齢者等の見守り活動の充実を掲げており、県としては、これらの取組を引き続き支援していく必要があります。

3 消費者行政を取り巻く環境の変化

(1) ぜい弱な消費者の増加など消費者の多様化

① ぜい弱な消費者の増加等

本県の総人口は令和2年(2020年)10月1日現在で約1,736千人、そのうち65歳以上の人口(高齢者人口)は約548千人です。

平成25年(2013年)に比べ、総人口が約66千人の減少、高齢者人口で約59千人の増加となっており、伸び率で見ると総人口が3.6%の減少であるのに対して、高齢者人口は12.0%増加しています。また、障がい者の割合も、近年上昇しています。

今後、高齢者や障がい者の一層の増加と地域コミュニティの衰退等に伴う孤立化により、消費者トラブルの更なる増加や深刻化を招くことが懸念されます。

② 成年年齢の引下げ

令和4年(2022年)4月から、民法上の成年年齢が20歳から18歳に引き下げられますが、同年における18歳及び19歳の若年層は全国で約220万人程度と推計されており、本県では約3万人が民法上の未成年者取消権を行使することができなくなります。

近年、若年者を中心にソーシャル・ネットワーキング・サービス(以下「SNS」という。)の利用が増加していますが、利便性が高いと同時に、悪質商法の勧誘に用いられやすく、本県においても、SNSを要因とする消費生活相談件数は増加傾向にあります。

こうした中で、SNSによる悪質商法の勧誘など、成年年齢引下げを契機として若年者の消費者トラブルの今後の増加が懸念されます。

③ 訪日外国人・在留外国人による消費の増加

近年、観光等を目的とする旅行者を中心とした訪日外国人の数は平成25年(2013年)から7年連続で過去最高を更新し、また、在留外国人数も平成27年(2015年)から4年連続で過去最高を更新しています。

本県における外国人の延べ宿泊者数は令和元年(2019年)は約935千人、在留外国人数は令和2年(2020年)6月1日現在で約18千人となっています。

こうした中、外国人による消費の増加に伴い、外国人が取引の主体となる消費者トラブルの増加が懸念されます。

(2) 社会情勢の変化

① デジタル化の進展・電子商取引の拡大

近年、ICT(情報通信技術:Information and Communication Technology)の高度化に伴い、モバイル端末が急速に普及してきており、こうしたオンラインサービスを介した商取引である電子商取引は近年急速に活発化しています。県消費生活センターに寄せられる消費生活相談においても、「放送・コンテンツ等」に係る相談件数は常に上位を占め、今後も増加が見込まれます。

このような技術革新には、消費者にとって利益につながる側面と、リスク・課題の発生という両方の面があることを踏まえ、消費者被害の未然防止と早期救済に努めていく必要があります。

② 自然災害の激甚化・多発化、新型コロナウイルス感染症の拡大

平成28年熊本地震、令和2年7月豪雨によって多くの人命や財産が失われました。自然災害により、被災した消費者の生活基盤が毀損され、生活関連物資の入手が困難になるなど、消費生活が深刻な影響を受けたり、住宅補修等の生活基盤の再建に乗じた悪質商法や義援金詐欺等の消費者トラブルが多発する傾向にあります。

被災後の生活基盤の再建時等においては、一般的・平均的消費者についても、重要な生活基盤の再建のため焦って契約してしまうなど、一時的にぜい弱性が増加し、取引において自主的かつ合理的な選択が困難となってしまう傾向があります。

また、新型コロナウイルス感染症は、県内でも広がりを見せており、このような状況下においても、一時的なぜい弱性の増加につけ込む悪質商法等が発生するおそれがあります。

③ 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり

2015年9月、国連サミットにおいてSDGs（持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals）が全会一致で採択されました。

SDGsは、2030年までの国際目標であり、「17の目標」を達成することにより、「誰一人取り残さない持続可能で多様性と包摂性のある社会」の実現に向けて取り組むものであり、この中で、消費者政策については、消費者の安全確保に関する施策をはじめ、安全・安心で豊かに暮らすことができる社会を実現するための施策が、この取組の中に位置付けられています。

消費者の行動は経済社会に大きな影響を与えるものであり、食品ロスの削減など持続可能な社会の実現に向けた社会的課題を解決するために、商品やサービスを選択する消費者の適切な行動を促すなど、消費者政策を推進するに当たってもSDGsの目指す理念を踏まえることが期待されています。



少子高齢化の進展や成年年齢引下げに伴い、地域社会から孤立した高齢者や障がい者、若年者の消費者被害の増加が懸念されるとともに、自然災害の激甚化、感染症の拡大等の社会環境の変化やデジタル化の進展に伴う新たな消費者トラブルが発生しています。

多重債務問題も依然として深刻な社会問題であり、消費生活相談は、ますます複雑化・多様化しています。

また、近年、持続可能な社会の実現に向けた機運の高まりを背景に、官民一体となりSDGsの概念に沿った消費者施策の展開が求められています。

4 今後の課題

第2章の「第3次消費者基本計画の取組実績及び成果等」及び第3章の「消費者行政をめぐる現状と課題」を踏まえ、今後対策が必要な課題について、以下のとおり整理を行いました。

(1) 消費者被害の未然防止と早期救済の推進

- 県及び市町村の消費生活相談機能の充実と強化
- 多重債務者に対する生活再生支援
- 消費生活の安全・安心の確保
- 高齢者や障がい者等の地域における見守り活動の推進
- 訪日外国人・在留外国人の消費者トラブルの防止

(2) 持続可能な社会の実現への取組の推進

- 食品ロス削減をはじめとする持続可能な社会の形成に資する取組の推進

(3) 消費生活に関する多様な課題への対応

- 大規模感染症の拡大や自然災害発生時における対応
- SNSによる消費者被害への対応

(4) 消費者教育の推進

- ライフステージに応じた消費者教育の実施と効果的な消費者教育の推進

(5) 消費者行政を推進するための体制整備

- 消費者施策への消費者の意見の反映と県及び市町村における一層の体制整備の推進

第4章 第4次消費者基本計画における重点施策

第3章の「今後の課題」を踏まえ、第4次消費者基本計画では、以下の5つの重点施策を定め、それぞれの施策毎に必要な取組を進めていきます。

【重点施策1】 消費者被害の未然防止と早期救済の推進

1 消費生活相談機能の充実・強化

消費者が、どこに住んでいても質の高い相談や救済を受けられるよう、消費者にとって最も身近な市町村の相談機能の強化支援を行います。また、センター・オブ・センターズとして県消費生活センターの専門性の向上を図るとともに、関係機関と連携して、消費者被害の未然防止と早期救済に努めます。

2 多重債務者に対する生活再生支援

依然として深刻な社会問題である多重債務者問題に対応するため、関係機関と連携しながら施策を推進します。

3 消費生活の安全・安心の確保

各種法令に基づく検査・指導、商品テスト等を行うとともに、消費者取引の適正化を図るため、事業者に対し、行政指導や改善要求を行います。
また、状況に応じて生活関連物資の需給状況に関する調査・監視を行い、生活関連物資の安定確保に努めます。

4 地域における高齢者・障がい者等に対する見守り活動の推進

消費者被害に遭いやすい高齢者や障がい者、認知症等により判断力が十分でない方々の消費者被害の未然防止と早期救済を図るため、地域における見守り活動を推進します。

5 訪日外国人・在留外国人の消費者トラブルへの対応

文化や言語の違い等により、消費者トラブルに遭いやすい傾向にある外国人の消費者トラブルについて、関係機関と連携した対応を行います。

【重点施策2】持続可能な社会に向けた取組の推進

1 食品ロスの削減に向けた取組の推進

国際的課題となっている「食品ロス削減」について、消費者・事業者等の多様な主体が理解を深め、一体となった取組が促進されるよう普及啓発等を推進します。

2 環境の保全、その他の持続可能な社会の形成に資する取組の推進

「2050年県内CO2排出実質ゼロ」を目指し、環境教育や各種の情報提供を行い、環境の保全に配慮した消費生活を推進します。
また、人や社会、環境に配慮する「エシカル消費」についての普及啓発を推進します。

【重点施策3】消費生活に関連する多様な課題への対応

1 新型コロナウイルス感染症への対応

感染症拡大時において、正しい情報や実態に基づかない消費行動の発生や、消費者の不安に乗じた悪質事例の発生を未然に防ぐため、正確な情報発信と悪質商法等への注意喚起を進めます。

2 災害への対応

平成28年熊本地震、令和2年7月豪雨に伴う消費者トラブル等に対応するため、引き続き消費者の方々から寄せられる消費生活相談にしっかりと対応します。
また、災害発生時には、被災の状況に応じた相談体制の構築や速やかな情報提供を行います。

