

宮崎県消費者基本計画

令和8年6月

宮 崎 県

目 次

第1章 計画の基本的な考え方	1
1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置づけ	1
3 計画の期間	1
第2章 消費生活を取り巻く現状と課題	2
1 消費者を取り巻く環境の変化	2
(1) 高齢化の進行	2
(2) 成年年齢の引下げ	3
(3) デジタル化の進展と電子商取引の拡大	4
(4) 自然災害の激甚化・多発化	5
(5) 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり	6
2 本県における消費生活相談の現状	7
(1) 本県の消費生活相談体制	7
(2) 県内の消費生活相談受付件数の推移	8
(3) 契約当事者の年代別の相談状況	9
(4) 相談件数の多い商品・サービス	10
(5) 販売購入形態別の相談状況	12
3 消費生活に関する県民の意識	14
(1) 消費者トラブルへの関心	14
(2) 消費者トラブルの経験	16
(3) 消費生活相談窓口について	20
(4) 消費者問題に関する学習の機会	23
(5) 消費者問題に対して望む施策	25
4 今後取り組むべき主な課題	26
(1) 消費者トラブルの未然防止	26
(2) 地域の見守り体制の構築	26
(3) 相談体制の充実強化	26
(4) 消費者教育の推進・担い手確保	27
(5) 持続可能な社会の実現	27
第3章 消費者施策の方向性と展開	28
1 基本理念	28
2 目指す姿	28
3 基本方針	28
基本方針1 安全で安心な消費生活の確保	30
(1) 消費者の安全・安心の推進	30
(2) 事業者に対する指導強化	32
(3) 地域における見守り活動の推進	33
基本方針2 消費者被害の防止と救済	35

(1) 県と市町村が連携した消費者問題解決力強化	35
(2) 消費者ニーズに対応した相談体制の充実	38
(3) 関係機関・団体等との連携強化	39
基本方針3 自ら考え行動する消費者の育成	40
(1) ライフステージに応じた消費者教育の推進	40
(2) 消費者教育の担い手の確保・育成	46
(3) 消費者への効果的な情報発信	48
(4) 持続可能な社会の形成に向けた消費行動の推進	50
第4章 推進体制と進行管理	52
1 計画の推進体制	52
2 計画の進行管理	52
3 評価指標	53
附属資料	54
諮問書	54
答申書	55
宮崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例	56
消費者教育の推進に関する法律	66

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨

県では、消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年法律第 61 号。以下「推進法」という。）に基づき、平成 27 年 6 月に「宮崎県消費者教育推進計画」を策定（令和元年 10 月に改訂）し、市町村や学校、地域社会などにおける消費者教育の推進を中心とした各種消費者施策に取り組んできました。

一方、高齢化の一層の進行、成年年齢の引下げ、デジタル化の進展のほか、多発する自然災害や持続可能な社会への実現に向けた機運の高まりなど、消費者を取り巻く環境は大きく変化し、消費者トラブルの内容も多様化、複雑化の一途をたどっています。

県では、こうした状況を踏まえ、消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に対応した消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため、消費者教育推進計画の内容を継承・包含した「宮崎県消費者基本計画」を策定します。

2 計画の位置づけ

宮崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例（以下「条例」という。）第 4 条に基づく消費者政策に関する基本的計画であり、消費者教育の推進に関する法律第 10 条第 1 項に基づく都道府県消費者教育推進計画を兼ねるものです。

3 計画の期間

令和 8 年度から令和 12 年度までの 5 年間とします。

第2章 消費生活を取り巻く現状と課題

1 消費者を取り巻く環境の変化

(1) 高齢化の進行

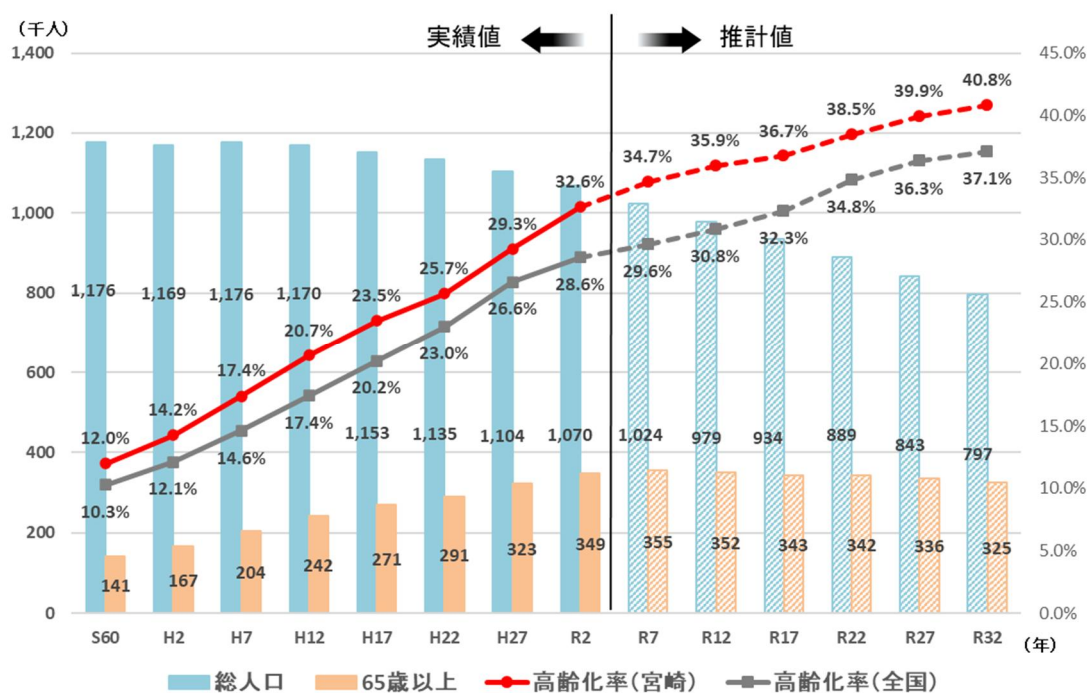
全国的に高齢化が進む中、令和2年の国勢調査によると、県内の65歳以上の高齢者数は約34.9万人、高齢化率（総人口に占める65歳以上の人の割合）は32.6%（全国28.6%）と全国を上回る水準で高齢化が進んでいます。

さらに、その割合は、令和32年には40.8%（全国37.1%）まで上昇することが推計されています。

また、高齢者の単独世帯も年々増加しており、令和2年には約7.1万世帯（総世帯数の15.0%）でしたが、令和32年には約8.9万世帯（総世帯数の22.7%）まで増えると見込まれています。

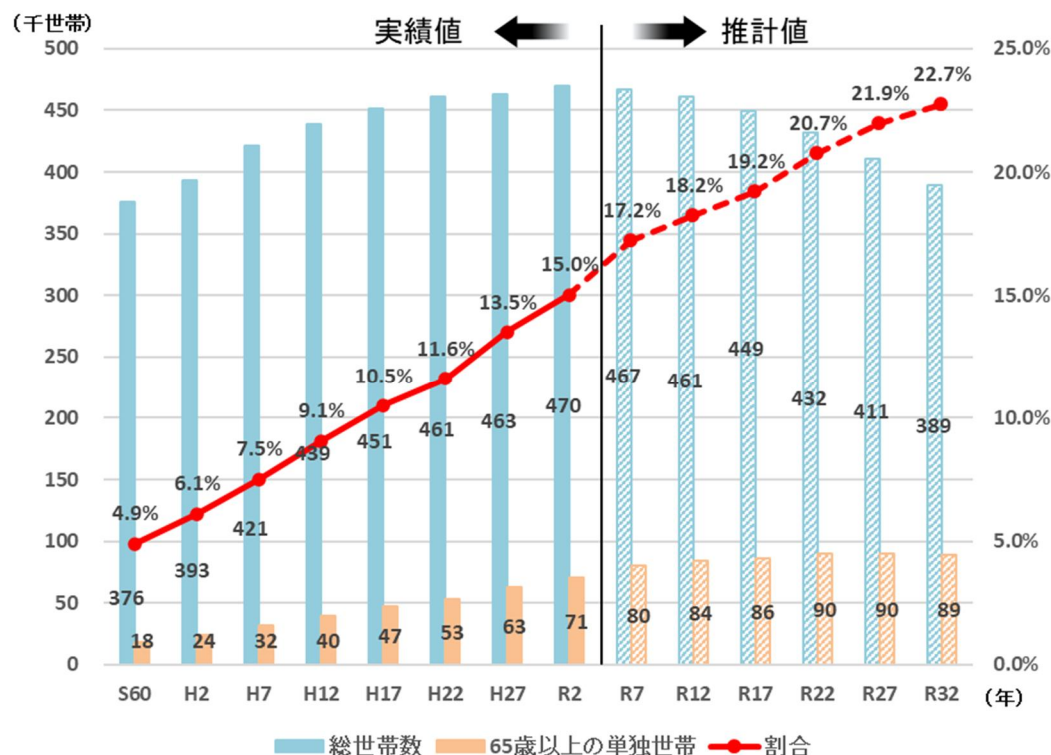
単独世帯の高齢者は周囲の目が届きにくく、消費者トラブルや特殊詐欺等に巻き込まれる可能性が高いほか、相談相手がいない場合、被害が拡大・深刻化することも懸念されます。

図表 1 県内総人口・高齢者人口・高齢化率の推移と将来推計



出典：令和2年までは総務省「国勢調査」、令和7年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（令和5年推計）」から作成

図表 2 県内の総世帯数に占める高齢者の単独世帯の推移と将来推計



出典：令和2年までは総務省「国勢調査」、令和7年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（全国推計）（令和6年推計）」から作成

(2) 成年年齢の引下げ

民法では、法定代理人の同意なく未成年者が単独で行った法律行為については、法定代理人が取り消すことができると規定されています（未成年者取消権）。

令和4年4月1日から成年年齢が18歳に引き下げられ、18歳から単独で契約行為が行えるようになった一方で、これまで未成年ということで保護されていた18歳、19歳の若年者が、保護の対象から外れました。

18歳から20歳にかけては、就職や進学に伴い、一人暮らしが始まるなど生活面での環境が大きく変化する時期です。社会との関連が深まり、経済活動の範囲が広がる一方で、社会経験の浅い若者が悪質な事業者のターゲットとなるなど、消費者トラブルに巻き込まれる危険性があります。

令和4年4月の成年年齢引下げ以降、県内の18歳、19歳の若年者からの相談件数の大幅な変化はみられないものの、儲け話（副業）、教室・講座、不動産賃貸等に関する相談が多い傾向にあります。

(3) デジタル化の進展と電子商取引の拡大

総務省の通信利用動向調査（令和6年）によると、インターネット利用者の割合は、13歳から69歳までの各年齢層で9割を超え、70歳代でも約7割と、高齢者を含め幅広い年齢層でインターネットの利用が普及しています。

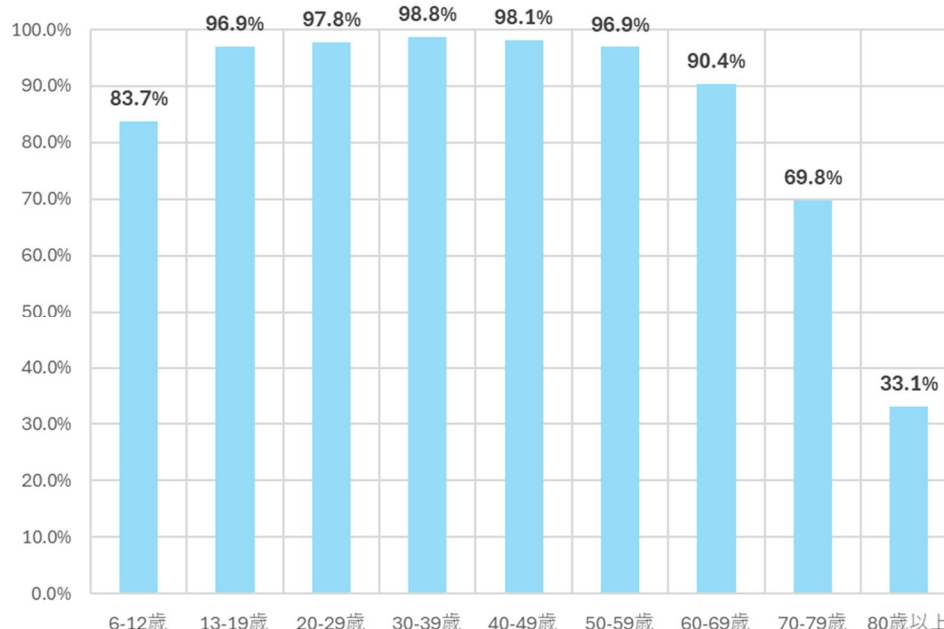
また、総務省の情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査（令和6年度）によると、スマートフォン利用者の割合は、10歳代から60歳代までの各年齢層で9割、70歳代で7割を超えており、スマートフォンの利用が浸透しています。

また、キャッシュレス決済も広く浸透しており、経済産業省が算出したキャッシュレス決済比率は年々上昇し、令和6年には42.8%と過去最高となっています。中でも、コード決済の比率が上昇しており、決済手段が多様化しています。

このようなデジタル化の進展を背景に、商品・サービスの提供や消費の形態も多様化・複雑化しています。インターネットオークションやフリマアプリなどの普及に伴い、従来の事業者・消費者間の取引に加え、消費者同士が売り手と買い手となる個人間取引も増加しています。加えて、AI（人工知能）を活用したターゲティング広告、SNSを活用した広告など、勧誘の方法も多岐にわたり、消費者の意思決定に大きな影響を与えています。

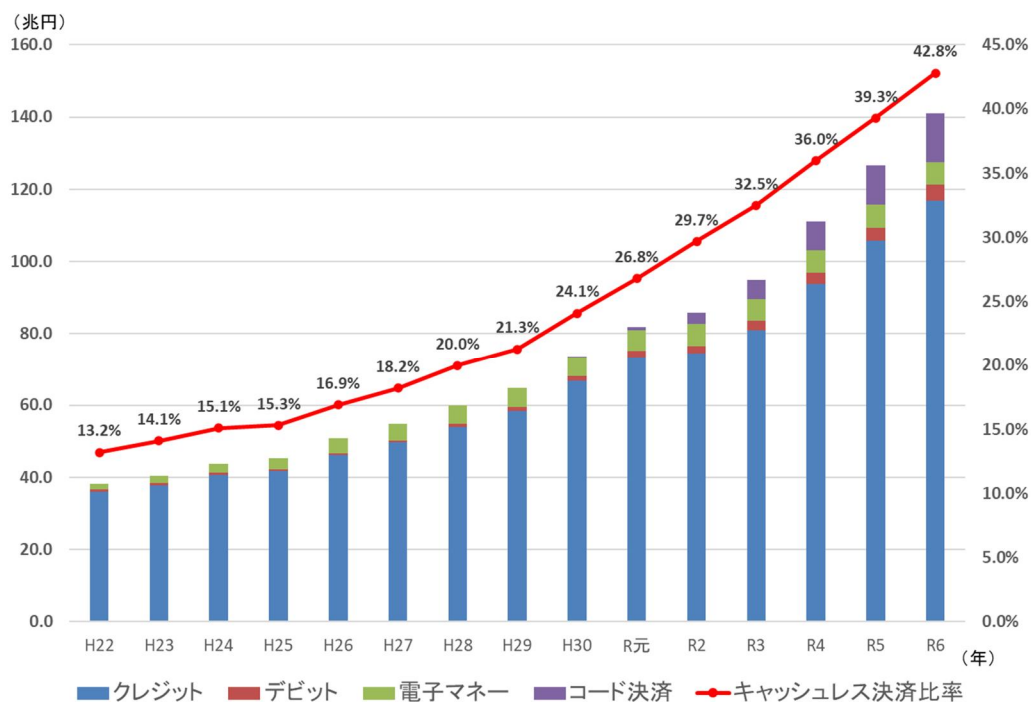
デジタル化の進展により消費者の利便性が向上する一方で、新たな消費者トラブルの発生が予想されるほか、相談内容も多様化・複雑化することが懸念されます。

図表 3 年齢層別インターネットの利用状況（全国、令和6年）



出典：総務省「令和6年通信利用動向調査」から作成

図表 4 キャッシュレス決済額及び比率の推移



出典：経済産業省HP「2024 年のキャッシュレス決済比率を算出しました」から作成

(参考)

「クレジットカード」

お店などでの支払い時に使用すると、その場で現金を支払うことなく商品やサービスを受け取ることができ、後で代金の請求が来る（後払い）カードのこと。

「デビットカード」

代金が銀行口座から即時に引き落とされるカードやその支払い方式のこと。

「電子マネー」

様々な会社が独自に発行している支払いサービスで、主にカードの中に電気信号にしたお金の情報を持たせたもの。

「コード決済」

スマートフォンのアプリでQR コードを読み取ったり、スマートフォンに表示させたバーコードやQR コードを読み取らせることにより支払いをすること。

(4) 自然災害の激甚化・多発化

近年、全国各地で地震や台風等の大規模災害が発生しており、本県においても、大規模地震等の災害の発生が懸念されています。

このような災害時においては、高額な家屋修理などのトラブルや保険金を口実にした勧誘、偽の寄付金・義援金の要求など、消費者の心理につけ込んだ悪質商法が発生しやすい傾向にあります。