3 SNSによる消費者被害への対応

SNSを介した消費者トラブルに対応するとともに、悪質事例の発生を未然に防ぐため、正確な情報発信と悪質商法等への注意喚起を進めます。

【重点施策4】消費者教育の推進

1 ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進

学校、地域、職域等の様々な場を効果的に活用し、それぞれのライフステージに応じた消費者教育を推進します。

令和4年（2022年）4月の成年年齢引き下げにより若者の消費者被害の増加が懸念されることから、高校生等の消費者教育に重点的に取り組みます。

2 効果的な消費者教育のための取組の推進

消費者の特性に配慮した消費者教育を推進するため、多様な関係者と連携を図るとともに、消費者教育を担う人材の育成を推進します。

【重点施策5】消費者行政を推進するための体制整備

1 消費者の意見の反映と消費者施策の透明性の確保

毎年度の計画推進状況について、消費生活審議会からの意見を求めるとともに、実施状況を県ホームページに公表します。

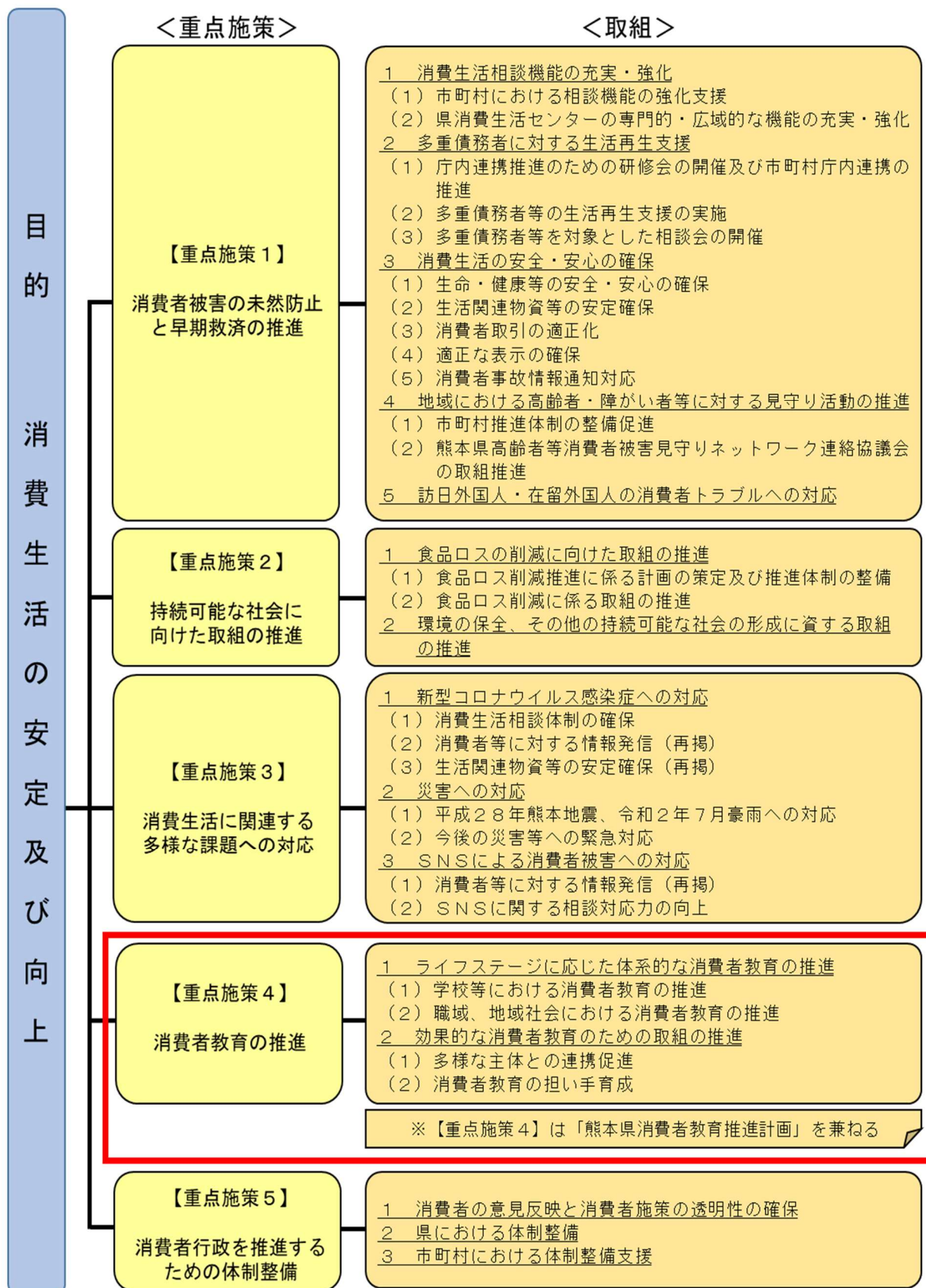
2 県における体制整備

県消費生活センターがセンター・オブ・センターズとしての役割を果たすよう、また、消費者が身近な存在として認識し、困ったときに頼りになる存在として機能するよう努めます。

3 市町村における体制整備支援

市町村は、住民に最も身近な存在であり、その体制強化は消費者行政における最重要課題の一つであることから、県は、市町村の自主性・自立性が発揮されるよう留意しながら、市町村消費者行政を引き続き支援していきます。

【図5 第4次消費者基本計画の施策体系】



※ 重点施策4は「消費者教育の推進に関する法律」第10条第1項に基づく「熊本県消費者教育推進計画」として策定しています。

第5章 重点施策の推進

第4章に掲げた重点施策及び取組を具体的に推進していくため、計画期間の5年間に以下のとおり実施していきます。

なお、進行管理のため、施策に応じた成果指標（K P I）を設定します。

重点施策1 消費者被害の未然防止と早期救済の推進

1 消費生活相談機能の充実・強化

I C T（情報通信技術）の高度化等に伴い消費者問題が多様化・複雑化する中、消費者が、どこに住んでいても質の高い相談や救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保されることが必要です。

このため、消費者にとって最も身近な行政機関である市町村が、住民からの消費生活相談にきめ細やかに対応できるよう市町村の相談機能の強化を図るとともに、県消費生活センターが、本県における中核的相談機関たるセンター・オブ・センターズとしての役割を十分果たせるよう、県の相談機能の強化を進めます。

（1）市町村における相談機能の強化支援

① 県と市町村間との情報共有の推進

悪質事例等について、市町村と双方向の情報共有を図るとともに、相談情報を分析し、市町村へ情報提供を行います。

また、各市町村の実態やニーズ把握を行うとともに、ニーズに応じた助言や指導等を行うため、全市町村を対象に巡回訪問を実施します。

② 相談対応力の向上支援

行政職員及び消費生活相談員のスキルアップを図るため、市町村のニーズ沿った研修（市町村職員研修、巡回指導、受入研修等）を体系的に実施します。

なお、遠隔等により研修への参加が難しい市町村に対応するため、市町村職員研修会をはじめ、様々な機会を捉え、I C Tを活用してオンライン配信を実施します。

③ 市町村への技術的支援

市町村からの経由相談に対応するとともに、必要に応じて共同あつせん等を実施します。

また、相談内容の多様化・複雑化等に対応するため、県消費生活センターと市町村窓口等をオンラインでつなぎ、県消費生活相談員や弁護士等から助言を行うなど、解決に向けた支援を行います。

（2）県消費生活センターの専門的・広域的な機能の充実・強化

① 専門性の向上

職員を各種研修会等に派遣し、多様化・複雑化する相談に対応するために必要な知識や技術の習得を図るなど、専門性の向上を図ります。

② 関係機関と連携した専門的相談体制の確保

複雑な法律問題や困難な相談に対応するため、顧問弁護士、専門相談アドバイザー及び臨床心理士からの助言体制を確保します。

また、多重債務や法律問題に対応するため、県弁護士会及び県司法書士会と連携した無料法律相談を実施します。

③ 消費者等に対する情報発信

県消費生活センターに寄せられた相談や国の動向等を踏まえ、県民に一早くお知らせした方が良くと判断される案件について、プレスリリースを行うほか、県の広報媒体を活用して注意喚起を行います。

併せて、市町村や熊本県高齢者等消費者被害見守りネットワーク連絡協議会等にも情報提供を行い、消費者被害の未然防止を図ります。

2 多重債務者に対する生活再生支援

多重債務者問題は、依然として深刻な社会問題であり、とりわけ本県においては、「平成28年熊本地震」「新型コロナウイルス感染症」「令和2年7月豪雨」の影響により、多重債務者問題を抱える方々の増加が懸念されます。

また、多重債務者問題は、その背景に生活困窮などの問題を抱えている場合もあり、行政をはじめとする関係機関が連携して取り組むべき課題です。

このため、県弁護士会、県司法書士会、日本司法支援センター熊本地方事務所等で構成する「多重債務者対策協議会」において、その対策について検討を行い、各機関が連携しながら取組を推進します。

(1) 庁内連携推進のための研修会の開催及び市町村庁内連携の推進

県関係課、県内市町村等及び各種民間企業を対象に、県内外の先進事例等の研修を実施することにより、多重債務者対策に係る問題意識を共有するとともに、市町村の庁内連携体制の充実を図り、各機関の連携による多重債務者等の生活再生を支援します。

また、必要に応じて、他部署間による多重債務者対策について問題意識を共有する研修会へ講師を派遣します。

(2) 多重債務者等の生活再生支援の推進

「生活再生相談」「家計診断」「生活再生貸付（セーフティネット貸付）」を通して多重債務者等の生活再生を図るとともに、「DV」や「法律問題」「就労問題」など消費生活上の課題について、個別要因に応じた解決支援を実施し、多重債務者等の生活再生を支援します。