さらに、災害発生時などの非常時においては、いわゆる一般的・平均的な消費者であっても、冷静な行動・判断ができなくなるなど、消費者トラブルに巻き込まれる危険性があります。

(5) 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり

平成 27 年に国連の「持続可能な開発サミット」において「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択され、「誰一人取り残さない」という理念の下、2030 年までに持続可能な社会の実現を目指すことが確認されました。

人や社会、地域、環境に配慮した消費行動である「エシカル消費¹」は、SDGs の目標 12「つくる責任つかう責任」の達成につながる取組とされています。

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、SDGs の達成に向けて、エシカル消費などの消費者の具体的な行動を促していくことが重要です。

¹ 日々の買い物や暮らしの中で、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。倫理的消費ともいう。

【エシカル消費の具体例】

- 人や社会への配慮：フェアトレード製品を選ぶ。
- 地球への配慮：地産地消、被災地製品を選ぶ。
- 環境への配慮：エコ商品、リサイクル商品を選ぶ。

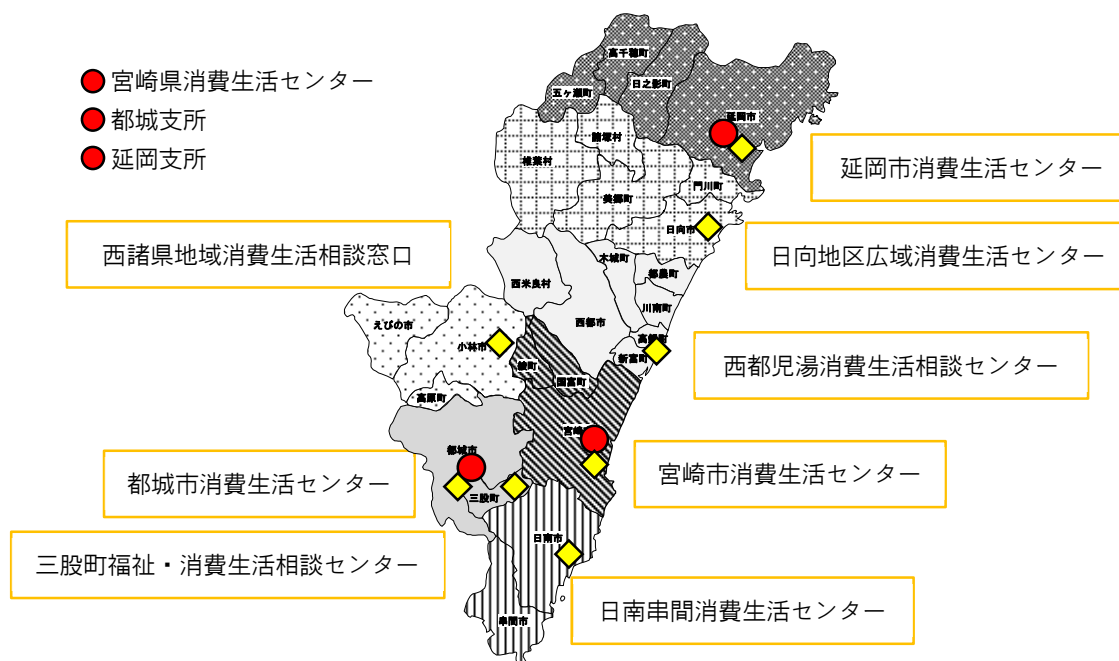
2 本県における消費生活相談の現状

(1) 本県の消費生活相談体制

本県の消費生活相談体制は、県の消費生活センターが、宮崎、都城（支所）、延岡（支所）にあり、県内3か所となっています。

また、平成29年度からは市町村間における共同設置により、県内7地域8市町（宮崎市、都城市、延岡市、日南市、小林市、日向市、三股町、高鍋町）に消費生活センター・相談窓口が設置され、全市町村で相談を受けられる体制が整備されています。

図表 5 本県の消費生活センター・相談窓口の設置状況



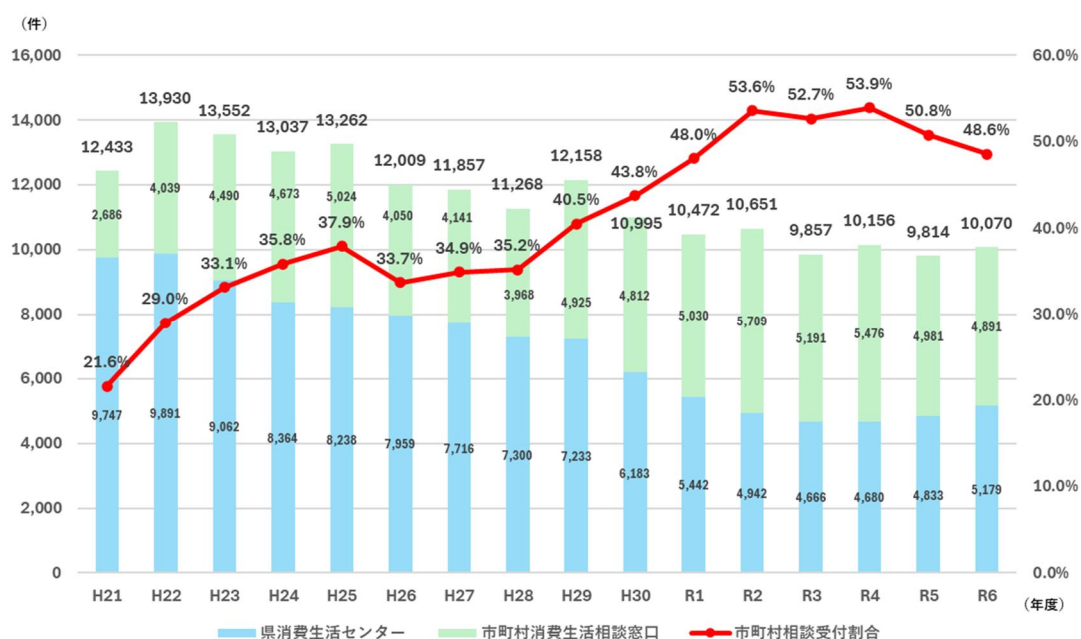
出典：宮崎県生活・協働・男女参画課

(2) 県内の消費生活相談受付件数の推移

県及び市町村の消費生活センターや相談窓口寄せられた消費生活相談は、平成30年度以降は概ね1万件程度で推移しており、令和6年度は10,070件となっています。

また、県内全市町村での消費生活相談窓口の共同化が開始した平成29年度以降、市町村消費生活相談窓口で受け付けた相談割合が増加し、近年は全体の約5割で推移しています。

図表 6 県全体の消費生活相談受付件数の推移



出典：宮崎県生活・協働・男女参画課「令和7年度消費者行政の概要」から作成

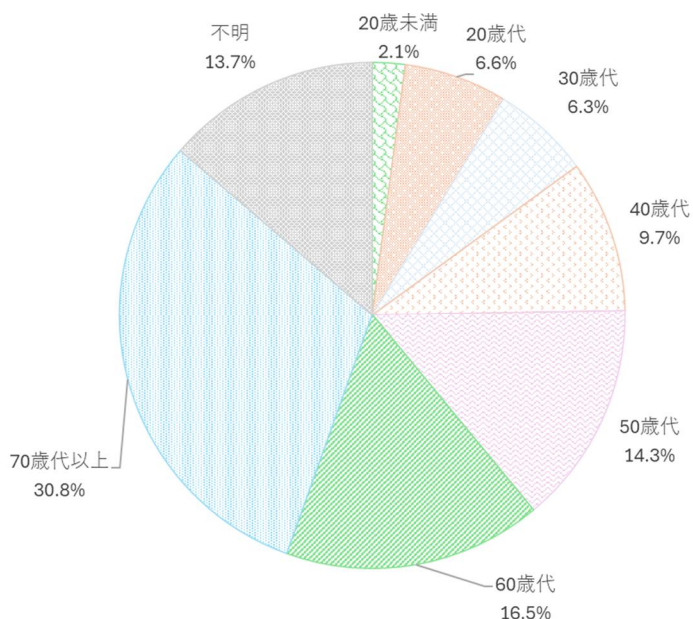
(3) 契約当事者の年代別の相談状況

令和6年度の契約当事者の年代別の苦情相談状況を見ると、70歳代以上が30.8%と最も多く、次いで60歳代が16.5%、50歳代が14.3%の順となっており、60歳代以上の割合が全体の約47%を占めています。

一方、20歳代以下の契約者に関する相談件数は割合が低く、令和6年度は全体の約9%となっています。

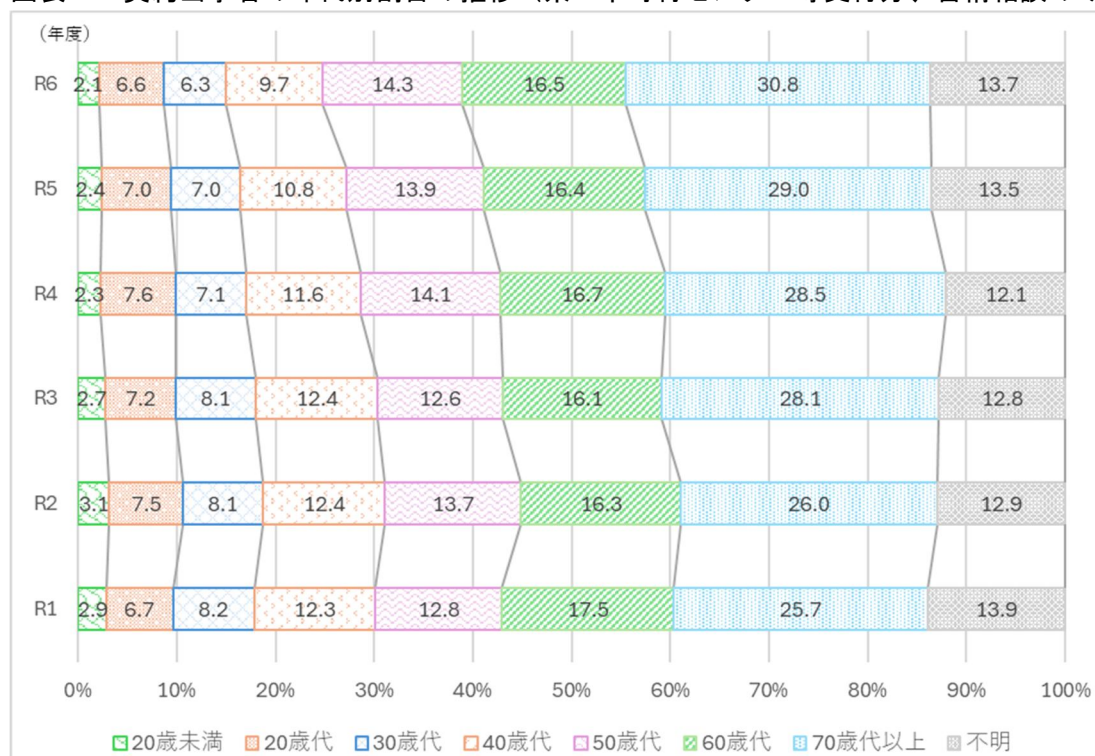
また、令和元年度以降、70歳代以上の割合が増加傾向にあります。

図表 7 令和6年度契約当事者の年代別割合（県・市町村センター等受付分、苦情相談のみ）



出典：宮崎県生活・協働・男女参画課「令和7年度消費者行政の概要」から作成

図表 8 契約当事者の年代別割合の推移（県・市町村センター等受付分、苦情相談のみ）



出典：宮崎県生活・協働・男女参画課「令和7年度消費者行政の概要」から作成

(4) 相談件数の多い商品・サービス

令和6年度に県消費生活センターで受け付けた苦情相談を商品・サービス別に見ると、身に覚えのない架空請求など商品が特定できない「商品一般」に関する相談が最も多く、次いで「化粧品」、「健康食品」の定期購入解約時のトラブル等に関する相談が多くなっています。

また、年代別では、20歳未満ではオンラインゲームの課金等の「他の教養・娯楽」に関する相談、20歳代ではインターネット広告等をきっかけとしたもうけ話トラブル等の「内職・副業」に関する相談が多くなっています。

30歳代、40歳代では、アパート退去時の敷金トラブル等の「レンタル・リース・貸借」に関する相談が他の年代と比べて多く、50歳代、60歳代では、定期購入解約時のトラブル等の「化粧品」に関する相談、70歳代以上では、大手事業者を名乗る身に覚えのない不審メール等の「商品一般」に関する相談が多いのが特徴です。

図表 9 令和6年度商品・役務別の上位相談件数（県センター受付分、苦情相談のみ）

順位	品目	件数	構成比(%)	主な相談内容
1	商品一般	617	12.5	大手事業者を名乗る身に覚えのない不審メール、架空請求
2	化粧品	389	7.9	定期購入の解約時のトラブル
3	健康食品	293	5.9	定期購入の解約時のトラブル
4	役務その他	250	5.0	PCセキュリティサポート詐欺、副業サポートに関するトラブル
5	レンタル・リース・貸借	239	4.8	アパート退去時の敷金・修繕費トラブル
6	移動通信サービス	145	2.9	携帯・スマートフォンの料金・解約トラブル
7	融資サービス	144	2.9	多重債務・債務整理
8	他の教養・娯楽	134	2.7	オンラインゲーム、出会い系サイト
9	工事・建築・加工	132	2.7	訪問販売によるリフォーム工事
10	インターネット通信サービス	124	2.5	光回線等
	上記以外	2,488	50.2	
	(合計)	4,955	100.0	

出典：宮崎県生活・協働・男女参画課「令和7年度消費者行政の概要」から作成

図表 10 令和6年度年代別の商品・役務別上位相談件数（県センター受付分、苦情相談のみ）

順位	20歳未満		
	品目	件数	構成比
1	他の教養・娯楽	36	31.9%
2	商品一般	10	8.8%
3	化粧品	8	7.1%
4	娯楽等情報配信サービス	6	5.3%
5	健康食品	5	4.4%
	上記以外	48	42.5%
	計	113	100.0%

順位	20歳代		
	品目	件数	構成比
1	内職・副業	35	10.2%
2	商品一般	32	9.3%
3	レンタル・リース・貸借	23	6.7%
3	他の教養・娯楽	23	6.7%
5	融資サービス	18	5.2%
	上記以外	213	61.9%
	計	344	100.0%

順位	30歳代		
	品目	件数	構成比
1	レンタル・リース・貸借	36	11.5%
2	役務その他	20	6.4%
3	商品一般	17	5.4%
4	融資サービス	14	4.5%
5	健康食品	13	4.2%
	上記以外	213	68.1%
	計	313	100.0%

順位	40歳代		
	品目	件数	構成比
1	レンタル・リース・貸借	35	7.7%
2	商品一般	34	7.5%
3	化粧品	29	6.4%
4	健康食品	26	5.7%
5	役務その他	22	4.8%
	上記以外	308	67.8%
	計	454	100.0%

順位	50歳代		
	品目	件数	構成比
1	化粧品	88	12.1%
2	商品一般	85	11.7%
3	健康食品	47	6.5%
4	レンタル・リース・貸借	29	4.0%
5	融資サービス	27	3.7%
	上記以外	452	62.1%
	計	728	100.0%

順位	60歳代		
	品目	件数	構成比
1	化粧品	125	15.6%
2	商品一般	99	12.3%
3	健康食品	55	6.9%
4	インターネット通信サービス	30	3.7%
4	役務その他	30	3.7%
	上記以外	463	57.7%
	計	802	100.0%

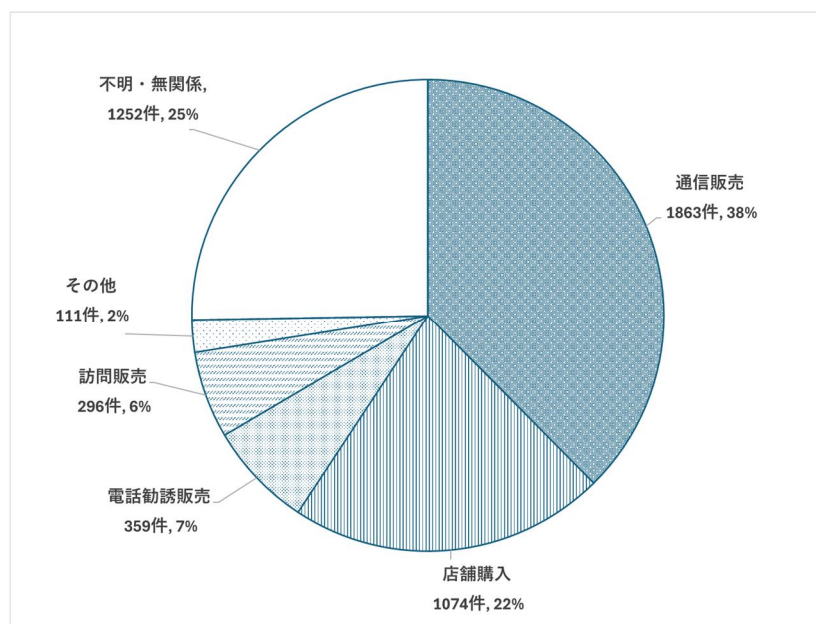
順位	70歳以上		
	品目	件数	構成比
1	商品一般	219	14.9%
2	健康食品	119	8.1%
3	化粧品	105	7.2%
4	役務その他	69	4.7%
5	工事・建築・加工	52	3.5%
	上記以外	903	61.6%
	計	1,467	100.0%