(3) 多重債務者等を対象とした相談会の開催

関係機関が連携し、県内各市町村において、無料相談会を実施し、多重債務者等の掘り起こしと生活再生を支援します。

3 消費生活の安全・安心の確保

消費者施策の中で、消費者の安全・安心の確保は最も基本的な事項であり、消費生活に関わる商品・サービスの安全が確保されることが重要です。

このため、各種法律に基づく検査・指導、商品テスト等を行うとともに、消費者取引の適正化を図るため、事業者に対し、行政指導や改善要求を行います。

また、状況に応じて生活関連物資の需給状況に関する調査・監視を行うとともに、災害時等には、生活関連物資の安定確保に努めます。

(1) 生命・健康等の安全・安心の確保

苦情相談等に伴う原因究明のための商品テストを実施するとともに、消費生活製品安全法や各種法律に基づき商品、サービス等の検査・指導等を実施することにより生命・健康等の安全・安心の確保に努めます。

(2) 生活関連物資等の安定確保

生活関連物資の価格高騰や事業者による買い占め売り惜しみが生じないように、状況に応じた調査・監視を行うとともに、県民に対し、需給状況や冷静な対応の呼びかけなど、適切な情報提供を行います。

また、必要に応じ、関連事業者団体等に対し、供給の確保や便乗値上げ防止等の要請を行います。

(3) 消費者取引の適正化

不当な取引行為を行う事業者に対しては、市町村や警察、関係団体とも情報共有や連携を図り、特定商取引に関する法律や県消費生活条例等に基づく行政処分や行政指導を行い、消費者取引の適正化に努めます。

(4) 適正な表示の確保

消費者の自主的かつ合理的な選択の機会確保のため、不当景品類及び不当表示防止法、家庭用品品質表示法、食品表示法等の関係法令に基づく立入検査、指導等を行い、適正な表示の確保に努めます。

(5) 消費者事故情報通知対応

県消費生活センターに寄せられた消費者事故等について、消費者庁に速やかに通知を行うとともに、その他の危害・危険に関する苦情相談については、P I O - N E T（全国消費生活情報ネットワークシステム）へ入力するなど、速やかに必要な対応を行います。

4 地域における高齢者・障がい者等に対する見守り活動の推進

消費者被害に遭いやすい高齢者や、障がい者、認知症等により判断力が十分でない方などの消費者被害の増加が懸念されます。

このため、これら弱い消費者の消費者被害の未然防止と早期救済を図るため、地域における見守り活動を推進します。

(1) 市町村推進体制の整備促進

見守りネットワーク未構築市町における構築を支援するとともに、市町村の先進事例等について情報提供を行うなど、市町村の見守りネットワークの消費者安全確保地域協議会への移行を支援します。

(2) 熊本県高齢者等消費者被害見守りネットワーク連絡協議会の取組推進

熊本県高齢者等消費者被害見守りネットワーク連絡協議会では、消費者被害情報及び対策について情報提供を行うとともに、消費生活相談サポーターの活用に向けた市町村への働きかけや、サポーターに対するフォローアップ（情報提供）を行います。

5 訪日外国人・在留外国人の消費者トラブルへの対応

外国人は、文化や言語の違い等により消費者トラブルに遭いやすい傾向にあると考えられますが、今後、新型コロナウイルス感染症終息後には、再び訪日外国人・在留外国人が増加することが想定されることから、外国人が取引の当事者となる消費者トラブルが増加することが懸念されます。

このため、訪日外国人・在留外国人の消費者トラブルについては、県消費生活センターや、県外国人サポートセンターでの対応が難しい場合は、国民生活センターが設置している「訪日観光客消費者ホットライン」を案内するなど、関係機関と連携した対応を行います。

6 概ね5か年で到達すべき目標（KPI）

成果指標	現状値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
県及び市町村の消費生活相談員の 研修参加率	79%	100% (毎年度)

成果指標	現状値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
他部局（徴収部門等）から消費生活 部局への情報提供・共同対応を実施 した（する）市町村数	27 市町 (60%)	45 市町村 (100%)

成果指標	現状値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
消費者安全確保地域協議会の 設置市町村の県内人口カバー率	7%	50%以上

重点施策2 持続可能な社会に向けた取組の推進

1 食品ロスの削減に向けた取組の推進

日本では、平成29年度（2017年度）には年間2,550万トンの食品廃棄物等が排出されており、このうち、まだ食べられるのに廃棄される食品、いわゆる「食品ロス」は612万トンとなっています。また、2015年に国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」においても、食料廃棄の減少は重要な柱として位置付けられており、国においても「食品ロスの削減の推進に関する法律（以下、「食品ロス削減推進法」という。）」が令和元年（2019年）10月に施行されるなど、食品ロスの削減は、国民運動として推進すべき課題となっています。

（1）食品ロス削減推進に係る計画の策定及び推進体制の整備

食品ロス削減推進法では、都道府県は、食品ロスの削減の推進に関する計画を定めるよう努めることと規定しています。

これを受け、本県では外部の意見も取り入れながら「熊本県食品ロス削減推進計画」を速やかに策定するとともに、庁内関係課等と連携しながら、総合的に計画を推進します。

（2）食品ロス削減に係る取組の推進

食品ロスは、まだ食べることができる食品が、「生産」「製造」「流通」「販売」「消費」の各段階において日常的に廃棄されることで発生します。そのため、食品ロスの削減を進めるためには、消費者、事業者等の多様な主体が理解と関心を深め、それぞれの立場から取り組むことを促進するとともに、相互に連携を図りながら、県民運動として推進する必要があります。

そのための取組として、毎年10月の「食品ロス削減月間」や10月30日の「食品ロス削減の日」等の機会を最大限に活用し、消費者や事業者への普及啓発、食品ロス削減についての消費者教育などに取り組みます。

2 環境の保全、その他の持続可能な社会の形成に資する取組の推進

県消費生活条例第37条において、健全な消費生活を推進するため、資源及びエネルギーの有効利用及びこれを通じた環境への配慮に関し、知識の普及、指導、情報の提供その他必要な施策を講ずるものとしており、また、本県では「2050年までに『県内CO2排出実質ゼロ』を目指す」こととしています。

その実現に向け、環境教育や各種の情報提供を行い、環境の保全に配慮した消費生活を推進します。

また、開発途上国の労働者の生活改善を推進し、人や社会、環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動である「エシカル消費」について、地産地消の推進等の取組事例を記載した消費者教材を作成する等により、普及啓発を推進します。

3 概ね5か年で到達すべき目標（KPI）

成果指標	現状値 (令和2年度)	目標値 (令和7年度)
食品ロス削減のために何らかの行動をしている県民の割合	※	※

※ 現状値は調査中のため、調査後の令和3年度（2021年度）に目標値を設定する。

重点施策3 消費生活に関連する多様な課題への対応

1 新型コロナウイルス感染症への対応

新型コロナウイルスの感染が拡大する中、個人等がSNSにより誤った風説を流すことに伴い、正しい情報や実態に基づかない消費行動が発生し、小売店舗等において、トイレットペーパーなど一部の生活関連物資等の買い占めや一時的な品薄が発生しました。さらに、このような状況下における消費者の不安に乗じて、悪質な事例が発生しています。

このような状況を踏まえ、消費者の冷静な対応や消費者被害の防止の徹底等を推進するため、正確な情報発信や悪質商法等への注意喚起を進めるとともに、不確かな情報の発信・拡散の抑制等に向けた消費者への普及啓発など必要な対応を進めます。

(1) 消費生活相談体制の確保

感染症のリスクレベルに応じた体制を取るなど、県民からの相談に対応できるよう相談体制の維持・継続に努めます。

また、感染症拡大時など相談窓口での対応が困難な場合に、オンラインにより県消費生活センターが相談を受けるなど、ICTを活用した支援に取り組みます。

(2) 消費者等に対する情報発信（再掲）

県消費生活センターに寄せられた相談や国の動向等を踏まえ、県民に一早くお知らせした方が良いと判断される案件について、プレスリリースを行うほか、県の広報媒体を活用して注意喚起を行います。

併せて、市町村や熊本県高齢者等消費者被害見守りネットワーク連絡協議会等にも情報提供を行い、消費者被害の未然防止を図ります。

(3) 生活関連物資等の安定確保（再掲）

生活関連物資の価格高騰や事業者による買い占め売り惜しみが生じないよう、状況に応じた調査・監視を行うとともに、県民に対し、需給状況や冷静な対応の呼びかけなど、適切な情報提供を行います。

また、必要に応じ、関連事業者団体等に対し、供給の確保や便乗値上げ防止等の要請を行います。

2 災害への対応

災害発生時において、心理的に不安定な状態となっている消費者につけ込む悪質商法等により、新たな消費者被害が発生しています。

大規模災害発生時に消費者が感じる不安が増大する心理傾向や、一般的・平均的消費者においても、一時的にぜい弱性が増加する状況も踏まえ、災害の状況やフェーズに応じたリスク・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。

(1) 平成28年熊本地震、令和2年7月豪雨への対応

① 被災者の消費生活相談等への対応

平成28年熊本地震や令和2年7月豪雨に伴う消費者トラブルや経済的な問題に対応するため、引き続き被災者の方々の消費生活相談に対応するとともに、ニーズに応じた専門家による無料法律相談会等を実施します。

② 被災者の消費生活に関する再生支援

生活再生の支援が必要な被災者の方々に対し、生活再生に向けた家計診断・生活指導、生活再生貸付を実施することにより、消費生活の面から生活再生の支援を行います。

(2) 今後の災害等への緊急対応

消費生活相談に係る平成28年熊本地震及び令和2年7月豪雨の検証を踏まえ、災害発生時には、被害の状況に応じた相談体制を構築するとともに、災害に便乗した悪質事案の発生を未然に防ぐため、県民に一早くお知らせした方が良いと判断される情報について県ホームページや報道機関、市町村等を通じて、速やかに情報提供を行います。

また、状況に応じて熊本県生活協同組合連合会との協定に基づき、災害救助に必要な物資の調達と供給を実施するなど、必要な対応を進めます。

3 SNSによる消費者被害への対応

SNSは、利便性が高いと同時に、悪質商法の勧誘に用いられやすく、本県においても、インターネット通販による消費者トラブルを始め、SNSを要因とする消費生活相談件数は増加傾向にあります。

さらに、成年年齢引下げを契機として若年者の消費者トラブルの今後の増加が懸念されます。

このため、SNSによる悪質事案の発生を未然に防ぎ、早期に被害回復を図るための取組を進めます。

(1) 消費者等に対する情報発信（再掲）

県消費生活センターに寄せられた相談や国の動向等を踏まえ、県民に一早くお知らせした方が良いと判断される案件について、プレスリリースを行うほか、県の広報媒体を活用して注意喚起を行います。

併せて、市町村や熊本県高齢者等消費者被害見守りネットワーク連絡協議会等にも情報提供を行い、消費者被害の未然防止を図ります。

(2) SNSに関する相談対応力の向上

多様化・複雑化するSNSに関する相談に対応するため、県消費生活センターの職員を各種研修会等に派遣し、必要な知識や技術の習得を図るなど専門性の向上を図るとともに、市町村に対して必要な知識や技術を共有します。

重点施策4 消費者教育の推進

1 ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進

消費者教育の推進にあたっては、消費生活を安心、安全に送るために必要不可欠な知識を自ら身に付け、社会の一員として適切な行動に結びつけることができる実践的な能力を育むことが重要です。

この趣旨を踏まえ、学校、地域、職域等の様々な場を効果的に活用し、それぞれのライフステージに応じた消費者教育を推進します。

特に、令和4年（2022年）4月以降、民法改正により成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることを踏まえ、若者の消費者被害の増加が懸念されることから、高校生等の若年層への消費者教育に重点的に取り組みます。

（1）学校等における消費者教育の推進

① 高等学校段階までの着実な消費者教育の実施

- 小学校、中学校、義務教育学校、高等学校及び特別支援学校において、学習指導要領に基づく消費者教育を着実に実施します。
- より実践的な能力を身に付けられる教材「社会への扉」（消費者庁作成）を活用した授業の促進や、学校現場のニーズに沿った消費者教育教材の提供を行います。
- 県消費者教育コーディネーターを活用し、学校現場のニーズ把握を行うとともに、ニーズに沿った出前講座のマッチングや教材作成等の支援を行います。
- 学校現場のニーズに即した高校生等のための出前講座を実施します。

② 専修学校・各種学校、大学等における消費者教育の推進

- 県消費生活センターに寄せられた事案など、若者の消費者被害に関する注意喚起情報を学内の掲示板やSNS等により情報発信します。
- 消費者ホットライン（188）や消費生活センター等相談窓口の周知を学生に図ります。
- 県消費者教育コーディネーターを活用し、学校現場のニーズ把握を行うとともに、ニーズに沿った講座等のマッチングを行います。
- 消費者団体等と連携した実践的な出前講座を実施します。
- 学校現場のニーズに即した出前講座を実施します。

（2）職域、地域社会における消費者教育の推進

- ① 事業者等が行う研修等において、講師を派遣して出前講座を行うとともに、事業者のニーズに沿ったチラシ等の配布を行います。
- ② 地域において、市町村、地域団体、社会福祉団体、社会教育施設等が研修等を行う際に、講師の派遣を行うとともに、ニーズに沿ったチラシ等の配布をします。
- ③ 見守りネットワーク構成団体と連携し、構成員や高齢者等の支援者に対し、高齢者等を狙う悪質商法に係る対応方法などについて消費者教育を行う取組を進めます。
- ④ 見守りネットワーク構成団体へ注意喚起情報等の提供を行い、消費者被害の未然防止を図ります。

2 効果的な消費者教育のための取組の推進

消費者は、「高齢者」「若年者」といった年代等の共通の属性を持っていても、その生活状況や行動形態は多様であり、消費者教育は、それら消費者の特性に応じて行われる必要があります。そのためには、多様な関係者が連携し、様々な場で必要な教育機会が創出されることが重要です。

このため、多様な関係者と連携を図るとともに、消費者教育を担う人材育成を推進します。

(1) 多様な主体との連携促進

多様な関係者と連携を図り、地域社会、家庭、職域等のライフステージに応じた様々な場を活用しながら、教育機会を創出することにより消費者教育を推進します。そのために、生活実態に応じ、身近な市町村、地域団体、社会福祉団体、社会教育施設等多様な主体が実施する教育の取組を支援します。

また、大学等における研究者と、消費者教育に関する最新の研究情報、教育の手法や教材の開発等についての情報交換を行います。

(2) 消費者教育の担い手育成

① 学校における教職員の指導力の向上

教職員は、消費者教育の担い手として重要な役割が期待されます。

また、その職務内容、経験に応じ、学習指導要領の内容を具現化するため、消費者教育の現状とその必要性について理解を深める必要があります。

そのため、消費者教育にあたっては、自ら考え、意思決定し、行動できる人材を育成することが基本であることを踏まえ、授業における実践的指導力を育成する研修を充実するとともに、教職員の自主的な学習会の充実や教育プログラムの研究・開発、教材作成を支援するため、必要な情報提供を行います。

② 大学等における教職員の指導力の向上

大学等は、専門的な教育のみならず、社会的経験の浅い学生に対して消費者問題も含め生活面の支援を行う役割も期待されます。

そのため、大学等が、学生支援・学生相談を担当する教職員に対し消費者教育に関する研修を実施する際に、専門家を派遣するなどにより、その取組を支援します。

③ 地域における担い手の育成

住民に身近な市町村や地域団体、社会福祉団体、消費者団体は、地域における消費者教育の実施のために重要な役割が期待されます。

特に、市町村の消費生活センター、消費生活相談窓口で相談を受ける消費生活相談員や消費者行政担当職員は、地域における消費者教育の中核的担い手であり、各主体との連携を図るうえでコーディネーターとしての役割も期待されます。そのため、市町村等が教育の担い手育成やスキルアップを図るために実施する研修に対し、専門家を派遣するなどにより、その取組を支援します。

また、PTA等の社会教育関係団体と連携した保護者への消費者教育や、見守りネットワーク構成団体の構成員が地域の消費者教育の担い手となるよう、高齢者や障がい者等の支援者に対し教育を行う取組を進めます。

④ 職域における担い手の育成

事業者等は、従業員に対する消費者教育や啓発活動、顧客への情報提供など、それぞれの分野、特性に応じた教育が期待されます。

そのため、従業員に対する研修や顧客への情報提供を担当する役職員に対し、消費者教育に関する研修を実施する際に、専門家を派遣するなどにより、その取組を支援します。

3 概ね5か年で到達すべき目標（KPI）

成果指標	現状値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
高校生等を対象とした 消費生活出前講座実施校数	29校/年	40校以上/年

成果指標	現状値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
消費者教育教材「社会への扉」等を 活用した消費者教育実施校数	78校 (71%)	122校 (100%)

成果指標	現状値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
大学等における被害情報の 学内掲示等実施校数	47校 (70%)	68校 (100%)

成果指標	現状値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
講習等（出前講座を含む）の 実施市町村数	31市町村 (69%)	45市町村 (100%)

重点施策5 消費者行政を推進するための体制整備

1 消費者の意見反映と消費者施策の透明性の確保

消費者基本計画の毎年度の推進状況については、消費生活審議会へ報告し、意見を求めるとともに、その意見を踏まえ、次年度の具体的施策等に反映させます。

また、多くの県民にとって、消費者問題は関わりが深く身近な問題であることから、毎年度、計画の実施状況については、県のホームページ等で速やかに公表します。

2 県における体制整備

県関係部局と連携を図り、消費者施策の着実な推進を図ります。また、市町村も含めた安定的な消費者行政の体制強化を図るため、国に対し「地方消費者行政に係る安定的な財政措置の要望」を引き続き実施するとともに、消費者行政を担う次世代の消費生活相談員の育成に努めます。

県消費生活センターは、市町村の区域を越えた情報収集・提供や広域的・専門的な知見を必要とする相談への対応など、センター・オブ・センターズとしての役割を果たすとともに、消費者が身近な存在として認識し、困ったときに頼りになる存在として機能するよう努めます。

法執行においても、悪質な事業者への調査等の充実を図るとともに、消費者取引の適正化のため、「不当景品類及び不当表示防止法」「特定商取引に関する法律」「貸金業法」等の所管法令に基づき適切に執行します。

3 市町村における体制整備支援

市町村は、住民にとって最も身近な行政機関であり、市町村消費者行政の体制強化は消費者政策における最重要課題の一つです。

これまで、県は、地方消費者行政活性化基金や地方消費者行政推進交付金、地方消費者行政強化交付金等を通して、消費生活センターの設立促進や消費生活相談員の配置促進など相談体制の充実を目指す市町村の取組を支援してきました。

引き続き、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される体制が維持・拡充されることを目指し、本計画を策定しました。本計画に基づく各種施策を推進することにより、市町村消費者行政を引き続き支援していきます。

県では、地方消費者行政が自治事務であることを踏まえ、市町村の自主性・自立性が十分に発揮されることに留意しながら、市町村消費者行政新アクションプランの着実な実施に向けた取組を支援するとともに、地域の中で見守りが必要な消費者が確実に見守られる体制の構築を目指し、市町村を支援していきます。