出典：宮崎県生活・協働・男女参画課「令和7年度消費者行政の概要」から作成

(5) 販売購入形態別の相談状況

販売購入形態別の苦情相談状況をみると、令和6年度は通信販売に関する相談が全体の約4割を占めており、近年増加傾向にあります。次に店舗購入に関する相談が約2割となっており、店舗購入の相談件数は減少傾向にあります。これは、スマートフォン等の利用により、手軽に商品の購入やサービスの利用ができるようになった一方で、店舗販売等と比べ、消費者トラブルになるケースが多いことが推察されます。

図表 11 令和6年度販売購入形態別相談件数・割合（県センター受付分、苦情相談のみ）

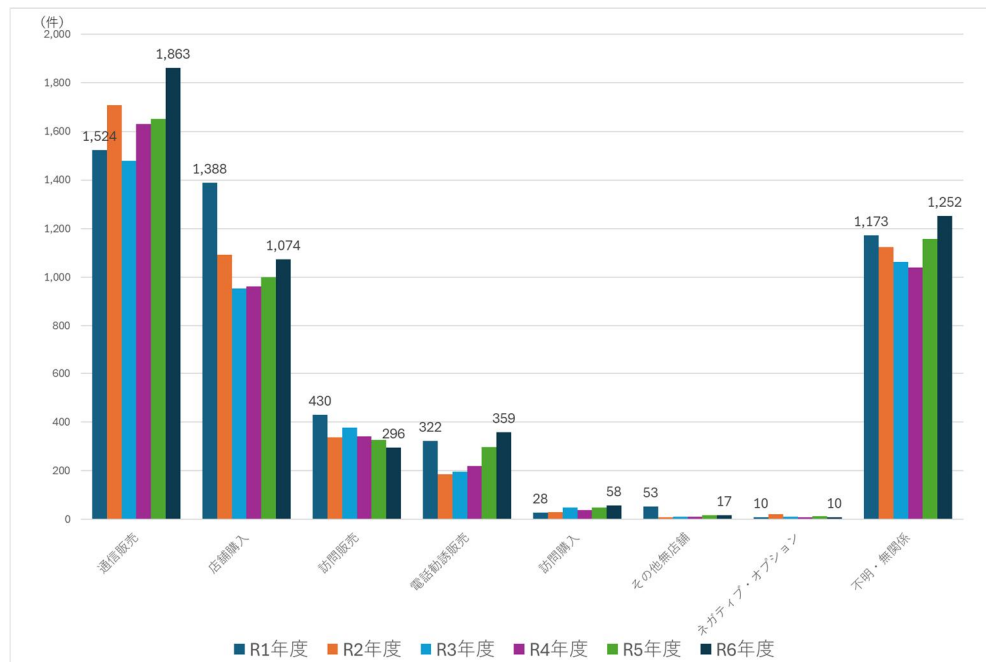


出典：宮崎県生活・協働・男女参画課「PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）²」から作成

※「その他」は「マルチ取引」、「訪問購入」、「ネガティブ・オプション」、「その他無店舗」を合計したもの。

² 国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベース。「PIO-NET」は、Practical Living Information Online Network System の略。

図表 12 販売購入形態別相談件数の推移（県センター受付分、苦情相談のみ）



出典：宮崎県生活・協働・男女参画課「PIO-NET」から作成

(参考)

「訪問販売」

家庭や職場など、いわゆる営業所以外の場所での販売のこと。キャッチセールス（営業所以外の場所で呼び止めて営業所に連れて行く場合）や、アポイントメントセールス（電話などで目的を言わずに呼び出す場合など）を含む。

「電話勧誘販売」

事業者が電話をかけて商品を買うよう勧誘を行い、その電話の中で消費者が申し込みを行う取引のこと。

「マルチ取引」

マルチ商法・マルチまがい商法を指す。

商品購入等の契約をして販売組織に参加し、友人などを利益（マージン、報奨金）が得られると勧誘して加入者を増やしていくという取引形態、またはそれに類する取引形態のこと。

「ネガティブ・オプション」

送り付け商法。注文・申し込みをしていない商品を一方的に送り付け、消費者が受け取った以上支払わなければならないと勘違いして支払うことを狙った商法のこと。

「訪問購入」

物品の購入業者が、家庭に訪問するなど、いわゆる営業所以外の場所で消費者から物品を購入する取引のこと。

3 消費生活に関する県民の意識

宮崎県消費者基本計画の策定や、今後の消費者施策を効果的に推進する上での基礎資料とするため、消費生活に関する県民意識調査を実施しました。

調査結果の概要は次のとおりです。

【調査概要】

- ・ 調査名 消費生活に関する県民意識調査（以下「県民意識調査」という。）
- ・ 調査対象 宮崎県在住の18歳以上の男女3,000人（無作為抽出）
- ・ 調査方法 調査票の配布は郵送方式、回収は郵送方式またはWEB
- ・ 調査期間 令和6年11月5日～11月26日
- ・ 回収率 42.7%（配布：3,000人 回収：1,283人）

(1) 消費者トラブルへの関心

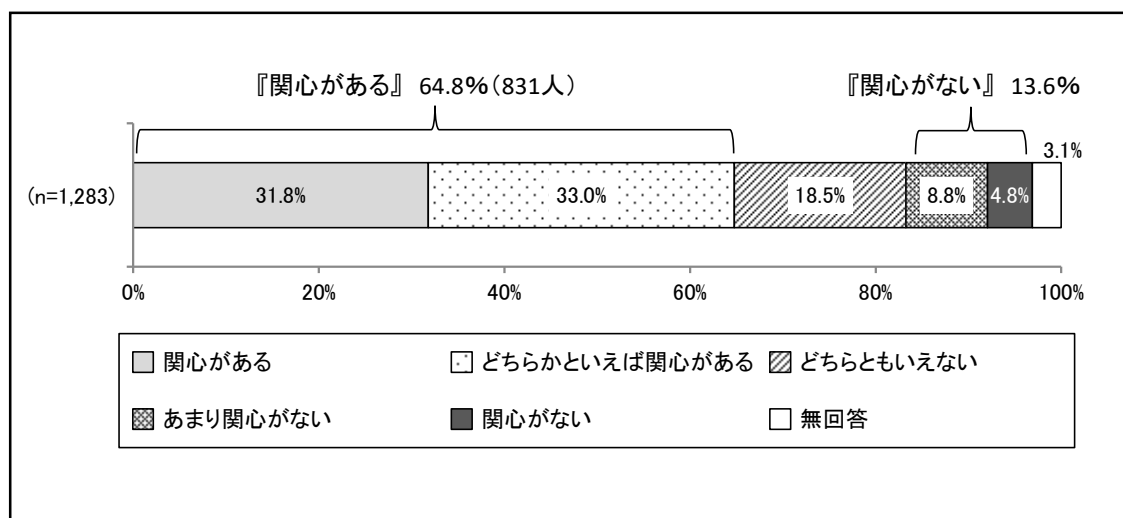
消費者トラブルへの関心は、『関心がある』（「関心がある：31.8%」と「どちらかといえば関心がある：33.0%」の計）の割合が64.8%でした。

年代別では、『関心がある』の割合は、40歳代から60歳代が7割前後で、他の年代より高くなっています。

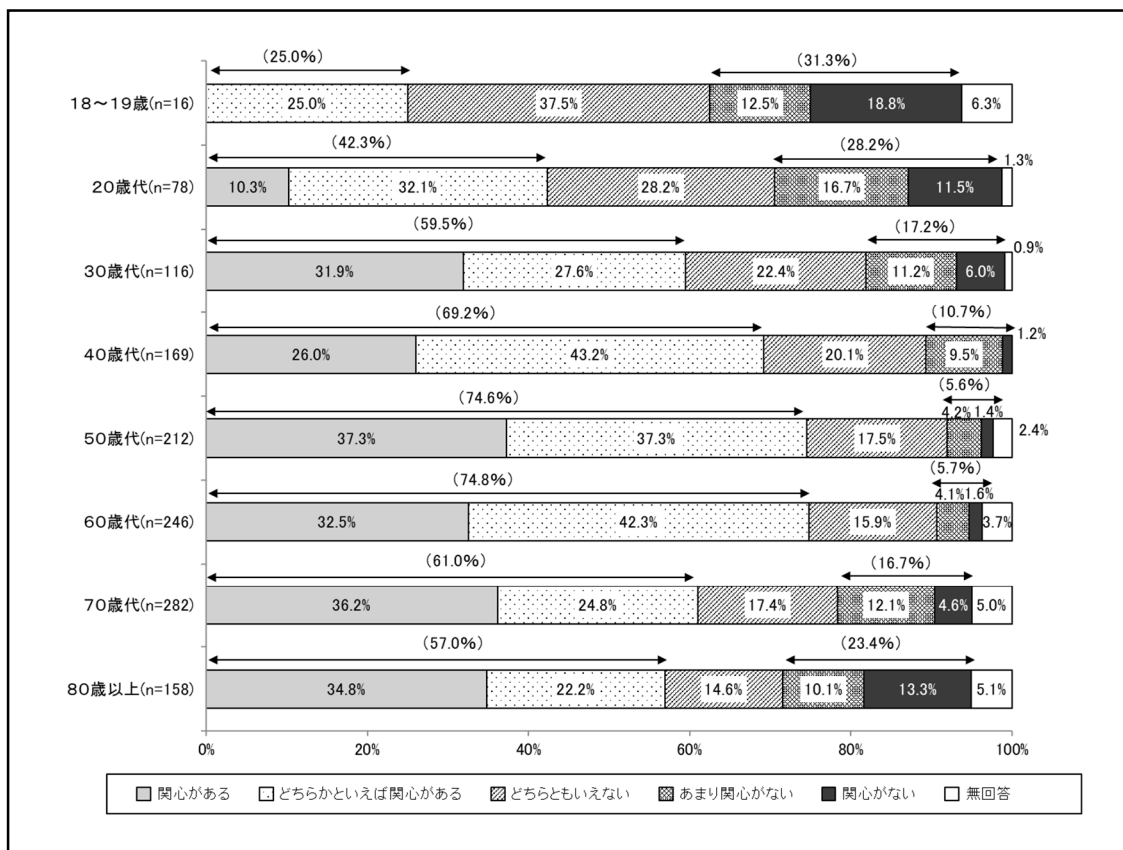
一方、『関心がない』の割合は、20歳代以下が他の年代より高くなっています。

消費者トラブルに『関心がある』と回答した人の中で、関心がある消費者トラブルは、「インターネット利用により生じるトラブル（ネット通販、SNSなど）」の割合が66.8%で最も高く、次いで「特殊詐欺（架空請求・不当請求や振り込み詐欺など）」（64.5%）、「問題商法（強引な勧誘や悪質商法の手口とその対策）」（49.5%）などが続いています。

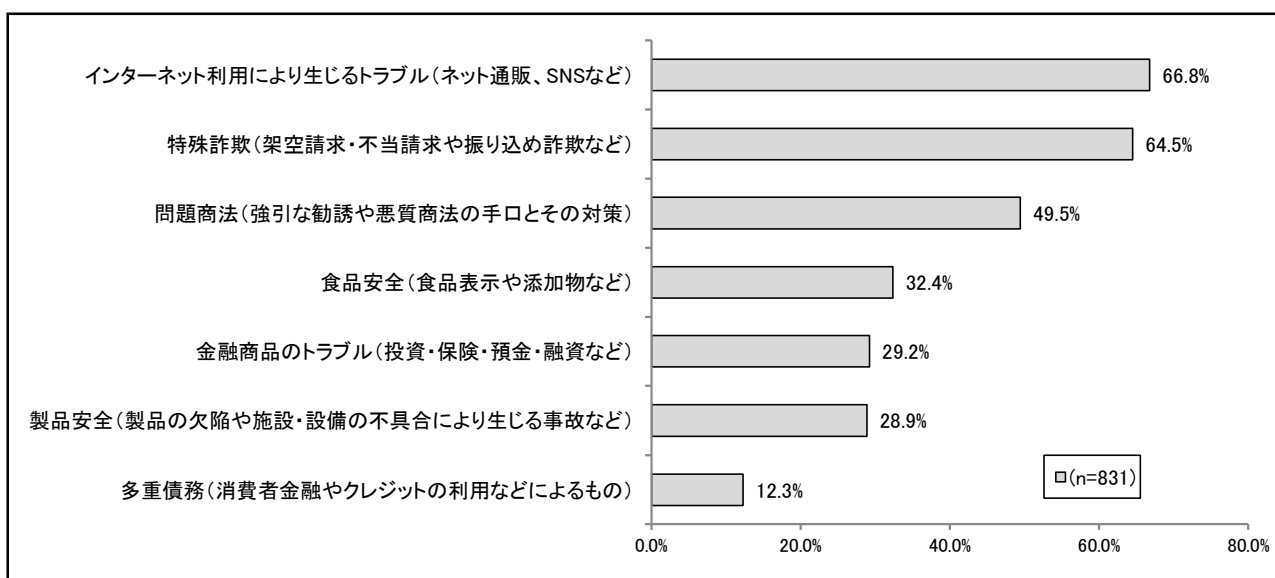
図表 13 消費者トラブルへの関心度（全体）



図表 14 消費者トラブルへの関心度（年代別）



図表 15 関心のある消費者トラブルの内容



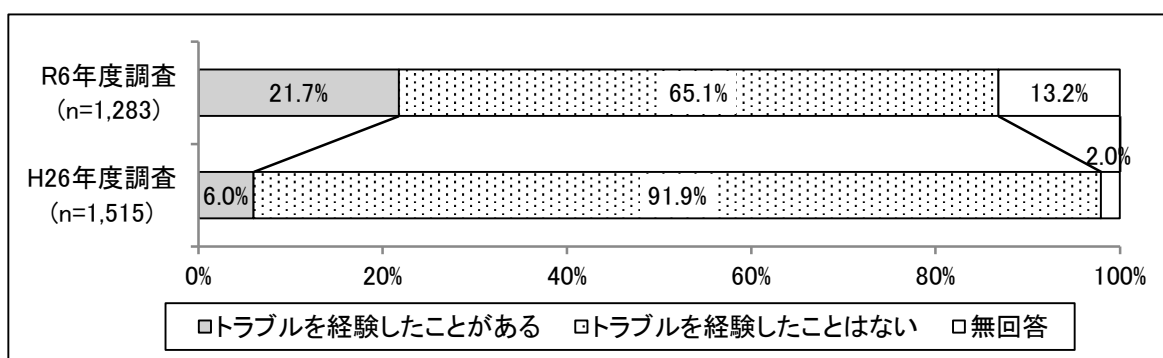
(2) 消費者トラブルの経験

① 消費者トラブルの経験の有無とその内容

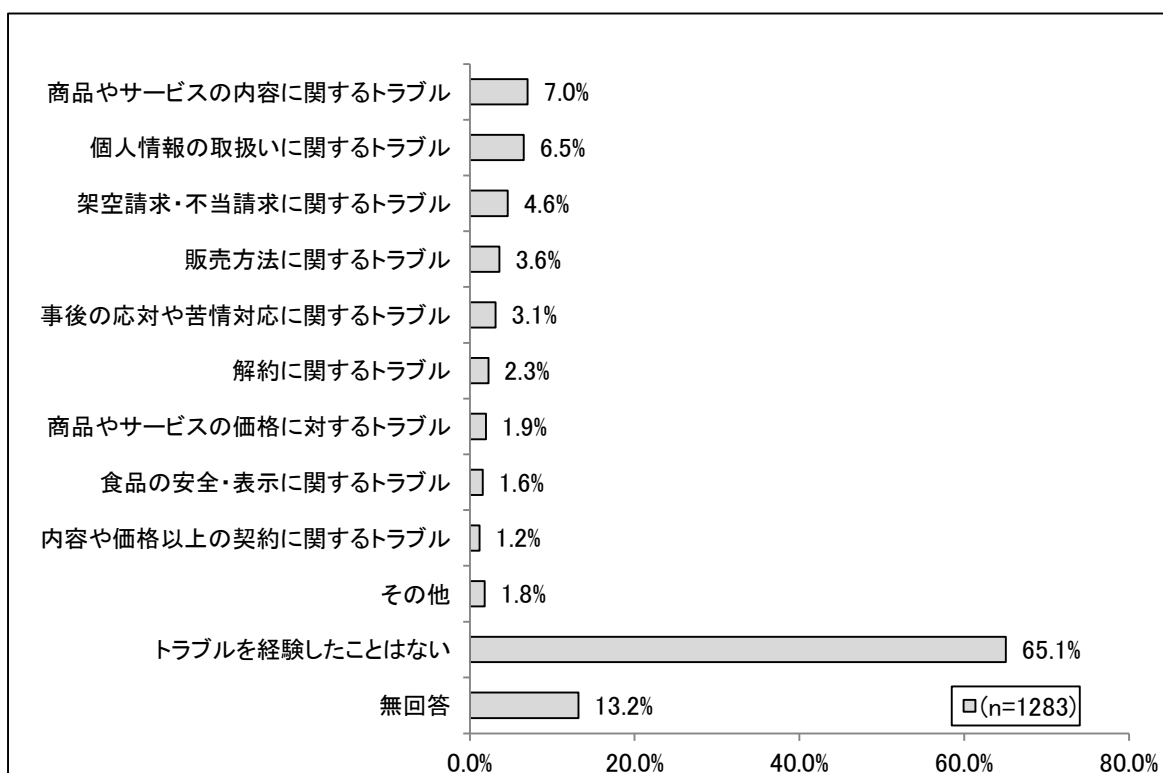
消費者トラブルの経験の有無については、21.7%の方が「経験したことがある」と回答しており、平成26年度に実施した調査と比較して15.7ポイント増加しています。

具体的な消費者トラブルの内容としては、「商品やサービスの内容に関するトラブル」の割合が7.0%で最も高く、次いで「個人情報の取扱いに関するトラブル」(6.5%)、「架空請求・不当請求に関するトラブル」(4.6%)などが続いています。

図表 16 消費者トラブルの経験（経年比較）



図表 17 経験した消費者トラブルの内容



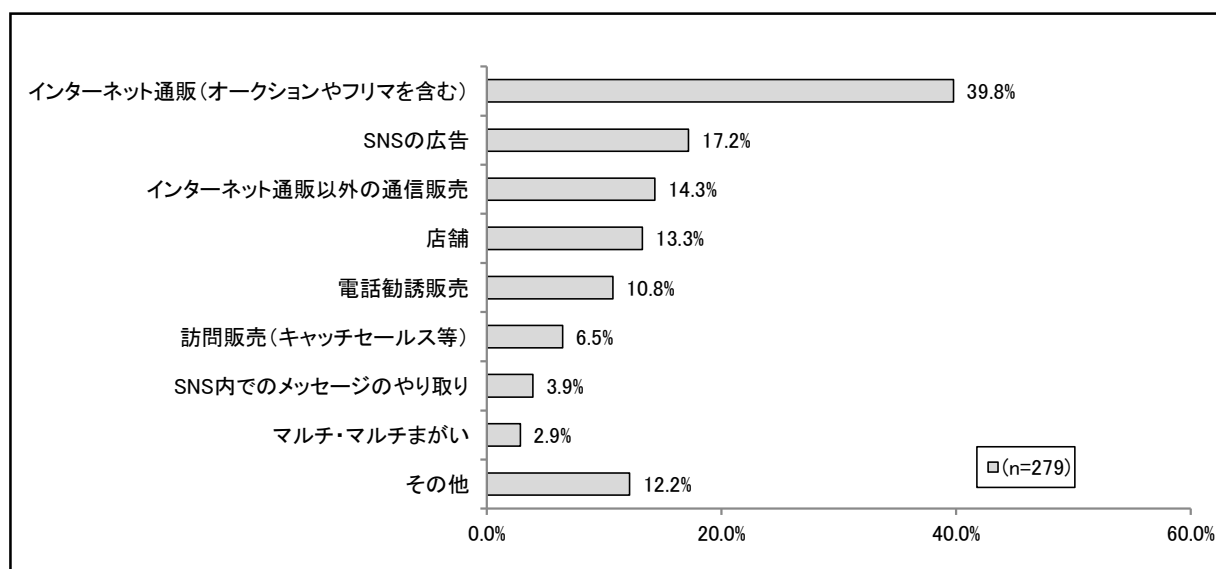
② 消費者トラブルの原因となったきっかけ

消費者トラブルの原因となったきっかけは、「インターネット通販（オークションやフリマを含む）」の割合（39.8%）が最も高く、他を大きく上回っています。

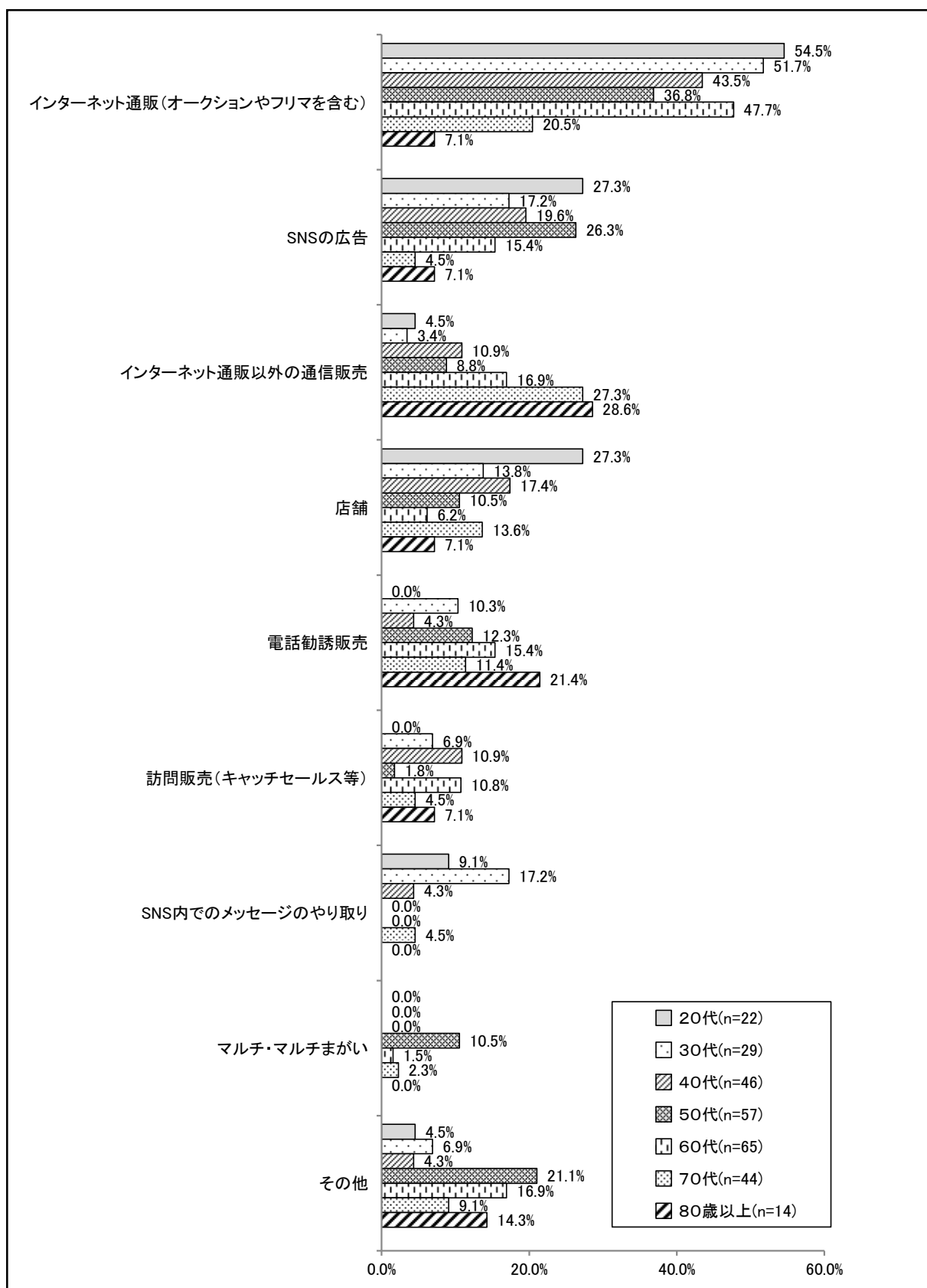
年代別では、「インターネット通販（オークションやフリマを含む）」は、年代が低くなるほど割合が上昇する傾向となっています。

一方、「インターネット通販以外の通信販売」は、年代が高くなるほど割合が上昇する傾向となっています。

図表 18 消費者トラブルの原因となったきっかけ（全体）



図表 19 消費者トラブルの原因となったきっかけ（年代別）



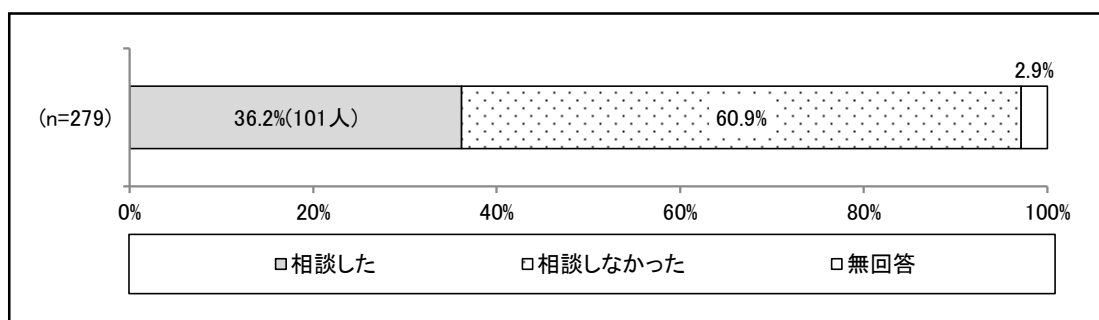
18～19歳は(n=1)のため分析省略

③ 消費者トラブルの相談経験の有無と相談先

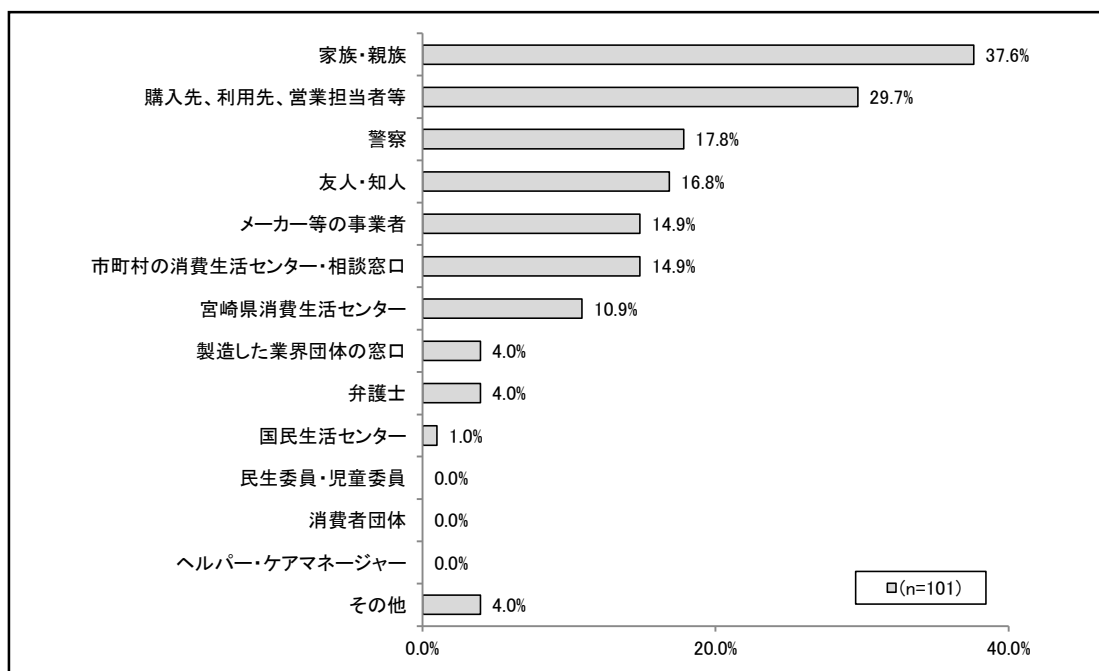
消費者トラブルの経験がある人（279 人）の中で、「相談した」の割合が 36.2%で、「相談しなかった」（60.9%）より低くなっている。

また、消費者トラブルの相談先は、「家族・親族」の割合が 37.6%で最も高く、次いで「購入先、利用先、営業担当者等」（29.7%）などが続いています。

図表 20 消費者トラブルの相談経験の有無



図表 21 消費者トラブルの相談先

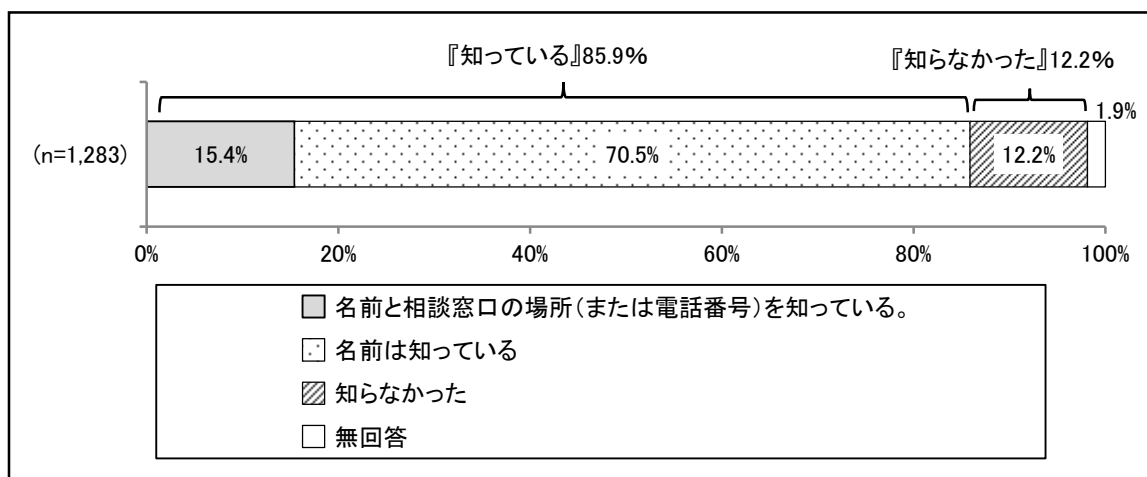


(3) 消費生活相談窓口について

① 宮崎県消費生活センターの認知度

宮崎県消費生活センターの認知度は、『知っている』（「名前と相談窓口の場所（または電話番号）を知っている：15.4%」と「名前は知っている：70.5%」の計）の割合が85.9%で、大多数となっています。

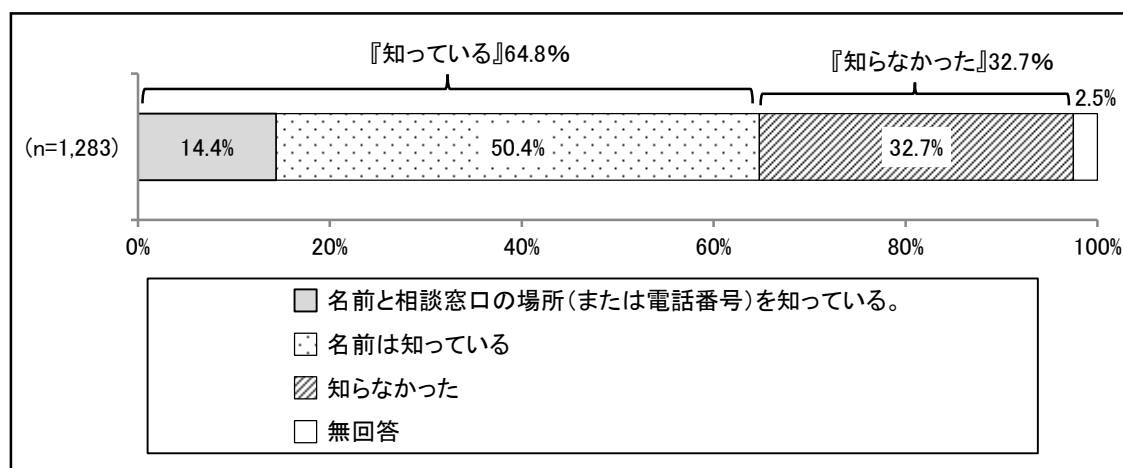
図表 22 県消費生活センターの認知度



② 居住市町村の消費生活相談窓口・消費生活センターの認知度

居住市町村の消費生活相談窓口・消費生活センターの認知度は、『知っている』（「名前と相談窓口の場所（または電話番号）を知っている：14.4%」と「名前は知っている：50.4%」の計）の割合が64.8%となっています。

図表 23 居住市町村の消費生活相談窓口・消費生活センターの認知度



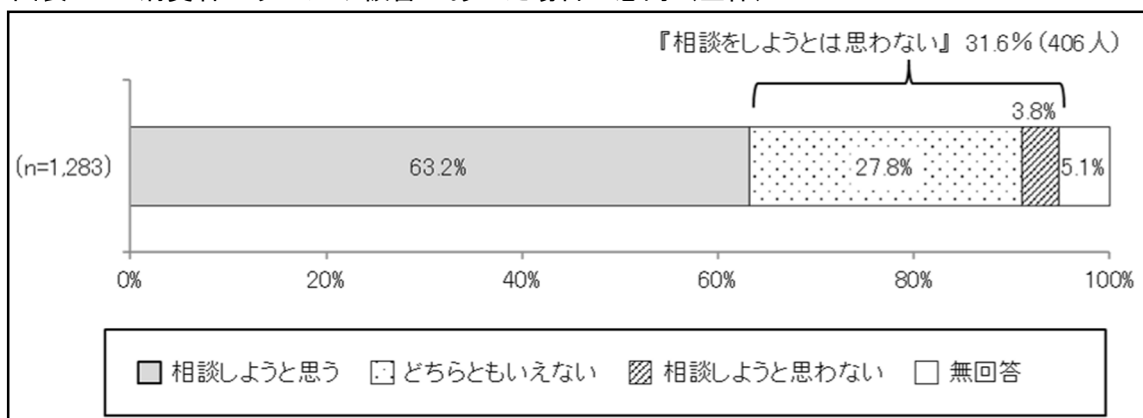
③ 消費者トラブルや被害にあった場合の意向

消費者トラブルや被害にあった場合の意向は、「相談しようと思う」の割合が63.2%で、『相談をしようとは思わない』（「どちらともいえない：27.8%」と「相談をしようと思わない：3.8%」の計）（31.6%）の2倍となっています。