4 概ね5か年で到達すべき目標（KPI）

成果指標	現状値 (令和元年度)	目標値 (令和7年度)
県及び市町村の消費生活相談員の 資格保有率	74%	83%以上

第6章 計画の推進に向けて

1 推進体制

本計画の効率的・効果的な推進を図るため、庁内の消費生活関連の施策を実施する部局等からなる消費者行政推進本部において、必要な協議及び調整を行います。

2 関係機関との連携・協力

計画の推進にあたっては、国、他の都道府県、市町村、他の行政機関等、弁護士会、司法書士会、消費生活協同組合、消費者団体等の関係機関・団体との連携・協力を図り、多様化・複雑化する消費者問題に的確に対応するよう努めます。

3 計画の進行管理

計画の推進にあたっては、毎年度、成果指標（K P I）を踏まえ、各施策の実施状況についての検証を行い、計画の進行管理に努めます。

4 消費生活審議会・消費者教育推進地域協議会への報告

毎年度、消費生活審議会及び消費者教育推進地域協議会へ計画の推進について報告し、意見等を求めるとともに、その意見等を踏まえ、次年度以降の具体的施策等への反映に努めます。

5 実施状況等の公表

計画について県民への周知を図るとともに、毎年度、計画の推進について、県のホームページ等で速やかに公表します。

資 料

○用語解説

○熊本県消費生活条例

○消費者教育の推進に関する法律

○熊本県消費生活審議会（熊本県消費者教育推進地域協議会委員）名簿

○熊本県内の消費生活相談窓口一覧

用語解説

【あ】

【悪質商法】

消費者を対象に、組織的・反復的に行われる商取引で、その商法自体に違法又は不当な手段・方法が組み込まれた商法。

【悪質な事業者】

消費者を対象に、違法又は不当な手段・方法により、組織的・反復的に商取引を行おうとする事業者。

【あっせん】

消費者と事業者間にある情報の質、量、交渉力等の格差を補い、話し合いでの解決を支援するために、消費生活センターが事業者と直接電話や面談等で説得や交渉を行い、問題解決を図ること。

【え】

【エシカル消費】

地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動のこと。

開発途上国の安い賃金で製造された商品は購入しないこと、障がい者支援につながる商品や、その地域で作られた商品（地産地消）を優先して購入することなどが挙げられる。

【NPO法人消費者支援ネットくまもと】

平成 26 年（2014 年）12 月に内閣総理大臣に認定された熊本県内で唯一の「適格消費者団体」。

県内の弁護士・司法書士・生協・消費生活相談員等を主な構成員とする団体で、消費者安全法に基づき、事業者の不当な行為に対する差止請求訴訟の提起が可能。

【か】

【架空請求】

請求の根拠がないにもかかわらず、一方的にお金を請求すること。

【く】

【熊本県消費生活条例】

県民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的として、県民の消費生活における利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立支援その他の基本理念を定め、県、事業者及び消費者の責務等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た県の条例。昭和 52 年（1977 年）9 月制定。

【け】

【KPI（Key Performance Indicator：重要業績評価指標）】

組織の目標を達成するための「重要な業績」の評価指標のこと。達成状況を定点観測することで、目標達成に向けた組織のパフォーマンスの動向を把握できる。

【こ】

【広域連携】

複数の市町村が連携して地域住民の消費生活相談に対応する体制。連携の形式は、法的な枠組や事務協定形式などがある。また、連携の方法は、業務をひとつの市に完全に集約する中心市集約方式、それぞれの市町村の住民がお互いの相談窓口を利用できる相互乗り入れ方式などがある。

【さ】

【差止請求訴訟】

差止請求権（ある者が現に違法または不当な行為を行っている場合や行うおそれがある場合において、当該行為をやめるよう請求（差止請求）する権利）に基づく訴訟行為。

消費者団体のうち、内閣総理大臣が認定した「適格消費者団体」だけが、消費者に代わって差止請求訴訟を行う権能が認められている。

【し】

【持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）】

2001年に策定されたミレニアム開発目標の後継として、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に基づいた目標。17の目標と169のターゲットからなる。

【社会への扉】

令和4年（2022年）の成年年齢引下げの動きも踏まえ、自立した消費者を育成するとともに、消費者が主役の社会の一人として行動できるような消費者になることを目指し消費者庁が作成した、主に高校生を対象とした教材のこと。

【消費者安全確保地域協議会】

平成26年（2014年）6月に成立し、平成28年（2016年）4月に施行された改正消費者安全法において、各地域で消費者の安全確保のための取組みを効果的かつ円滑に行うため、新たに規定された法定協議会。

高齢者等の消費者被害の深刻化に伴う見守りのため、個人情報保護法の例外規定として消費生活相談等により得られた情報（個人情報）を関係機関の間で共有化して利用できる仕組みとなっている。

設置主体は国及び地方公共団体の機関で、消費者の利益の擁護及び増進に関連する分野の事務に従事するものされており、それら機関が必要と認めるとき、病院、教育機関、一定の消費生活協力団体又は消費生活協力員その他の関係者を構成員として加えることができるとされている。

【消費者基本計画】

国においては、消費者基本法第9条の規定に基づき、消費者政策の計画的な推進を図るため、消費者基本計画を定めることとしている。

本県においては、熊本県消費生活条例第10条の規定に基づき、消費者施策の計画的な推進を図るため、消費者基本計画を定めることとしている。

【消費者教育】

消費者教育とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動。（「消費者教育の推進に関する法律」第2条第1項）

【消費者教育コーディネーター】

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に、それらの人材をつないだり、調整したりする役割を担う。

【消費者教育推進計画】

消費者教育の推進に関する法律第10条第1項において、県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めるよう努めなければならないこととされている。

【消費者ホットライン「188」】

「誰もがアクセスしやすい相談窓口」として開設された、最寄りの消費生活センター等につながる全国共通の電話番号のこと。

土日祝日など、都道府県等の消費生活センター等が開所していない場合、国民生活センターに電話がつながる。

【消費生活センター】

都道府県・市町村が設置する、消費者の事業者に対する苦情処理、商品テスト、消費者への情報提供等を行う行政機関。消費者安全法で次の要件を満たすことが定められている。

- ① 事業者に対する消費者からの苦情に係る相談について、専門的な知識及び経験を有する者が、苦情の処理及びあっせんを行うこと。
- ② 全国消費生活情報ネットワークシステムの機能を有する電子情報処理組織、その他の設備

を備えていること。

- ③ ①及び②の事務を1週間に4日以上行うこと。

[消費生活相談]

消費者被害を防止し、その安全の確保に関して、事業者に対する消費者からの苦情に係る相談。

[消費生活相談員]

消費生活相談に必要な専門的な知識・経験を有し、国又は地方自治体で住民の消費生活相談に対応する業務を行っている者。

[消費生活相談窓口]

市町村が設置する消費生活相談に対応する窓口のうち、消費生活センターとして設置されたもの以外の相談窓口。なお、本計画では以下のとおり要件を定めている。

- ① 相談窓口担当課及び担当者が決まっており、相談窓口が設置されていること。
- ② 専門知識を有する職員や専門相談員が、相談者へ問題解決に向けた有効な質問等を行いながら、丁寧な聴き取りを行い、相談カード等への相談内容が整理されていること。
- ③ 基本的な相談内容に対しアドバイスを行うとともに、専門家等に引き継ぐ場合でも、相談内容をまとめて説明し、スムーズに引継ぎを行えること。
- ④ 市町村が相談窓口を設置していることを周知しており、多くの住民がその存在を認識していること。

[商品テスト]

消費者からの消費生活に関する苦情相談のうち、その商品の品質・性能等に関わるものについて、商品を様々な角度から比較し評価を行い、トラブルの原因を究明し、問題解決に結び付けていくもの。

[食品ロス]

本来食べられるにも関わらず捨てられる食品のこと。

2015年の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」において食料廃棄の減少は重要な柱として位置づけられており、国においては「食品ロスの削減の推進に関する法律」が令和元年（2019年）10月に施行された。

日本では、平成29年（2017年）には「生産」「製造」「流通」「販売」「消費」の各段階において合計612万トンの食品ロスが発生しており、連携して削減に取り組んでいく必要がある。

[情報通信技術（ICT：Information and Communication Technology）]

IT（Information Technology）とほぼ同義の意味を持ち、SNS上でのやり取りやメールでのコミュニケーション、オンラインショッピング等がこれに該当する。

[新アクションプラン]

平成25年（2013年）10月に策定したアクションプランについて、「第3次熊本県消費者施策の推進に関する基本計画」（平成30年度（2018年度）～令和2年度（2020年度））における施策の方向1で、市町村の消費生活相談体制をはじめとする消費者行政の取組が維持されるよう、引き続き策定したプランのこと。

【せ】

[全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）]

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に寄せられる消費生活に関する苦情相談情報（消費生活相談情報）の収集を行っているシステムのこと。

[センター・オブ・センターズ]

県消費生活センターが市町村の消費生活センターや相談窓口の業務のサポート役を果たすこと。

具体的には、県内の消費者事故情報等の一元的な集約や、複数の市町村で発生している消費生活相談を自ら処理したり、豊富な相談事例の蓄積などを活かし、より高度で専門的な知識が必要

とされる事案に解決に乗り出したり、市町村の相談員等へのアドバイスを行い県全体としてあつせん力の向上など問題解決能力を高めていくこと。

【そ】

【ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS：social networking service）】