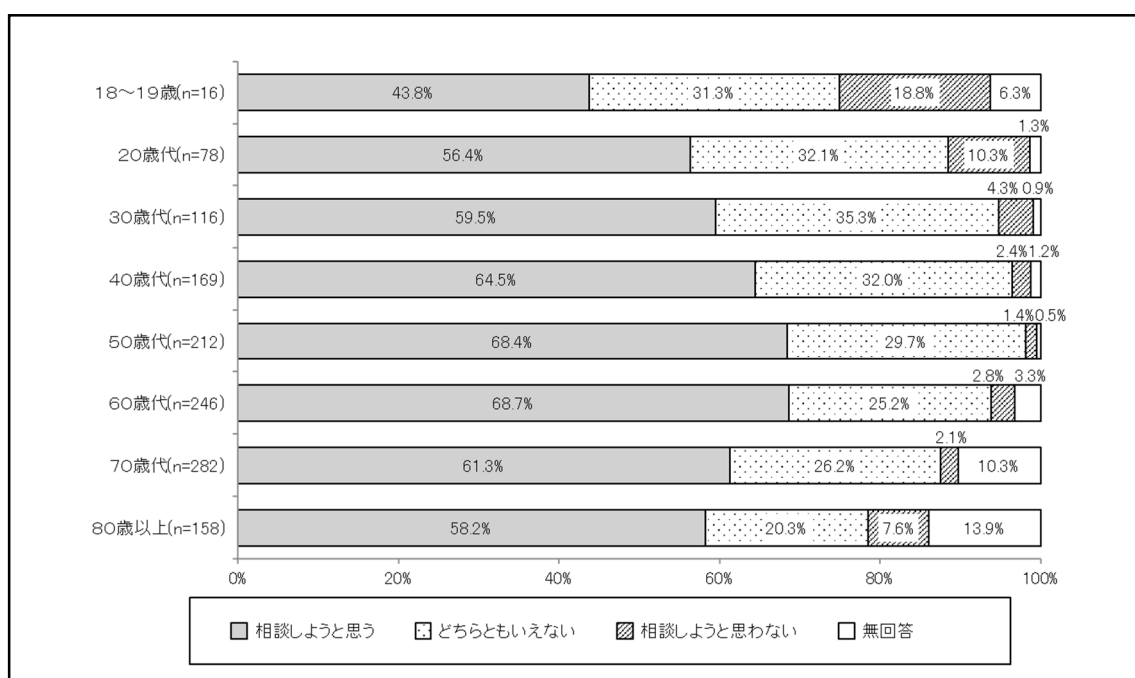
年代別では、「相談しようと思う」の割合は、20歳代以下が5割前後で、他の年代より低くなっています。

また、『相談をしようとは思わない』人（406人）の中で、相談をしない理由は、「相談先が、どのようなことをしてくれるのかわからないから」の割合が48.8%で最も高く、次いで「何を相談できるのか詳しく知らないから」（39.7%）、「相談しても解決しないと思うから」（27.1%）などが続いています。

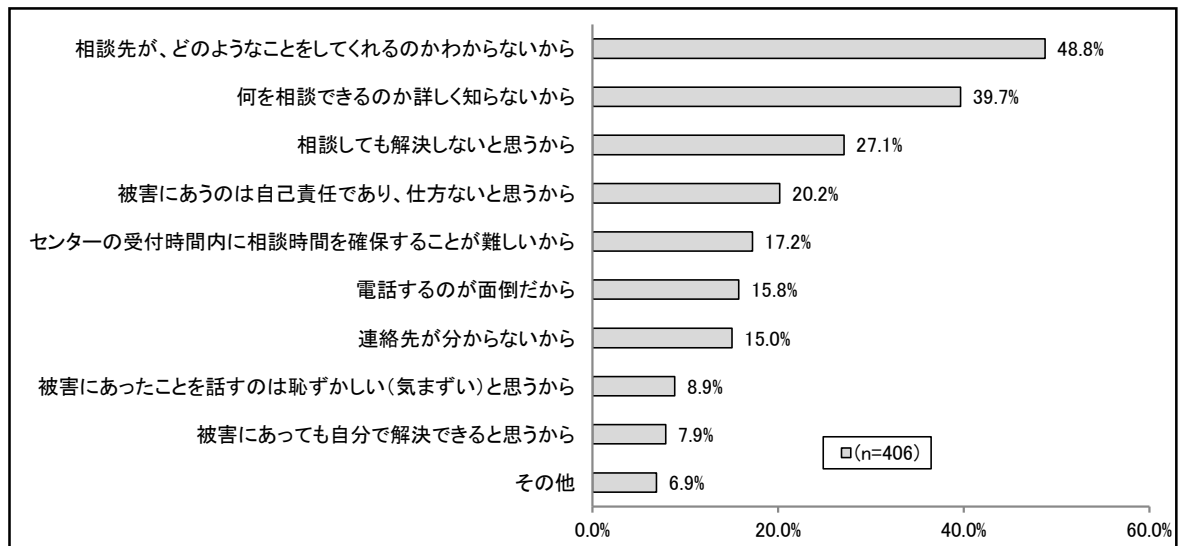
図表 24 消費者トラブルや被害にあった場合の意向（全体）



図表 25 消費者トラブルや被害にあった場合の意向（年代別）



図表 26 相談をしようとは思わない理由



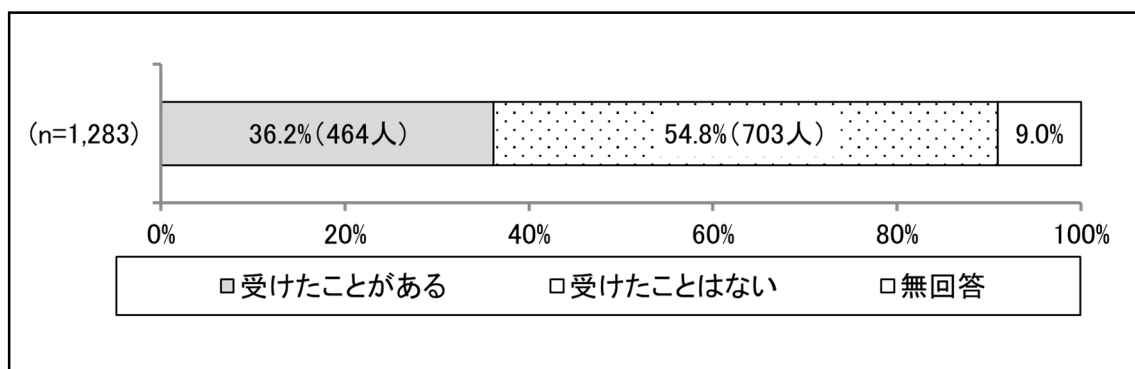
(4) 消費者問題に関する学習の機会

① 消費者教育の受講経験の有無とその内容

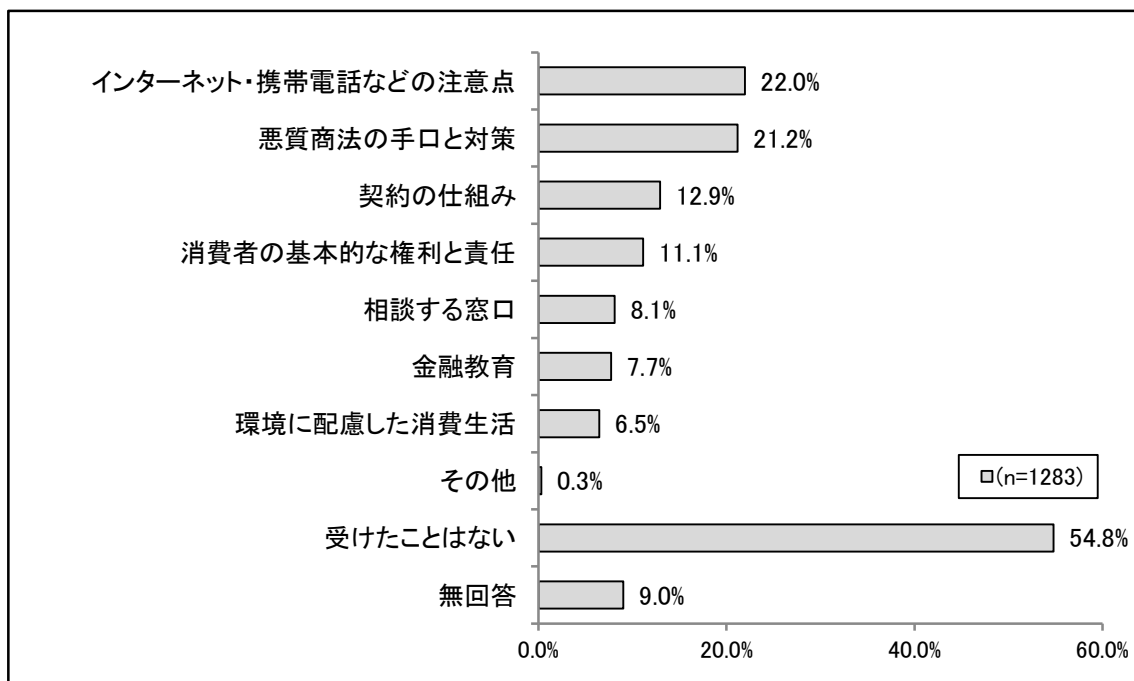
消費者教育の受講経験の有無について、「受けたことがある」の割合は36.2%で、「受けたことはない」(54.8%)を下回っています。

「消費者教育を受けたことがある」と回答した人の内容については、「インターネット・携帯電話などの注意点」の割合が22.0%で最も高く、次が「悪質商法の手口と対策」(21.2%)となっています。

図表 27 消費者教育の受講経験の有無



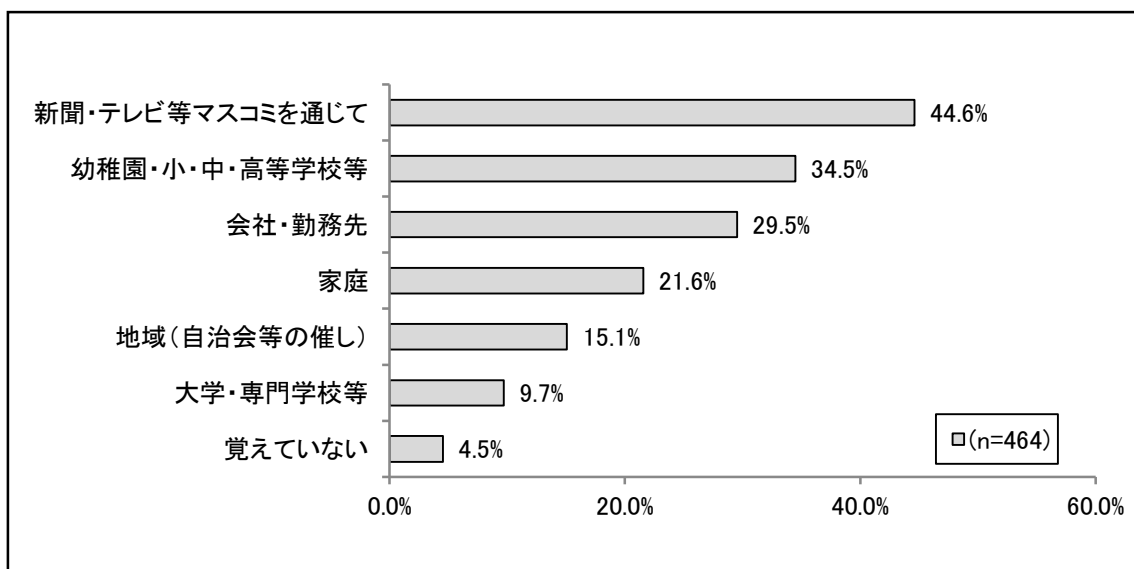
図表 28 受けたことのある消費者教育の内容



② 消費者教育を受けた場

「消費者教育を受けたことがある」と回答した人が挙げた消費者教育を受講した場は、「新聞・テレビ・マスコミを通じて」の割合が 44.6%で最も高く、次いで「幼稚園・小・中・高等学校等」(34.5%)、「会社、勤務先」(29.5%)となっています。

図表 29 消費者教育を受けた場

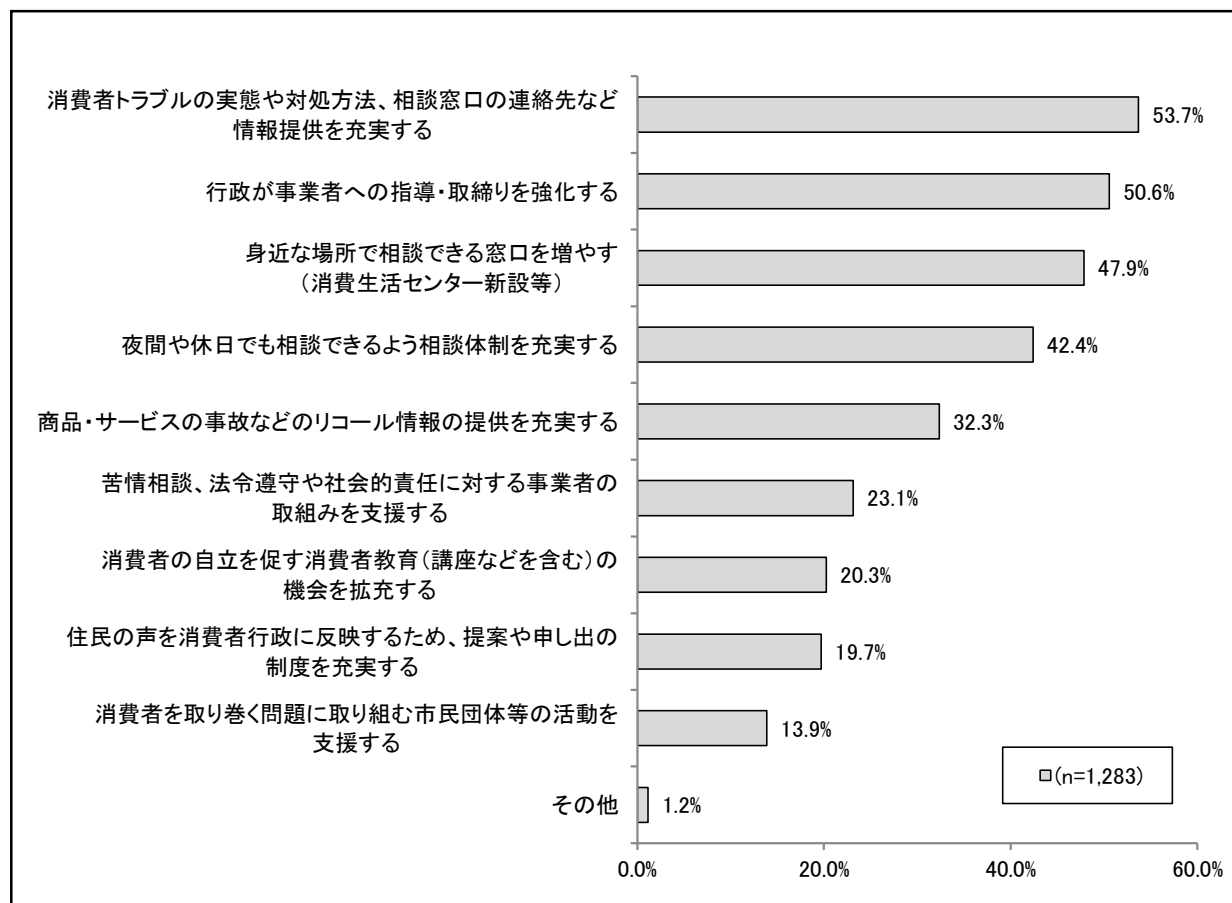


(5) 消費者問題に対して望む施策

① 消費者トラブルに対する取組として行政に望むこと

消費者トラブルに対する取組として行政に望むことは、「消費者トラブルの実態や対処方法、相談窓口の連絡先など情報提供を充実する」(53.7%)、「行政が事業者への指導・取締りを強化する」(50.6%)を挙げた人の割合がそれぞれが約5割となっています。

図表 30 消費者トラブルに対する取組として行政に望むこと



4 今後取り組むべき主な課題

本章「1 消費者を取り巻く環境の変化」、「2 本県における消費生活相談の現状」及び「3 消費生活に関する県民の意識」を踏まえ、今後県民の消費生活の安定及び向上を実現するために県が取り組むべき主な課題は、次のとおりです。

(1) 消費者トラブルの未然防止

県内の年間の相談件数は約1万件で推移しています。また、消費者トラブルにあった人の割合は、前回調査(平成26年度調査)の6.0%から、今回の県民意識調査では21.7%と、15.7ポイント増加しました。