インターネット上で社会的ネットワーク（ソーシャル・ネットワーク）の構築を可能にするもので、人と人との交流を支援し、促進するサービスのこと。

【た】

【多重債務者】

5以上の貸金業者その他の金融機関等からの借入れ等による債務を負っている者で、支払不能に陥るおそれのあるもの又は現に支払不能に陥っている者をいう。

【多重債務問題】

借金の返済のために借金を繰り返して雪だるま式に借金が膨らみ、返済困難に陥り、自殺や夜逃げ、家庭崩壊等、本人や家族等の人生に重大な影響を及ぼす社会問題。

利息の制限や総量規制等の導入により、一時、改善されたかに見えたものの、低所得世帯の増加や総量規制の対象外となっている金融機関の貸付額の増大等によって、依然として深刻な社会問題となっている。

【ち】

【地方消費者行政活性化基金】

消費者庁の地方消費者行政活性化交付金を原資として、平成21年（2009年）に都道府県で造成したもの。

地域の消費者の安全で安心な消費生活を実現するため、消費生活相談窓口等の機能強化に向けた事業を実施する。実施可能事業は、地方消費者行政推進交付金、地方消費者行政強化交付金（推進事業）とほぼ同じ。

【地方消費者行政強化交付金】

平成30年度（2018年度）から導入された国の交付金のこと。強化事業と推進事業に分けられる。強化事業は、国の消費者政策に沿う地方公共団体の取組を支援するもので、事業期間は、最大3ヶ年の事業、補助率は1/2若しくは1/3となっている。推進事業は、相談窓口の整備や相談員人件費など、地方公共団体の基礎的な取組を支援するもので、あらかじめ定められた事業期間内であれば活用可能となっている。

【地方消費者行政推進交付金】

平成27年度（2015年度）から導入された、自治体からの申請に基づき、地方公共団体の消費者行政に必要な経費の一定額を一定期間、国が交付する交付金のこと。平成29年度（2017年度）で新規の立ち上げが終了し、以降は、事業期間が満了したものから順次交付が終了となる。

【て】

【適格消費者団体】

消費者契約法（平成12年法律第61号）の規定により内閣総理大臣の認定を受けた消費者団体。不特定多数の消費者の利益のために、差止請求権訴訟を提起することが認められている。令和2年（2020年）9月末現在、全国で21の団体が認定を受けている。

【に】

【2050年県内CO2排出実質ゼロ】

地球温暖化によるリスクを低減し、持続可能な未来を実現していくため、熊本県が「将来の目指すべき姿」として令和元年（2019年）12月に宣言したもの。

【ま】

【マルチ商法】

販売組織の加入者が消費者に商品などを購入させて、その販売組織に加入させることによりマ

ージンを得る仕組みの商法。これを繰り返すことにより、販売組織がピラミッド式に拡大していく。

【み】

【見守りネットワーク】

高齢者等が消費者被害に遭わないよう地域で見守るために、市町村職員、地元警察署、保健所、社会福祉協議会、民生委員・児童委員協議会、地域婦人会、老人クラブ等の地域の関係者が相互に連携するネットワーク体制のこと。最新の消費者被害の手口などを共有し、相互の情報交換や啓発活動を行うことによって「高齢者を地域で守る体制」を構築する。

熊本県消費生活条例

昭和 52 年 9 月 30 日 条例第 51 号（平成 20 年 7 月 1 日改正施行）

目 次

- 第 1 章 総則(第 1 条—第 10 条)
 - 第 2 章 消費生活の安全、取引等の適正化に関する施策
 - 第 1 節 安全の確保(第 11 条—第 14 条)
 - 第 2 節 表示、規格等の適正化(第 15 条—第 25 条)
 - 第 3 節 不当な取引行為の禁止等(第 26 条—第 29 条)
 - 第 3 章 消費者啓発及び消費者教育の推進等(第 30 条—第 32 条)
 - 第 4 章 生活関連商品等に関する施策(第 33 条—第 36 条)
 - 第 5 章 資源及びエネルギーの有効利用を通じた環境への配慮等(第 37 条)
 - 第 6 章 多重債務問題改善の取組(第 38 条)
 - 第 7 章 消費者苦情の処理等(第 39 条—第 46 条)
 - 第 8 章 熊本県消費生活審議会(第 47 条)
 - 第 9 章 知事に対する申出(第 48 条)
 - 第 10 章 調査、公表等(第 49 条—第 51 条)
 - 第 11 章 雑則(第 52 条・第 53 条)
- 附則

第 1 章 総則

(目的)

第 1 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、県民の消費生活における利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立支援その他の基本理念を定め、県、事業者及び消費者の責務等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。

(基本理念)

第 2 条 消費者の利益の擁護及び増進に関する施策(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、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。

- (1) 消費生活における安全が確保される権利
 - (2) 商品等について、自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利
 - (3) 消費生活に関し必要な情報が提供される権利
 - (4) 消費生活に関する教育の機会が提供される権利
 - (5) 消費者の意見が消費者施策に反映される権利
 - (6) 消費生活において被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済される権利
- 2 消費者施策の推進は、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。
- 3 消費者施策の推進は、高度情報通信社会の進展及び消費生活における国際化の進展に的確に対応するとともに、環境の保全に配慮して行われなければならない。

(定義)

第 3 条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 消費者 事業者が供給する商品等を消費して生活する者をいう。
- (2) 事業者 商業、工業、サービス業その他の事業を行う者をいう。
- (3) 商品等 商品、役務その他の消費者が消費生活を営む上において使用し、又は利用するものをいう。

(県の責務)

第 4 条 県は、経済社会の発展に即応して、第 2 条に規定する基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、消費者施策を策定するとともに、これを実施する責務を有する。

- 2 県は、消費者施策の策定及び実施に当たっては、消費者の意見を十分反映させるよう努めるものとする。
- 3 県は、消費者の自立を支援するため、消費者に対する啓発及び教育の推進に努めるものとする。

(市町村との連携等)

第 5 条 県及び市町村は、相互に連携を図りながら協力して、消費者施策を実施するものとする。

2 県は、市町村が消費者施策を策定し、又は実施しようとするときは、情報の提供、技術的な助言その他の支援を行うものとする。

(事業者の責務等)

第6条 事業者は、基本理念にのっとり、その供給する商品等について、次に掲げる責務を有する。

- (1) 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。
 - (2) 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。
 - (3) 消費者との取引に際して、消費者の年齢、知識、経験、判断力及び財産の状況等に配慮すること。
 - (4) 消費者との間に生じた苦情(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等に努め、当該消費者苦情を適切に処理すること。
 - (5) 県が実施する消費者施策に協力すること。
- 2 事業者は、その供給する商品等について、環境の保全に配慮するとともに、当該商品等について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。
- 3 事業者は、県民生活との関連性が高い商品等(以下「生活関連商品等」という。)の流通の円滑化及び価格の安定を図るために必要な措置を講ずるとともに、県が実施する生活関連商品等の流通の円滑化及び価格の安定を図るための施策に協力しなければならない。

第7条 事業者団体は、基本理念にのっとり、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、消費者苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援、消費生活に関する知識の普及、啓発活動及び広報活動その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

2 事業者団体は、県が実施する消費者施策に協力しなければならない。

第8条 消費者は、自ら進んで、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とともに、県が実施する消費者施策に協力するよう努めなければならない。

2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

第9条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

2 消費者団体は、県が実施する消費者施策に協力するよう努めなければならない。

(消費者基本計画)

第10条 県は、消費者施策の計画的な推進を図るため、消費者施策の推進に関する基本的な計画(以下「消費者基本計画」という。)を策定するものとする。

2 消費者基本計画には、消費者施策に関する基本的な方針その他消費者施策の計画的な推進を図るために必要な事項を定めるものとする。

3 県は、消費者基本計画を策定するに当たっては、あらかじめ、熊本県消費生活審議会の意見を聴かななければならない。

4 県は、消費者基本計画を策定したときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。

5 前2項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

第2章 消費生活の安全、取引等の適正化に関する施策

第1節 安全の確保

(安全の確保)

第11条 事業者は、消費者の消費生活における安全を害し、又は害するおそれのある商品等(以下「危険商品等」という。)を供給してはならない。

2 事業者は、その供給する商品等が危険商品等であると認めるときは、消費者に対し必要な情報を開示し、回収その他の必要な措置をとるよう努めなければならない。

(安全の確保に関する調査)

第12条 知事は、事業者が供給する商品等について、危険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、期間を定めて、当該商品等が安全であることの裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることが

できる。

(安全確保勧告等)

第13条 知事は、事業者が供給する商品等が危険商品等であると認めるときは、消費者の消費生活における安全を確保するため、当該事業者に対し、当該危険商品等の供給の中止、回収その他必要な措置を講ずるよう勧告するとともに、必要があると認めるときは、速やかに、県民に周知を図るものとする。

2 知事は、前項の規定による勧告を行う場合において、必要があると認めるときは、熊本県消費者苦情処理委員会の意見を聴くものとする。

(緊急安全確保措置)

第14条 知事は、事業者が供給する商品等が消費者の生命、身体又は財産について、重大な危害を発生させ、又は発生させるおそれがある危険商品等である場合において、当該危害を防止するため緊急の必要があると認めるときは、法令等で定める措置をとる場合を除き、直ちに、当該危険商品等の名称、当該危険商品等を供給する事業者の氏名又は名称及び住所その他の必要な情報を県民に提供するものとする。

第2節 表示、規格等の適正化

(表示の適正化)

第15条 事業者は、その供給する商品等について、消費者が選択又は利用を誤ることがないように品質、機能、量目、製造年月日、消費期限、賞味期限、保存方法、原産地、事業者の氏名又は名称及び住所その他の必要な事項を適正に表示するとともに、虚偽の表示又は誇大な表示を行わないよう努めなければならない。

2 事業者は、その供給する商品等について、消費者の選択を容易にするよう販売価格及び単位当たりの価格又は利用料金を当該商品又は店内の見やすい場所に表示するよう努めなければならない。

(規格の適正化)

第16条 事業者は、その供給する商品等について、品質の改善及び消費生活の合理化に寄与するため、適正な規格を定めるよう努めなければならない。

(包装の適正化)

第17条 事業者は、その供給する商品について、消費者にその品質又は数量が実際のものより著しく優良若しくは有利であると誤認させ、又は消費者の負担を著しく増大させるような過大又は過剰な包装(容器を用いる包装を含む。)を用いないよう努めなければならない。

(計量の適正化)

第18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に適正な計量をするよう努めなければならない。

(広告の適正化)

第19条 事業者は、その供給する商品等について、虚偽の、誇大な、その他消費者に選択又は利用を誤らせる広告又は宣伝をしないよう努めなければならない。

(供給後のサービスの適正化)

第20条 事業者は、その供給する商品等について、修理、交換その他の方法による供給後におけるサービスの向上を図るよう努めなければならない。

(自主基準)

第21条 事業者は、その供給する商品等について、表示、規格等の適正化を図るため、必要な基準(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 事業者は、自主基準を定め、変更し、又は廃止したときは、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。

3 知事は、事業者に対し、自主基準の設定、変更及び遵守について、必要な指導又は助言を行うことができる。

(県の基準の設定)

第22条 知事は、事業者が供給する商品等について、表示、規格等の適正化を図るため、特に必要があると認めるときは、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、前項の規定により県の基準を定めようとするときは、熊本県消費生活審議会の意見を聴いて定めるものとする。
- 3 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。
- 4 前2項の規定は、第1項の規定により定めた県の基準を変更し、又は廃止する場合に準用する。

(県の基準の遵守義務)

第23条 事業者は、県の基準を遵守しなければならない。

(表示、規格等の適正化に関する調査)

第24条 知事は、事業者が県の基準に違反している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、期間を定めて、当該県の基準に違反していないことの裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が、当該資料を提出しないときは、県の基準に違反しているものとみなす。

(県の基準の遵守勧告)

第25条 知事は、事業者が県の基準に違反していると認めるときは、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。

第3節 不当な取引行為の禁止等

(不当な取引行為の禁止)

第26条 事業者は、消費者との間で行う取引に関し、次の各号のいずれかに該当する行為で規則で定めるもの(以下「不当な取引行為」という。)を行ってはならない。

- (1) 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、不実を告げ、誤信を招く情報を提供し、将来における不確実な事項について断定的な判断を提供し、消費者の意に反し、威迫し、執ように説得し、又は心理的に不安な状態若しくは正常な判断ができない状態に陥れる方法その他の不当な方法により契約(商品等を販売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を含む。以下この条において同じ。)の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (2) 消費者に対し、不当に不利益をもたらす内容の契約を締結させる行為
- (3) 消費者又はその関係人に対し、契約(契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。)に基づくその債務の履行を不当に強要し、又は消費者に対し、契約に基づく自己の債務の履行を不当に拒否し、一方的に変更し、若しくは正当な理由なく遅延させる行為
- (4) 消費者に対し、消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、解除、取消し若しくは無効の主張を妨げ、又は契約の申込みの撤回、解除若しくは取消しによって生ずる債務若しくは契約が無効であることに基づく債務の履行を不当に拒否し、若しくは正当な理由なく遅延させる行為

(不当な取引行為に関する調査)

第27条 知事は、事業者と消費者との間で行われる取引に関する行為について、不当な取引行為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、当該取引行為をする事業者に対し、期間を定めて、当該取引行為が正当な取引行為であることの裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が、当該資料を提出しないときは、不当な取引行為を行っているものとみなす。

(不当な取引行為の中止勧告)

第28条 知事は、事業者が不当な取引行為を行っているとき、当該事業者に対し、当該不当な取引行為の中止その他必要な措置を講ずるよう勧告することができる。

(不当な取引行為に関する情報提供)

第29条 知事は、不当な取引行為による被害の発生又は拡大を防止するため必要があると認めるときは、速やかに、当該不当な取引行為の方法及び内容その他の必要な情報を県民に提供するものとする。

- 2 知事は、前項の不当な取引行為のうち、消費者に重大な被害が発生し、又は発生するおそれがあり、かつ、被害の拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該不当な取引行為を行った事業者の氏名又は名称及び住所、その方法及び内容その他の必要な情報を県民に提供するものとする。

第3章 消費者啓発及び消費者教育の推進等

(消費者啓発及び消費者教育の推進)

第30条 県は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及、情報の提供等の消費者に対する啓発活動を推進するとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

(消費者団体の活動の促進)

第31条 県は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

(試験等の実施及び情報提供)

第32条 県は、消費者施策の実効を確保するため、商品等の試験、検査又は調査(以下「試験等」という。)を実施し、及びその体制の整備に努めるとともに、必要に応じて試験等の結果の概要に係る情報を県民に提供するものとする。

第4章 生活関連商品等に関する施策

(調査等)

第33条 知事は、県民の消費生活の安定に資するため、生活関連商品等の需給及び価格の動向について必要な調査その他の情報の収集を行い、県民に対して必要な情報を提供するよう努めなければならない。

2 事業者は、前項の規定により知事が行う調査その他の情報の収集に協力しなければならない。

(商品等の指定)

第34条 知事は、生活関連商品等の買占め若しくは売惜しみが行われ若しくは行われるおそれがある場合又は生活関連商品等の価格が異常に上昇し若しくは上昇するおそれがある場合において、当該生活関連商品等の不足若しくは価格の上昇が県民の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、当該生活関連商品等を特別の調査を要する商品等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1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。

(商品等の売渡し勧告)

第35条 知事は、前条第1項の規定により指定した生活関連商品等(以下「指定生活関連商品等」という。)の販売を営む者(以下「関係事業者」という。)が買占め又は売惜しみにより当該指定生活関連商品等を多量に保有していると認めるときは、当該関係事業者に対し、当該指定生活関連商品等の売渡しを行うよう勧告することができる。

(価格の引下げ勧告)

第36条 知事は、関係事業者が指定生活関連商品等を仕入価格その他の取引事情からみて著しく不当な価格で販売していると認めるときは、当該関係事業者に対し、その価格の引下げを行うよう勧告することができる。

第5章 資源及びエネルギーの有効利用を通じた環境への配慮等

(環境への配慮等)

第37条 県は、健全な消費生活を推進するため、資源及びエネルギーの有効利用及びこれを通じた環境への配慮に関し、知識の普及、指導、情報の提供その他必要な施策を講ずるものとする。

2 事業者は、商品等の供給に当たって、資源の再生利用その他資源及びエネルギーの有効利用を行うとともに、これらを通じて環境への負荷(環境基本法(平成5年法律第91号)第2条第1項に規定する環境への負荷をいう。以下同じ。)の低減に努めるものとする。

3 消費者は、消費生活において、不用品の再利用その他資源及びエネルギーの有効利用を行うとともに、これらを通じて環境への負荷の低減に努めるものとする。

第6章 多重債務問題改善の取組

(多重債務問題改善の取組)

第38条 県は、多重債務問題の改善のため、多重債務者が相談又は助言その他の支援を受けることができる体制の整備その他必要な施策について、関係行政機関、民間団体等と連携を図りつつ、推進するものとする。

第7章 消費者苦情の処理等

(消費者苦情の処理)

第39条 知事は、消費者苦情の申出があったときは、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に、助言、あっせんその他の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っ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資料の提出又は説明を求めることができる。

3 知事は、消費者苦情の解決が困難であると認めるときは、熊本県消費者苦情処理委員会にあっせん又は調停を行わせることができる。

(消費者苦情の処理に係る市町村への支援)

第40条 県は、市町村における消費者苦情の処理が適切かつ迅速に行われるよう、研修の実施、情報の提供、助言その他の必要な支援を行うものとする。

(消費者苦情の処理に係る人材の確保等)

第41条 県は、消費者苦情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、人材の確保及び資質の向上その他の必要な施策を講ずるものとする。

(熊本県消費者苦情処理委員会)

第42条 知事は、消費者苦情についてあっせん又は調停を行わせ、その他消費者苦情の解決に関し必要な事項を審議させるため、熊本県消費者苦情処理委員会(以下「委員会」という。)を置く。

2 委員会は、委員5人以内及び特別事項を審議させるための臨時委員5人以内で組織し、委員及び臨時委員は、学識経験のある者のうちから知事が任命する。

3 委員の任期は、2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 臨時委員は、当該特別事項の審議が終了したとき、解任されるものとする。

5 第2項の委員及び臨時委員は、再任されることができる。

6 委員会は、あっせん又は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。

7 第2項から前項に定めるもののほか、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。

(消費者苦情の処理に関する情報の提供)