商品・サービスの安全性や適正な取引の確保、法令に基づく事業者の指導に取り組むとともに、消費生活を営む上で特に配慮を要する消費者への見守り活動や相談体制の充実、消費者教育等の消費者施策を総合的かつ計画的に推進していくことが必要です。

(2) 地域の見守り体制の構築

本県は、高齢化率及び高齢者の単身世帯率が高く、今後もさらに上昇していくと予想されています。家族や地域の中で身近に相談できる人がいない場合、消費者トラブルに巻き込まれやすだけでなく、被害が拡大・深刻化することも懸念されます。

このような状況から、消費生活上特に配慮を要する消費者の被害の未然防止のためには、本人や家族等に対しての注意喚起や啓発等に加え、地域の中で自治会、民生委員・児童委員、福祉団体、民間事業者、警察等が連携して見守っていく見守りネットワークの設置促進と活性化支援が必要です。

(3) 相談体制の充実強化

県民意識調査では、トラブルを経験した県民の約60%がインターネットを通じた消費者トラブルでした。

相談内容の複雑化・多様化や消費生活のデジタル化の進展等に迅速・的確に対応するためには、相談員のスキルアップに努めていくことが必要です。

また、どこの地域に住んでいても質の高い消費生活相談が受けられる体制を整備することが重要であり、県と市町村が連携した消費生活相談体制の充実が求められています。

(4) 消費者教育の推進・担い手確保

県民意識調査では、「消費者教育を受けたことがある」と認知している人の割合は約 36%にとどまっています。

県民が安心して消費生活を営むことができる社会の実現のためには、「自ら考え行動する」自立した消費者の育成が不可欠です。

そのためには、学校、地域、家庭、職域等ライフステージに応じた様々な教育の場を活用して、効果的な消費者教育を行っていくとともに、消費者教育の担い手を確保・育成していく必要があります。

(5) 持続可能な社会の実現

SDGs 達成に向け、現在、国や地方公共団体、事業者や消費者団体等は、取組を進めています。その中で、消費者の活動規模は、経済社会活動全体の中で大きな割合を占めており、経済の持続的な発展のために消費者政策や消費者の果たすべき役割は小さくありません。

このため、消費者には、エシカル消費などの人や環境等に配慮した行動を推進する必要があります。

一方、事業者には、消費者全体の視点に立ち、健全な市場の担い手として消費者の信頼を獲得するとともに、持続可能で望ましい社会の構築に向けて、社会的責任を自覚して事業活動を行う消費者志向経営を推進していく必要があります。

第3章 消費者施策の方向性と展開

1 基本理念

宮崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例（第3条）で掲げている「消費者の権利の尊重」及び「消費者の自立支援」を基本理念とします。

2 目指す姿

県民が安心して豊かな消費生活を営むことができる社会

安全・安心な消費生活は県民の暮らしの基本であり、最低限守られるべきものです。また、消費者が社会の担い手としての自覚と責任を持ち、適切な消費行動を実践することが重要です。

そのため、消費者の権利の尊重と自立の支援を基本理念とし、県民が安心して豊かな消費生活を営むことができる社会の実現を目指します。

3 基本方針

本計画では、前述の基本理念および目指す姿の実現に向けて、また、消費者を取り巻く現状等を踏まえた消費者施策を推進するための基本的な方向として、次の3つの基本方針を掲げ、計画の着実な推進を図ります。

基本方針1 安全で安心な消費生活の確保

商品・サービスの安全性や適正な取引の確保、法令に基づく事業者の指導に取り組むとともに、消費生活を営む上で特に配慮を要する消費者への見守り活動を推進します。

基本方針2 消費者被害の防止と救済

消費生活のデジタル化の進展等の環境の変化に伴う相談内容の複雑化・多様化に対応できるよう、県消費生活センターは中核センターとしての機能強化を図り、相談体制等の強化を進めるとともに、住民にとって身近な相談窓口である市町村の相談体制の充実強化に対する支援等を推進します。

基本方針3 自ら考え行動する消費者の育成

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、消費者教育を行う担い手の育成を図ります。また、持続可能な社会の実現に向け、人や環境等に配慮した消費行動を推進します。



基本方針 1 安全で安心な消費生活の確保

(1) 消費者の安全・安心の推進

【施策の方向性】

安全で安心な消費生活を確保するためには、誰もが不安なく商品・サービスの提供を受け、安全に利用できることが必要不可欠です。

また、商品・サービスそのものが安全で安心なものであることに加え、適切な取引と商品選択の機会が確保されることも重要です。消費者と事業者間の情報量の格差から生じる消費者トラブルも多く、消費者が自主的かつ合理的に商品やサービスを選択する上で重要な情報となる表示や広告は正しく適切に行われる必要があります。

このため、各種法律に基づく事業者に対する監視、立入検査及び指導等により商品・サービスの安全・安心の確保を図るとともに、消費者事故等の発生時には、被害が拡大しないよう消費者に対して迅速かつ正確な情報提供を行います。

【施策の具体的内容】

① 商品、サービス、食品の安全確保

(商品、サービス等の安全確保)

消費者安全法に基づき、県内の消費生活相談に寄せられた商品及び役務に関する重大事故等の情報を集約し、消費者庁に通知します。

また、消費者庁等から提供される消費者事故、リコール製品に関する情報を広く収集し、速やかに市町村や関係各課に共有するとともに、県ホームページ等を通じて消費者への情報提供を行います。

県民が安心して商品やサービスを利用できるよう、危害を及ぼすおそれのある商品等については、国民生活センター等の専門機関を通じた商品テストを行い、商品の安全性担保に努めます。また、販売事業者に対しては、消費生活用製品安全法等の関係法令に基づく立入検査及び指導を行い、製品の事故による危害の防止に努めます。

(食品の安全・安心確保)

食の安全・安心の確保については、「宮崎県食の安全・安心推進計画」に基づき、生産から消費までの各段階における食の安全・安心確保に向けた取組を推進するために、食品の安全性や表示についての監視指導、食品検査等を行います。

(適正な事業活動促進のための指導)

各業種の営業に関する法律を厳正に適用し、県内の様々な業種の事業者に対する監視、立入検査及び指導等を徹底します。

② 規格、表示、取引の適正化

（商品等の規格・表示等の適正化）

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（以下「景品表示法」という。）、家庭用品品質表示法、食品表示法等の関係法令に基づく調査及び指導等を行い、適正な表示の確保に努めます。

（取引の適正化）

消費者と事業者との間の公正な商取引を確保し、消費者が適切な商品やサービスの選択ができ、消費者被害を防止するため、法令に違反する行為を行っている事業者や、特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）等の法令についての認識が不十分なまま法令違反のおそれのある行為を行っている事業者に対しては、特定商取引法や条例等に基づき、事業者の監視、立入検査等を行います。

③ 安全・安心な消費生活の環境確保

（消費者の視点に立った事業活動の促進）

国が推進する「消費者志向経営」（事業者が消費者と共創・協働して社会的価値を向上させる経営）の取組について、普及啓発を行います。

（公益通報者保護制度の周知等）

県ホームページにより、公益通報の対象、通報先、通報の際の注意点などの周知を図るとともに、事業者に対しコンプライアンス経営の重要性、必要性について普及啓発を行います。

(2) 事業者に対する指導強化

【施策の方向性】

消費者が不利益を被るような不正・不当な取引や行為を行っている事業者に対しては、法令や条例に基づく監視及び指導を強化し、公正な商取引を確保します。

悪質な事案や県境を越えた広域的な違法行為に対応するため、警察や九州各県等と連携して対応し、消費者が安心して取引できる市場の健全性を高めます。

【施策の具体的内容】

① 法令や条例に基づく指導、行政処分

不適正な取引行為や消費者を誤認させる不当な表示等を行う事業者に対して、特定商取引法、景品表示法及び条例に基づき、警察とも連携しながら、立入調査等を行い、必要に応じて指導・行政処分を実施します。

② 関係機関との情報共有や連携体制の強化

県境を越えて広域的に違法行為を行っている悪質事業者への対応や効果的な指導・取締りについては、九州・沖縄地域特商法関係機関連絡会議等を通じて、国及び九州各県と情報交換し、連携強化を図ります。

また、悪質商法対策連絡会等を通じて県内の悪質な事案の把握を行うとともに、悪質事業者に厳格に対応するため警察との連携に努め、悪質事業者の処分・指導に取り組めます。

（３）地域における見守り活動の推進

【施策の方向性】

加齢や障がい、認知症等により判断力が低下した人や、相談相手がいないため周囲の目が届きにくい単独世帯の高齢者については、消費者被害の拡大や深刻化が懸念されることから、地域における見守り体制を構築することが重要です。

市町村や関係団体と連携して、各種コミュニティや施設等において、高齢者や障がい者、見守りの担い手等に対し、出前講座等を通じて消費者トラブルに関する知識の普及啓発や注意喚起に取り組みます。

また、高齢者や障がい者など消費者トラブルにあいやすい人を地域全体で見守る体制を構築・強化するため、市町村における消費者安全確保地域協議会³の設置を促進し、誰もが安心して消費生活を営むことができるような地域の体制構築を推進します。

【施策の具体的内容】

① みやざき地域見守り応援隊の取組推進

県では、県内の消費者安全の確保のための取組を効果的かつ円滑に行うことを目的とし、令和６年４月に警察、福祉関係団体、金融機関、事業者等で組織する「みやざき地域見守り応援隊」を消費者安全法上の消費者安全確保地域協議会として位置づけ、構成団体に対して、消費者トラブルに関する情報を提供してきました。

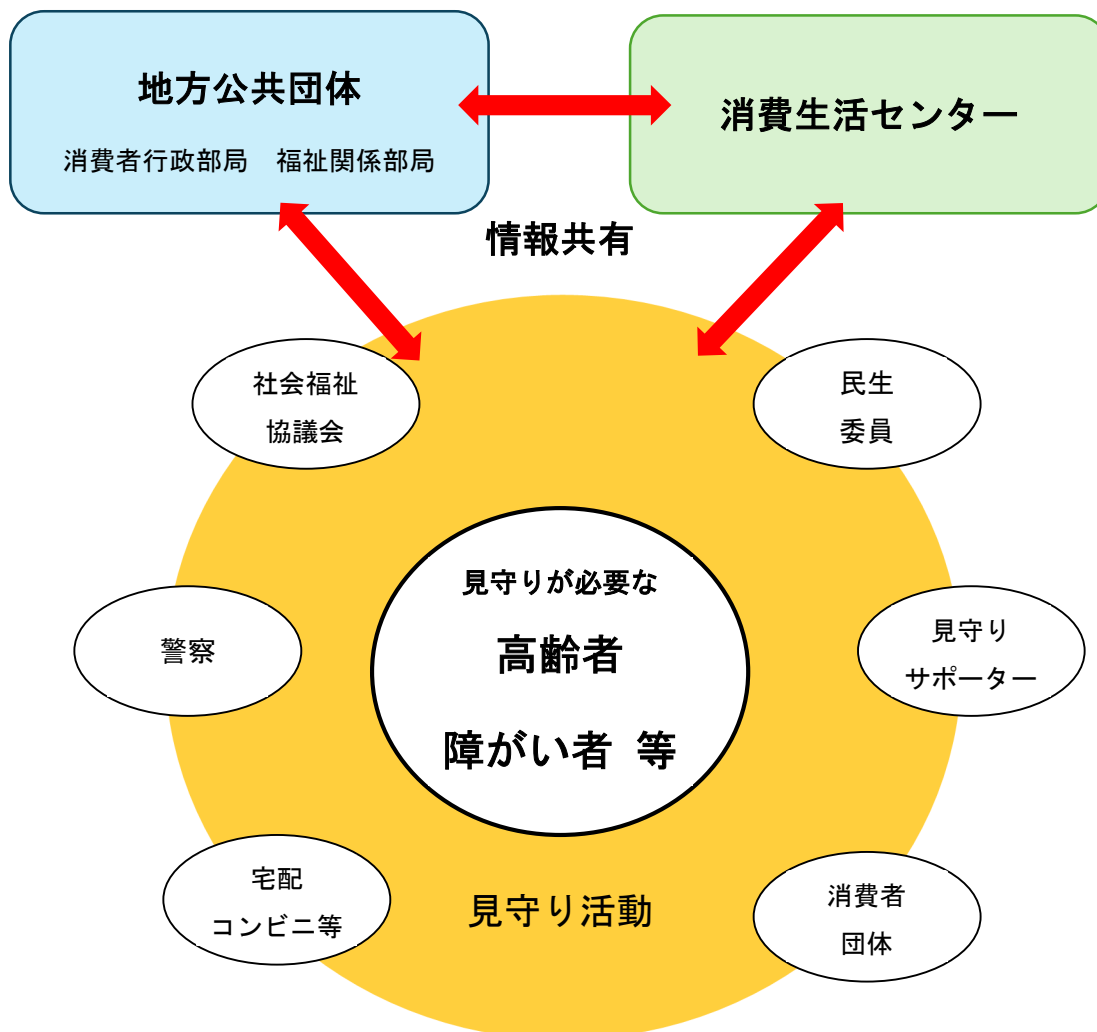
今後も「みやざき地域見守り応援隊」を活用し、福祉関係団体等と連携を図りながら、高齢者、障がい者等の啓発や見守り活動を推進していきます。

② 市町村推進体制の整備促進

市町村における福祉や防災分野などの既存のネットワークを活用した消費者安全確保地域協議会の設置を働きかけ、市町村の見守り活動の体制整備の促進を図ります。

³ 平成 26 年 6 月の消費者安全法(平成 21 年法律第 50 号)の改正により、高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった方の消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行う「消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)」を設置できることが規定された。

図表 31 消費者安全確保地域協議会のイメージ図



基本方針２ 消費者被害の防止と救済

（１）県と市町村が連携した消費者問題解決力強化

【施策の方向性】

商品やサービスの取引形態や決済手段の複雑化、新たな手口の悪質商法の発生等に伴い、消費者から寄せられる相談は、年々、複雑化・多様化しており、今後もその傾向は続くと思われます。このような状況において、消費者被害を防止し、また発生した消費者被害を解決・救済していくために、県民が「どこに住んでいても質の高い相談や救済」を受けられ、県民の安全・安心が確保される体制の整備が必要です。

このため、住民にとって最も身近な地方公共団体である市町村消費生活センターや相談窓口は、住民からの消費生活相談に対応できるよう相談体制の充実強化を図ります。

さらに、県消費生活センターが、高度・広域的な相談に対応するとともに、市町村への助言や情報提供を行うなど、本県における中核センターとしての役割を十分に果たせるよう、県消費生活センターの機能強化を図ります。

このように、県と市町村が適切な役割分担の下で連携することで、県全体の消費者問題解決力を強化し、持続可能な消費者行政を推進します。

県と市町村の役割分担の方向性

【県】

- ・ 広域的な影響が及ぶ事案の対応
- ・ 高度な専門性を必要とする事案の対応
- ・ 市町村支援の強化
- ・ 消費者教育・啓発の充実
- ・ 相談員の人材確保や育成

【市町村】

- ・ 住民にとって最も身近な相談窓口
- ・ 地域住民への啓発、高齢者等の見守り
- ・ 相談員の人材確保や育成

【施策の具体的内容】

① 県消費生活センター相談体制の充実強化

県消費生活センターは県内相談窓口の中核センターとして、相談体制のより一層の充実が求められます。県内の相談情報を一元的に集約・分析し、必要に応じて迅速な注意喚起に努めます。また、相談や苦情の適切かつ迅速な解決に向けて、助言やあっせん⁴等を行う体制の充実・強化を図ります。

（専門性の向上）

消費生活相談窓口の相談機能の高度化・専門化を図り、県消費生活センターを本県における中核センターとして強化していきます。そのため、消費者庁、国民生活センター等が実施する専門性の高い研修への積極的な参加を通じて相談技術や専門性を一層向上し、消費生活相談員等の資質向上を図ります。

また、必要に応じて国民生活センターや弁護士等の専門家との連携により解決困難事案への対応に努めます。

（相談内容の分析を踏まえた注意喚起）

県の中核センターとして、県内の消費生活センター等の相談情報を一元的に集約・分析し、市町村等の関係機関に情報提供するほか、県民へのタイムリーな情報提供・注意喚起や、事業者指導の着実な実施につなげることで、消費者被害の未然防止・拡大防止を図ります。

（相談や苦情の適切かつ迅速な解決）

消費者からの相談や苦情の申出に対しては、適切かつ迅速な解決に向けて、助言やあっせん等を行います。あっせん不調となった場合や、県消費生活センターでは解決が困難な事案については、弁護士等へつなぐなどの確に対応します。

② 市町村相談体制充実強化の支援

市町村は、住民にとって最も身近な行政機関であり、誰からも相談しやすい相談窓口として、住民からの消費生活相談に対応できるよう相談体制の充実強化を図る必要があります。

これまで、県では、地方消費者行政強化交付金等を活用しながら、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。

⁴ 消費者と事業者との間の情報量や交渉力の格差を補うため、両者の間に入ってトラブルの解決に向けた支援をすること。

引き続き、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、県民がどこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる体制が維持・拡充されることを目指し、市町村消費者行政の着実な実施に向け、支援していきます。

（市町村への技術的支援）

県消費生活相談員による市町村消費生活センター・相談窓口への巡回訪問、困難事案に係る経由相談の対応、OJT指導などにより、市町村の相談体制を支援します。

（相談対応力の向上支援）

市町村消費生活相談員等のレベルアップを図るため、研修会や弁護士による法律研究会を実施します。なお、研修会等の開催にあたっては、オンラインによる開催や録画配信に努め、遠隔地の市町村相談員等が研修を受講しやすい環境を整えます。

③ 消費生活相談窓口の積極的な広報

県民意識調査において、相談窓口の認知度は、「名前と相談窓口の場所（または電話番号）を知っている」または「名前は知っている」と回答した人は、県消費生活センターが85.9%、居住市町村の消費生活センター・相談窓口が64.8%でした。

引き続き、消費生活センター等が住民に身近な相談窓口として定着するため、消費者ホットライン188や消費生活センターの役割及び利用方法等について、新聞・テレビ・ラジオ等のマスメディアやSNSなど、多様な媒体を活用し、様々な機会を捉えて広く県民に周知・広報します。

④ 相談を担う人材の確保及び資質向上

平成28年4月に施行された改正消費者安全法では、消費生活相談員の職及び任用要件等が位置付けられるとともに、国家資格が創設されるなど、相談員の社会的地位が大幅に向上しました。一方で、近年は相談員の確保が困難であることや、相談員の高齢化が課題となっています。

新聞、ホームページ、SNS等の広報媒体を活用して、消費生活相談員の重要性や魅力・やりがいを含む業務内容を発信するとともに、消費生活相談員の確保のため、消費者庁が行う人材確保に向けた施策等について、広く県民への周知を図ります。加えて、資格保有者等の情報を消費生活相談員人材バンクに登録し、相談員の採用を希望する市町村へ情報提供を行います。

さらに、デジタル化の急速な進展などにより、複雑化・多様化する様々な事案に臨機応変に対応するため、国民生活センター等が実施する研修会への参加促進や、弁護士や外部の専門家による研修等の実施により、相談員のレベルアップに努めます。

（２）消費者ニーズに対応した相談体制の充実

【施策の方向性】

国とともに、消費生活相談のデジタル化を推進し、デジタル技術を活用した相談方法を拡充するなど、消費者の利便性の向上を図ります。

消費者には、年齢・国籍・障がいの有無等の様々な特性があることから、誰一人取り残さない相談体制のあり方について検討し、消費者の多様な特性に応じた相談体制の充実に取り組みます。

【施策の具体的内容】

① 消費生活相談業務のデジタル化の推進

国が進めるPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）の刷新による消費生活相談のデジタル化に対応することで、消費者の利便性向上や相談業務の改善に向けて取り組みます。また、電話相談対応以外にも、デジタル技術を活用した誰もが利用しやすい相談環境の整備を検討します。

② 多様な消費者に対応する相談体制の充実

若者や高齢者、障がい者、外国人など様々な消費者からの複雑・高度な相談・あっせんに対応するため、消費生活相談員の国民生活センター等の研修への積極的な参加を通じて相談技術や専門性の一層の向上を目指します。

また、外国人の消費者トラブルについては、必要に応じてみやざき外国人サポートセンター、国民生活センター等と連携した対応を行います。

さらに、電話相談が困難な聴覚に障がいがある消費者に対しては、筆談やメールを活用するなど、関係福祉団体と連携しながら障がいの特性に配慮した相談対応を行います。

（３）関係機関・団体等との連携強化

【施策の方向性】

消費生活相談を総合的・一体的に推進するため、県や市町村のみならず、警察や弁護士会等の専門的知識を有する団体等と連携して消費者被害の未然防止や早期解決への支援に取り組みます。

【施策の具体的内容】

（弁護士会等との連携）

消費生活相談の中には、契約の解除・取消しなど、専門的な法律知識を必要とする事案が含まれます。これらの課題に適切に対応するためには、弁護士や司法書士等専門家との連携が不可欠です。

無料弁護士相談会の実施など弁護士会等と連携して、法的助言や対応を迅速かつ的確に提供できる体制を整備します。

（特殊詐欺等被害防止のための警察等関係機関との連携強化）

県内では、被害者の心理的動揺等に乗じてだますニセ警察詐欺や架空料金請求詐欺、SNS等により交信を重ねてだますSNS型投資・ロマンス詐欺等の特殊詐欺被害が急増しています。県民意識調査においても、特に高齢者の特殊詐欺等への関心度が高い傾向にありました。特殊詐欺等の被害防止に向け、警察と緊密に情報交換を行いながら、ホームページやSNS等を活用し、多様化する詐欺の手口についてタイムリーな情報発信に努めます。

（多重債務者対策）

県内の多重債務に関する相談は、一時（ピークは平成22年度）と比べ落ち着いているものの、多額の借入残高を有する債務者は、現在も相当数存在し、依然として継続的に多重債務者対策を講じていく必要があります。

宮崎県多重債務者対策協議会構成団体との連携を図りながら、多重債務者の相談窓口の周知徹底を図るほか、ワンストップ相談会を実施し、多重債務者のこころのサポートによる自殺防止等の対策を進めます。

また、多重債務に陥る一因であるギャンブル等依存症対策を推進します。

基本方針 3 自ら考え行動する消費者の育成

(1) ライフステージに応じた消費者教育の推進

【施策の方向性】

県民が安心して消費生活を営むことができる社会の実現のためには、「自ら考え行動する」自立した消費者の育成が必要です。

そのためには、幼児期から高齢期までの生涯を通じ、学校や家庭、地域、職域等のライフステージに応じた様々な場を活用して、消費者教育を体系的かつ継続的に行うことが重要です。また、消費者には年齢、性別、障がいの有無のほか、消費生活に関する知識の量、就業の状態、居住形態、時間的余裕の有無、情報通信機器の利用状況等の特性があります。全ての消費者が、どこに住んでいても、生涯を通じて効果的な消費者教育を受けることができるよう、施策を推進していきます。

【施策の具体的内容】

① 学校等における消費者教育

(小学校、中学校、高等学校、特別支援学校における消費者教育の推進)

令和4年4月からの成年年齢引下げにより、18歳から「未成年者取消権」を行使できなくなったことから、若年者の消費者被害を防止し、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を育成するため、早い時期からの消費者教育の充実が求められています。

このことを踏まえ、平成29年及び30年に改訂された学習指導要領において、社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科などを中心に、消費者教育に関する教育内容の充実が図られており、県内の小・中・高等学校においては、次の指導内容に基づいた消費者教育に取り組みます。(図表32)

県消費生活センターでは、消費者教育に関する授業を効果的に行うことができるよう、学校現場のニーズに合った最新の消費生活情報の提供や、教材・出前講座の活用などにより学校における実践的な消費者教育を支援します。

図表 32 消費者教育に関する指導内容（学習指導要領に基づいて作成）

区分	教科	消費者教育に関する主な指導内容 ※下線部は改訂における主な充実箇所
小学校	社会科	・ <u>販売の仕事が消費者の多様な願いを踏まえ売り上げを高めるよう、工夫して行われていること</u> ・ 社会生活を営むうえで大切な法やきまり
	家庭科	・ <u>買い物の仕組みや消費者の役割</u> ・ <u>売買契約の基礎</u> ・ 物や金銭の大切さと計画的な使い方 ・ 身近な物の選び方、買い方を考え、工夫すること ・ 環境に配慮した生活について物の使い方などを考え、工夫すること
中学校	社会科 〔公民的分野〕	・ 社会生活における物事の決定の仕方、きまりの役割、法の意義 ・ 契約の重要性やそれを守ることの意義及び個人の責任 ・ 金融などの仕組みや働き ・ 市場経済の基本的な考え方 ・ <u>個人や企業の経済活動における役割と責任</u> ・ 消費者の保護と、その意義 ・ 消費者の自立の支援なども含めた消費者行政
	技術・家庭科 〔家庭分野〕	・ <u>購入方法や支払い方法の特徴</u> ・ <u>計画的な金銭管理の必要性</u> ・ <u>クレジットなどの三者間契約</u> ・ <u>売買契約の仕組み</u> ・ <u>消費者被害の背景とその対応</u> ・ 物資・サービスの選択に必要な情報を活用して購入について考え、工夫すること ・ 消費者の基本的な権利と責任、自分や家族の消費生活が環境や社会に及ぼす影響 ・ <u>自立した消費者としての責任ある消費行動を考え、工夫すること</u> ・ 環境に配慮した消費生活を考え、実践できること
高等学校	公民科	・ 法や規範の意義及び役割 ・ <u>多様な契約及び消費者の権利と責任</u> ・ 市場経済の機能と限界 ・ 金融の働き
	家庭科	・ 家計の構造や生活における経済と社会との関わりや家計管理 ・ 生涯を見通した生活における経済の管理や計画及びリスク管理 ・ 消費生活の現状と課題、消費行動における意思決定の重要性 ・ 契約（売買契約ほかに多様な契約）の重要性、消費者保護の仕組み ・ 生活情報を活用し、適切な意思決定に基づいて行動することや責任ある消費について ・ 生活と環境との関わりや持続可能な消費、持続可能な社会へ参画することの意義 ・ 持続可能な社会を目指して主体的に行動できるよう、安全で安心な生活と消費について

(大学等における消費者教育の推進)

大学等においては、社会経験の浅い学生が消費者トラブルにあわないための情報を周知するほか、成年として社会的責任を意識し、適切な意思決定や消費行動ができる消費者を目指した消費者教育が求められます。

このため、大学等に対し、消費者トラブル等に対する特に気をつけるべきポイントや事例のほか、契約に関するトラブルの対処方法などの情報を提供し、入学ガイダンス等の早い段階で、消費者問題に関する啓発が実施されるよう支援します。また、出前講座等の利用促進に努め、より効果的で実践的な消費者教育を推進します。

② 家庭、地域、職域における消費者教育

(家庭での消費者教育の推進)

家庭では、金銭管理や物を大切に使うことをはじめ、携帯電話やインターネットの正しい使い方や危険性などについて子どもに身に付けさせることや、学校教育等での学びを生活の中で定着させる面からも、保護者による教育が重要です。

このため、地域や学校の保護者会・PTA活動等への出前講座の実施などにより、保護者が身近なところで学べる機会、また、子どもと共に学ぶことのできる機会の充実や情報提供に努めます。

また、同居している高齢者や障がい者などが消費者トラブルにあわないよう、家族が日常生活の中での注意喚起や見守りを行うために必要な情報の提供に努めます。

(地域での消費者教育の推進)

社会の高齢化の進展や家族形態の変化等に応じ、消費者被害にあいやすい高齢者等を地域で支えることが求められています。消費者教育についても、直接その方々に対する機会を設けるだけでなく、地域において、高齢者等の配慮を要する消費者を見守る立場の方々（民生委員や福祉関係者等）への消費者教育・啓発活動を行います。

学校教育で消費者教育が本格的に導入される以前の世代である中高年層の消費者相談も多いため、こうした方々への研修や啓発も大切です。

このため、自治会や老人クラブ向けの出前講座を市町村と連携しながら積極的に行います。なお、出前講座の内容等について県が持つノウハウの提供、他の優れた取組事例の情報提供や市町村職員研修会等の実施などにより、市町村の取組を支援していきます。

(職域での消費者教育の推進)

消費者教育の推進に関する法律では、事業者は従業員に対し、研修を実施し、又は事業者が行う講習会を受講させることなどを通じ、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されています。

また、就職して社会に出ると、主体的に消費活動を行う機会が増えますが、社会に出てから消費者問題を学ぶ場はあまり多くはないことから、事業者の従業者に対する消費者教育が重要です。

このため、職場研修等の場で県消費生活センター等が出前講座を実施するなど、職域での従業員に対する消費者教育を支援します。

一方、持続可能な社会の形成の観点から、事業者は、資源の有限性や顧客の声を活かした商品開発の重要性について教育を行う必要があることから、エシカル消費や環境に配慮した従業者を育成するために必要な情報提供を行います。

③ 若者への消費者教育

未成年者取消権を喪失した 18 歳、19 歳をはじめ、知識や社会経験、資力が乏しく、消費者トラブルに巻き込まれやすい若者への消費者教育の強化も一層重要となっています。

若者に多く見られるトラブルとして、SNS を介した悪質商法の勧誘や内職・副業に関する消費者トラブルが増加しており、対応が必要です。

このため、大学生や新入社員向けの出前講座の開催や、若者への訴求力の高い SNS を活用した啓発など、あらゆるチャネルを活用し、注意喚起と普及啓発を行うことで消費者トラブルの未然防止に努めます。

さらに、消費者トラブル発生時に早期解決を図るため、国民生活センターが運用する「消費者トラブルFAQ サイト」や消費生活センターの連絡先及び利用方法等について、積極的に周知を図ります。

④ 高齢者への消費者教育

高齢者が契約当事者の相談割合は、近年、全体の約 5 割を占めています。さらに、県民意識調査では、年齢が高くなると「消費者教育を受けたことがない」方の割合が高い傾向にあり、高齢者への消費者教育の強化がより一層重要となっています。

加齢による判断力や身体能力等の低下は個人によって差があることから、活動的な高齢者に対しては自ら消費者教育を学べる場所の提供、生活に支援が必要な高齢者に対してはその支援者（家族、福祉・介護従事者、民生委員等）など周囲で見守る方を通じた働きかけ等の取組が必要です。

高齢者本人への消費者教育は、老人クラブや自治会、公民館等の地域に密着した対応が有効であるため、市町村が主導して行う必要があります。

このため、市町村に対して出前講座のノウハウを共有する等、市町村が行う高齢者への消費者教育を支援します。

また、ホームページ等で、高齢者の消費者トラブルに多い手口の紹介や対処法、最新の消費者トラブルについての情報を提供するとともに、近年増加する特殊詐欺に対する注意喚起を行います。

さらに、消費者安全確保地域協議会の構成団体に対して消費者問題の積極的な情

報提供を行うとともに、高齢者を周囲で見守る立場の方々（民生委員等）に対する出前講座を実施し、高齢者に身近な福祉関係者の消費者トラブルに対する意識を高め、高齢者の消費者被害の未然防止に努めます。また、認知症などによって判断能力が十分でない高齢者を法律的に保護・支援する「成年後見制度」を必要とする人が、県内どの地域においても制度を利用できるよう、市町村支援及び普及啓発に取り組めます。

⑤ デジタル社会等新たな課題に対応した消費者教育

（デジタル化社会への対応）

近年、スマートフォンの普及等を背景に、インターネットやSNSを悪用した消費者被害・トラブルが増加しています。とりわけSNS等で勧誘される犯罪や悪質商法等は、一連の流れが外部から見えづらく、被害の未然防止が非常に困難であることから、消費者自身が被害にあわないよう意識・行動することが一層重要となっています。

また、キャッシュレス決済が普及し、支払い手段が多様化しており、消費者一人ひとりが、それぞれのメリットやデメリットを理解した上で、適切に利用することが必要です。

このため、年代ごとの特性を踏まえ、SNSを含むインターネット上の取引やキャッシュレス決済における注意点等、被害・トラブル回避のための知識や、最新の事例等について啓発するほか、被害・トラブルにあった時に備え、契約時の画像等、証拠になるものの保存等の対処法について啓発します。

また、正しく安全にインターネットを利用することができるよう、警察や外部の専門家、モバイル通信事業者等とも連携のうえ、幅広い世代での情報リテラシーの強化に取り組めます。

（金融経済教育の推進）

家計管理や将来の生活設計を行う能力の育成を図るなど、金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）を身に付けるための金融経済教育は、自立した消費生活を営むうえで必要であり、消費者教育の重要な要素といえます。

このため、宮崎県金融広報委員会⁵や金融経済教育推進機構（J－F L E C）⁶と連携した金融経済教育を推進します。また、学習指導要領に基づいて、小学校、中学校、高等学校、特別支援学校等で、児童及び生徒の発達の段階に応じた金融分野に関連する消費者教育を推進します。

⁵ 昭和 25 年 8 月、戦後の貯蓄運動を推進するために「宮崎県貯蓄推進委員会」として発足。平成 13 年 7 月に現在の名称へ変更。県、財務省九州財務局宮崎財務事務所、日本銀行宮崎事務所、金融機関及び関係団体等で構成され、金融経済教育推進機構（J-FLEC）等と連携して、中立・公正な立場から金融に関する広報・消費者教育活動を行っている。

⁶ 幅広い年齢層に向け、かつ、国民各々のニーズに応えた金融経済教育の機会を官民一体で全国的に拡充していくことを目的として「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」に基づき、令和 6 年 4 月に設立された認可法人。

（２）消費者教育の担い手の確保・育成

【施策の方向性】

ライフステージを通じた体系的な消費者教育を推進するためには、学校、地域、職域などの場において、多様な人材が適切に教育に関わっていくことが必要となります。

このため、県消費生活センターを中心に、研修等を通じて、教職員、消費生活相談員、市町村の消費者行政担当職員、福祉関係者など幅広い人材を、その役割に応じた消費者教育の担い手として育成するとともに、消費者教育や啓発活動を様々な場面で効果的に実施するため、消費者教育コーディネーターを配置し、現場のニーズを把握し消費者教育の一層の推進を図ります。