第43条 知事は、委員会に行かせたあっせん又は調停について、消費者の被害の発生又は拡大を防止するため必要があると認めるときは、委員会の意見を聴いて、当該消費者苦情の概要並びにあっせん又は調停の経過及び結果に係る情報のうち、消費者の被害の発生又は拡大を防止するために必要なものを必要な範囲内において県民に提供するものとする。

(消費者訴訟の援助)

第44条 知事は、消費者が事業者を相手とする訴訟(以下「消費者訴訟」という。)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、公益上必要があると認めるときは、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を行うことができる。

(1) 委員会のあっせん又は調停によって解決されなかったもの

(2) 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

(3) 1件当たりの被害額が規則で定める額以下のもの

(貸付金の返還等)

第45条 前条の規定により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に相当する金額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、特に必要があると認めるときは、規則に定めるところにより、当該貸付けに係る資金の全部若しくは一部の返還を猶予し、又は免除することができる。

(適格消費者団体への支援)

第46条 県は、消費者契約法(平成12年法律第61号)第2条第4項の適格消費者団体に対し、消費者苦情の申出に関する情報の提供その他の必要な支援を行うことができる。

第8章 熊本県消費生活審議会

(熊本県消費生活審議会)

第47条 知事の諮問に応じ、消費生活の安定及び向上に関する重要な事項を審議させるため、熊本県消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

2 審議会は、委員15人以内で組織する。

3 委員は、次の各号に掲げる者のうちから、知事が任命する。

- (1) 学識経験のある者
- (2) 消費者を代表する者
- (3) 事業者を代表する者
- (4) 関係行政機関の職員

4 委員の任期は、2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 第2項から前項まで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。

第9章 知事に対する申出

(知事に対する申出)

第48条 県民は、この条例の規定に違反する事業活動により、又はこの条例に基づく措置がとられていないことにより消費者の権利が侵され、又は侵されるおそれがあると認めるときは、知事に対し、その旨を申し出て、適当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ったときは、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、この条例に基づく措置その他適当な措置をとるものとする。

第10章 調査、公表等

(立入調査等)

第49条 知事は、第12条第1項、第24条第1項、第27条第1項、第35条又は第36条の規定の施行に必要な限度において、事業者に対し、必要な資料の提出若しくは説明を求め、又はその職員に、事業者の事務所、事業所、倉庫その他事業を行う場所に立ち入り、帳簿又は書類(これらの作成又は保存に代えて電磁的記録(電子的方式、磁気的方式その他人の知覚によっては認識することができない方式で作られる記録であって、電子計算機による情報処理の用に供されるものをいう。)の作成又は保存がされている場合における当該電磁的記録を含む。)、設備その他の物件を調査させ、若しくは関係人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又は質問をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者に提示しなければならない。

3 第1項に規定する立入調査又は質問の権限は、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。

(公表)

第50条 知事は、事業者若しくは第42条第6項に規定する関係者が正当な理由なく前条第1項若しくは第42条第6項の規定による資料の提出若しくは説明をせず、若しくは虚偽の資料の提出若しくは説明をしたとき、又は事業者が前条第1項の規定による立入調査を拒んだときは、当該事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な事項を公表することができる。

2 知事は、第13条第1項、第25条、第28条、第35条又は第36条の規定による勧告を受けた者が正当な理由なく当該勧告に従わないときは、当該事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な事項を公表することができる。

(意見の聴取)

第51条 知事は、前条の規定による公表をしようとするときは、当該公表に係る者に、あらかじめ、意見を述べる機会を与えた上で行わなければならない。

第11章 雑則

(国等への要請)

第52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、他の地方公共団体又は独立行政法人に対し、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。

(委任)

第53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。

附則 (略)

消費者教育の推進に関する法律 (平成二十四年八月二十二日法律第六十一号)

- 第一章 総則（第一条—第八条）
 - 第二章 基本方針等（第九条・第十条）
 - 第三章 基本的施策（第十一条—第十八条）
 - 第四章 消費者教育推進会議等（第十九条・第二十条）
- 附則

第一章 総則

(目的)

第一条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、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その自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

(定義)

第二条 この法律において「消費者教育」とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう。

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

(基本理念)

第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。

4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策（消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三号において同じ。）との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。

5 消費者教育は、消費者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与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。

6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。

7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

(国の責務)

第四条 国は、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自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念（以下この章において「基本理念」という。）にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

(地方公共団体の責務)

第五条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター（消費者安全法（平成二十一年法律第五十号）第十条の二第一項第一号に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。）、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じ

た施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(消費者団体の努力)

第六条 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

(事業者及び事業者団体の努力)

第七条 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

(財政上の措置等)

第八条 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

第二章 基本方針等

(基本方針)

第九条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下この章及び第四章において「基本方針」という。）を定めなければならない。

2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項

二 消費者教育の推進の内容に関する事項

三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項

四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

3 基本方針は、消費者基本法（昭和四十三年法律第七十八号）第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。

5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。

7 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。

8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

(都道府県消費者教育推進計画等)

第十条 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「都道府県消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

2 市町村は、基本方針（都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画）を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「市町村消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第二十条第一項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあっては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならない。

4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。

5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。

6 第三項及び第四項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

第三章 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

第十一条 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校（学校教育法（昭和二十二年法律第二十六号）第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。）の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。

2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。

3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

(大学等における消費者教育の推進)

第十二条 国及び地方公共団体は、大学等（学校教育法第一条に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第十六条第二項において同じ。）において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

(地域における消費者教育の推進)

第十三条 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター（以下この章において「国民生活センター」という。）は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法（昭和三十二年法律第九十八号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和二十六年法律第四十五号）に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

(事業者及び事業者団体による消費者教育の支援)

第十四条 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるよう努めるものとする。

2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。

3 事業者は、その従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。

4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

(教材の充実等)

第十五条 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。

(人材の育成等)

第十六条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法第十一条に規定する相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

(調査研究等)

第十七条 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

(情報の収集及び提供等)

第十八条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう

努めなければならない。

- 2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

第四章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

第十九条 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

- 2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

- 一 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
- 二 基本方針に関し、第九条第五項（同条第八項において準用する場合を含む。）に規定する事項を処理すること。
- 3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人（独立行政法人通則法（平成十一年法律第百三号）第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。）の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。
- 4 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(消費者教育推進地域協議会)

第二十条 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

- 2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。

- 一 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
- 二 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。
- 3 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

附 則 抄

(施行期日)

- 1 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

(検討)

- 2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

熊本県消費生活審議会委員名簿

任期：令和元年(2019年)7月1日～令和3年(2021年)6月30日

区分	氏名	所属団体等（役職名等）
学 識 経 験 者	小泉 和重	熊本県立大学総合管理学部（教授）
	川口 恵子	尚綱大学短期大学部（名誉教授）
	原 彰宏	熊本県弁護士会（消費者問題対策委員会副委員長）
	森 紀子	株式会社熊本日日新聞社（編集局文化生活部次長）
	栗谷 雅之	熊本県公立高等学校長会 （熊本県高等学校教育研究会地歴公民部会長）
	堀川 丞美	熊本県高等学校教育研究会家庭部会 （熊本県立荒尾支援学校校長）
消 費 者	辻本 英子	NPO法人消費者支援ネットくまもと（副理事長）
	徳永 理映	特定非営利活動法人熊本消費者協会（会長）
	高谷 陽子	熊本県生活協同組合連合会（理事）
	荒木 ミドリ	熊本県地域婦人会連絡協議会（会長）
事 業 者	塩塚 英司	一般社団法人熊本県銀行協会（事務局次長）
	原 悟	熊本県商工会連合会（専務理事）
	坂本 浩	熊本県商工会議所連合会（専務理事）
行 政	相馬 和代	菊池市職員（福祉課長兼菊池消費生活センター長）
	米田 進	熊本県社会福祉協議会（地域福祉課長）

（令和3年(2021年)3月現在、敬称略）

熊本県内の消費生活相談窓口一覧

相談窓口(無料)	電話番号・受付時間	備考
熊本県弁護士会 法律相談センター	096-325-0009(電話予約制) (平日9:00~17:00)	相談時間 月~土 10:00~12:00、13:00~16:00
熊本県司法書士会 総合相談センター	096-364-2890	相談時間 月~金 9:00~17:00 ※年末年始祝祭日を除く
NPO法人 熊本クレ・サラ被害をなくす会	096-351-7400 (月~金 9:30~17:00、 土 9:30~12:00)	サラ金、ヤミ金、多重債務などの相談
日本司法支援センター 熊本地方事務所(法テラス熊本)	0570-078365(ナビダイヤル) (平日9:00~17:00)	・債務整理方法の情報提供 ・民事法律扶助による無料法律相談の案内
九州財務局多重債務相談窓口	096-351-0150 (平日9:00~12:00、13:00~17:00)	多重債務相談
グリーンコープ生活協同組合くまもと 生活再生相談室	096-243-2100 (平日、第3土9:30~18:00)	生活再生相談
適格消費者団体 NPO法人消費者支援ネットくまもと	096-356-3110 (平日10:00~12:00、 13:00~17:00)	消費者被害の未然防止・拡大防止・被害回復のための活動(不当な事業活動への改善申し入れ、差止請求)
消費者ホットライン188(いやや!)	188(ナビダイヤル)	お住まいの近くの消費生活センター・相談窓口につながります。受付時間はつながった相談窓口によって異なります。
各市の消費者センター	お住まいの市へお問い合わせください。	
各町村の消費生活相談窓口	お住まいの町村へお問い合わせください。	