【施策の具体的内容】

① 学校及び地域社会における担い手の確保・育成

県民誰もが、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ることができるためには、学校や地域、職域等で消費者教育を実施できる担い手が必要です。

そのため、学校における消費者教育の推進役としての役割が期待される教職員に対しては、その指導力の向上を図ることが重要であることから、県教育委員会と連携して、消費者教育に関する研修等を行うことにより、その指導力向上に努めます。

また、県民が、居住する地域にかかわらず身近な場所で消費者教育を受けることができるよう、県消費生活センターを、消費者教育を担う人材育成の拠点として位置づけ、市町村が消費者教育を推進するための人材育成支援として、市町村の担当職員や消費生活相談員等を対象とした研修を実施します。

特に、高齢者や障がい者に対しては、地域の見守りによる消費者教育が重要であることから、市町村や消費者安全確保地域協議会の構成団体に対する消費者教育に関する情報提供に努めます。

さらに、県消費生活センター等の消費生活相談員について、国民生活センター等が実施する消費者教育講座等の受講により、一層の資質向上を図るとともに、市町村等に講座等の情報提供を行い、市町村消費生活相談員等の講座等への参加を促進します。

③ 消費者教育コーディネーターの配置等による消費者教育推進体制の構築

自ら考え行動する自立した消費者を育成するためには、早い時期からの消費者教育の充実が求められています。

一方で、近年、高齢者からの相談割合が増加するとともに、若年者は消費者トラブルにあっても相談する意向が低く潜在的な相談需要があると考えられるため、若年者や高齢者の被害の未然防止・拡大防止に向けた取組を一層進める必要があります。

このため、県消費生活センターに「消費者教育コーディネーター⁷」を配置し育成することにより、消費者教育を全般的に企画・調整するとともに、学校現場や地域での消費者教育を効果的に進めます。

⁷ 消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐため、間に立って調整をする役割を担う者

(3) 消費者への効果的な情報発信

【施策の方向性】

消費者被害の未然防止のため、消費者の特性に合わせた効果的な情報発信が必要です。また、消費者が合理的で、かつ安全・安心な消費生活を営むため、消費者事故や消費者被害が発生した際には、情報が迅速に消費者に提供されることが重要です。

このため、多様な媒体や主体を活用した効果的な啓発活動を展開し、消費者被害の未然防止に努めます。また、消費者事故やリコール情報、関係機関からの注意喚起情報について、消費者に迅速に提供するとともに、不確かな情報の拡散が懸念される災害時などにおいては、消費者被害を防止し、消費者に冷静な対応を促すための情報を迅速かつ適切に提供します。

【施策の具体的内容】

① 多様な媒体及び多様な主体を活用した効果的な啓発活動の展開

消費者被害の未然防止のため、新聞やテレビ等のマスメディア、チラシやパンフレットの紙媒体及びホームページやSNS等の電子媒体等、消費者の特性に合わせて多様な媒体を活用します。さらに、消費者に情報を適切に届けるため、多様な主体と連携した情報提供や啓発活動を行います。

子どもの保護者に対しては、教育委員会や学校等を通じたメール配信等による情報提供を実施します。

また、若年層を中心に各種情報通信端末やSNSの利用が急速に普及し定着している中、県のホームページやSNS等の電子媒体を活用した情報提供を積極的に進めていく必要があります。

一方で、情報が行き届きにくい高齢者世帯や障がい者、外国人等に対しては、マスメディアによる啓発やみやぎ地域見守り応援隊等地域の見守りによる、きめ細かな情報提供や啓発活動を行っていくことが大切です。

② 消費者被害の情報収集及び迅速かつ的確な情報発信

消費者庁や国民生活センター等が公表する消費者事故、リコール製品に関する情報及び子どもや高齢者等の暮らしの中での事故情報などを広く収集し、速やかに市町村及び関係各課に共有するとともに、県ホームページ等を活用して消費者に迅速に周知し、注意喚起を行います。

また、消費者安全法に基づき、県内で発生した消費者事故等の情報を集約し、消費者庁に通知します。

③ 自然災害など緊急時の情報発信

インターネットやSNS等の利用増加に伴い、災害発生等の緊急時に誤った情報による合理的でない消費行動や、消費者の不安感につけこむ悪質商法が多発しています。こうした消費生活への悪影響を抑制するため、自然災害発生等の緊急時において、消費者が不確かな情報に惑わされることのないよう、消費者に冷静な対応を呼びかけるとともに、正確な情報の収集・発信により消費者の不安を払拭します。また、非常時における消費生活に関する適切な行動と理解の普及を進めます。

さらに、災害時には家屋被害の点検等に乗じた悪質商法が多発することを踏まえ、具体的な相談事例や手口等を迅速に周知し、被害の未然防止を図ります。

（４）持続可能な社会の形成に向けた消費行動の推進

【施策の方向性】

持続可能な社会の実現に向け、消費者には、自らの消費行動が環境や社会経済情勢に与える影響を認識してライフスタイルを積極的に見直し、一人ひとりが率先して社会的課題に対応した消費行動を実践することが求められています。

このため、エシカル消費や環境に配慮した消費行動を推進し、消費者市民社会の構築に向けた機運づくりに努めます。

【施策の具体的内容】

① エシカル消費の普及啓発

持続可能な社会を実現するためには、消費者一人ひとりが消費行動の及ぼす影響力についての理解を深め、人や社会、環境、地域などに配慮した消費行動「エシカル(倫理的)消費」を実践していくことが重要です。県のホームページやデジタル情報紙を活用した周知等を通じて「エシカル消費」の理念を広く県民に普及啓発し、取組の促進を図ります。

② 環境教育・学習の推進

環境に配慮した消費生活を送れる消費者を育成するため、「第四次宮崎県環境基本計画」に基づき、子どもから高齢者までが参加できる環境教育・学習の場づくりに努め、ライフステージに応じた環境保全意識を醸成するとともに、生涯学習としての環境教育を推進します。

③ ４Ｒの取組及び食品ロスの削減の推進

循環型社会の形成のためには、４Ｒ^８の推進が必要です。ＮＰＯ等の民間団体、事業者、行政など多様な主体で構成する「宮崎県４Ｒ推進協議会」と連携し、イベントの実施やテレビ・ラジオ、新聞、インターネット等を通じて県民に分かりやすく周知します。

また、食品ロス削減のため、「みやざき食べきり宣言プロジェクト」や、「30・10（さんまるいちまる）運動」^９の推進を図り、10月の「食品ロス削減月間」や飲食の機会が増える年末年始の時期を中心として全県的な普及啓発を行います。

^８ Refuse（リフューズ：ごみになるものは買わない、断る）、Reduce（リデュース：廃棄物の量を減らす）、Reuse（リユース：修理などをして繰り返し使う）、Recycle（リサイクル：再生できるものは資源として再利用する）の総称。宮崎県は国が推進する３Ｒに Refuse を加えた４Ｒを推進している。

^９ 宴会等での乾杯後の30分間とお開き前の10分間は自席で料理を楽しむことを呼びかけて、食品ロスを削減する運動。

④ 食育・地産地消の普及啓発

食育の中で、望ましい食習慣の確立、食への感謝の心の醸成、地産地消の推進などの取組は、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育においても重要なものです。健全な食生活を実践することは、食品の安全性などに関する知識を深めることになり、消費者教育と密接な関係があります。

「宮崎県食育・地産地消推進計画」に基づき、食を通じた健康づくりや地域の特性を生かした食育・地産地消の普及啓発活動に取り組み、県民の食への理解醸成を推進します。

第4章 推進体制と進行管理

1 計画の推進体制

計画の推進にあたっては、関係部局が互いに連携しながら施策を推進するとともに、国や他の都道府県、市町村、警察、教育委員会、福祉関係団体、弁護士会等の関係団体と緊密に連携・協力しながら、それぞれの強みを最大限に活かして施策を実施し、「県民が安心して豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」を目指します。

2 計画の進行管理

計画の進行管理にあたっては、毎年度、担当課・室における施策の実施状況を宮崎県消費生活対策審議会（消費者教育の推進施策を検討する場として消費者教育推進地域協議会に位置付け）に報告し、委員から意見を聴取するとともに、県ホームページにおいて広く県民に公表します。

また、社会経済情勢の急激な変化や国の基本方針の変更等を踏まえ、必要に応じて見直しを行うものとします。

3 評価指標

	評価指標	現状 (R6 年度)	目標 (R12 年度)
計画全体	表示や説明を十分確認し、その内容を理解したうえで商品やサービスを選択することを心がけている人の割合	68.1% ※R7 年度県民意識調査	80.0%
基本方針 1	消費生活用製品安全法、家庭用品品質表示法に基づく県の立入検査店舗数	3 店舗 (R7 年度)	7 店舗 (各年度)
	消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）設置市町村数	2 市	全 26 市町村
	みやざき地域見守り応援隊（消費者安全確保地域協議会）への情報提供回数	12 回	24 回 (各年度)
基本方針 2	県内相談員の国家資格保有率	75.8% (R7.11 月時点)	80.0%
	県内相談員の研修参加率	100%	100%を維持
	市町村消費生活センター・窓口への巡回訪問数	11 回	32 回
	県消費生活センターによるあっせん解決率	92.0%	93.0%
基本方針 3	県・市町村消費生活センターの出前講座実施回数	315 回	400 回
	出前講座実施市町村の割合	34.6%	100%
	県HP、県消費生活センター公式Xによる発信回数	96 回	180 回

諮問書



20190-1138

令和7年7月10日

宮崎県消費生活対策審議会長 殿

宮崎県知事 河野 俊嗣

「宮崎県消費者基本計画（仮称）」の策定について（諮問）

このことについて、宮崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例（昭和54年3月10日条例第8号）第33条第1項の規定に基づき、貴審議会の意見を求めます。

（諮問理由）

県では、消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）に基づき、平成27年6月に宮崎県消費者教育推進計画を策定した。また、令和元年10月に、「若年者への消費者教育の推進」を重点的に取り組むべき事項に加えるなどの改定を行い、「自立した消費者づくり」を基本目標に据え、様々な取組を展開してきた。

近年、デジタル化の進行や高齢化の進展、さらに社会構造の変化等により、消費者を取り巻く環境は大きく変化しており、それに伴って消費者被害も複雑化・多様化している。

このような状況から、本県として、消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に対応した消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため、宮崎県消費者教育推進計画の内容を継承・包含する「宮崎県消費者基本計画（仮称）」の策定について諮問するものである。

答申書（予定）



令和8年5月19日

宮崎県知事 河野 俊嗣 様

宮崎県消費生活対策審議会
会長 神谷 則子

「宮崎県消費者基本計画」の策定について（答申）

令和7年7月10日付け20190-1138で当審議会に対して諮問のありました標記につきまして、別冊のとおり答申します。

県におきましては、この答申に基づいて速やかに計画の策定を行うとともに、計画の施策の柱である「1 安全で安心な消費生活の確保」「2 消費者被害の防止と救済」「3 自ら考え行動する消費者の育成」に向けて着実に施策を推進していかれるよう要望いたします。

宮崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例

昭和54年3月10日条例第8号

前文

第1章 総則（第1条—第10条）

第2章 安全の確保、不当な取引行為の禁止等（第11条—第14条）

第3章 消費者の啓発等（第15条・第16条）

第4章 消費生活センターの組織及び管理運営等（第17条—第22条）

第5章 生活関連物資の供給及び価格の安定（第23条—第25条）

第6章 調査及び公表（第26条—第28条）

第7章 苦情の処理及び紛争の解決（第29条—第32条）

第8章 宮崎県消費生活対策審議会及び宮崎県消費者苦情処理委員会（第33条—第36条）

第9章 雑則（第37条—第39条）

附則

われわれ県民は、消費生活において

安全が確保され

選択の機会が確保され

必要な情報及び教育の機会が提供され

意見が十分反映され

被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済され

ることを求めてやまない。

この願いは、事業者がその社会的責任を自覚して適正な事業活動を行うとともに、消費者自らが自己啓発に努め、自主的かつ合理的に行動することによって実現されるものである。

われわれ県民は、ここに、このことを深く自覚し、県民が一体となってその実現を図るため、この条例を制定する。

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、消費者の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の支援その他の基本理念を定め、県及び事業者の果たすべき責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もって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。

（定義）

第2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）消費者の安全 事業者が供給する商品等により、消費者の生命、身体、財産その他

の利益が害されていないことをいう。

- (3) 消費者団体 消費者の利益の擁護又は増進を図ることを目的又は目的の一部として消費者により組織された団体をいう。
- (4) 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。
- (5) 事業者団体 事業者の共通の利益の増進を図ることを目的又は目的の一部として事業者により組織された団体をいう。
- (6) 商品 消費者が消費生活を営む上で通常用いる物資をいう。
- (7) 商品等 商品及び消費者が消費生活を営む上で通常受ける役務をいう。
- (8) 生活関連物資 県民生活との関連性が高い物資をいう。

(基本理念)

第3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「消費者政策」という。）の推進は、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、消費者の安全が確保され、商品等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、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに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が消費者の権利であること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。

- 2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるようにするとともに、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 消費者政策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。
- 4 消費者政策の推進は、消費生活における国際化の進展にかんがみ、国際的な連携を確保しつつ行われなければならない。
- 5 消費者政策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

(県の責務)

第4条 県は、前条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、消費者政策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

(事業者の責務)

第5条 事業者は、第3条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の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。

- (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、消費者の知識、経験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。
 - (5) 県及び市町村が実施する消費者政策に協力すること。
- 2 事業者は、次に掲げる事項を行うよう努めなければならない。

- (1) 商品等の供給その他の事業活動に関し、資源の循環的な利用、エネルギーの有効な利用その他の環境の保全に配慮すること。
- (2) 供給する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こと。
- (3) 供給する商品等について価格を安定させること。
- (4) 事業活動に関して知り得た消費者に係る個人情報に適正に取り扱うこと。

(事業者団体の責務)

第6条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた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。

(消費者の役割)

第7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努めなければならない。

- 2 消費者は、消費生活に関し、資源の循環的な利用、エネルギーの有効な利用その他の環境の保全に努めるとともに、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。

(消費者団体の役割)

第8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。

(県と市町村との協力)

第9条 県及び市町村は、消費生活の安定及び向上に関する施策の実施について、相互に連携し、及び協力するものとする。

(知事への申出)

第10条 県民は、この条例の定め違反する事業者の行為等が行われ、又はこの条例に定める措置がとられていないため、消費者の利益が不当に害されていると認めるときは、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2章 安全の確保、不当な取引行為の禁止等

(安全の確保)

第11条 事業者は、消費者の安全を害し、又は害するおそれのある商品等を供給してはならない。

- 2 知事は、商品等が消費者の安全に影響を及ぼす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。
- 3 知事は、前項の調査を実施し、なお同項の疑いを解消することができない場合において、必要があると認めるときは、事業者に対し、資料の提出その他の方法により、当該商

品等が安全であることの立証をすべきことを求めることができる。

- 4 知事は、消費者の安全を確保するため必要があると認めるときは、前2項の規定による調査等の経過及び結果を消費者に提供するものとする。
- 5 知事は、商品等が消費者の安全を害し、又は害するおそれがあると認めるときは、消費者の安全を確保するため、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講ずるよう指導し、又は勧告することができる。

(取引方法、品質、広告その他の表示、包装等の適正化)

第12条 事業者は、消費生活の安定及び向上を図るため、その供給する商品等について、次に掲げる措置を講ずるよう努めなければならない。

- (1) 商品等の供給に当たり、消費者の知識、能力、経験等を考慮し、消費者が商品等の選択を誤るおそれのある取引方法を用いないこと。
 - (2) 商品等の品質その他の内容の向上を図ること。
 - (3) 消費者が商品等の選択を誤るおそれのある広告又は宣伝を行わないこと。
 - (4) 消費者が選択又は使用を誤ることがないように、商品等の品質その他の内容、使用方法等の適正な表示を行うこと。
 - (5) 消費者の選択を容易にするため、商品等の販売価格及び単位当たりの価格を見やすい方法で表示すること。
 - (6) 消費者が商品の選択を誤るおそれのある包装又は消費者の負担が著しく増大することとなる包装を行わないこと。
 - (7) 消費者が不利益を被ることがないように、商品の適正な計量を行うこと。
 - (8) 供給した商品等について、修理、交換等のアフターサービスを行うこと。
 - (9) 商品等を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。）により供給するときは、当該自動販売機等の見やすい場所に、当該自動販売機等を管理する者の住所、氏名又は名称、電話番号その他必要な事項を表示するとともに、当該自動販売機等の適正な管理を行うこと。
- 2 事業者又は事業者団体は、前項各号に掲げる事項に関し、事業者が守るべき基準についての協定又は規約を締結し、又は設定するよう努めなければならない。

(県の基準の設定等)

第13条 知事は、商品等について、品質、広告その他の表示、包装等の適正化を図るため、必要があると認めるときは、事業者が守るべき基準を定めることができる。

- 2 知事は、前項の基準を定め、これを変更し、又はこれを廃止したときは、その旨を告示するものとする。
- 3 知事は、事業者が第1項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指導し、又は勧告することができる。

(不当な取引行為の禁止)

第14条 事業者は、消費者との間で行う商品等の取引に関し、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、商品等に関する重要な事項について事実を告げず、若しくは事実と異なることを告げ、若しくは誤認を招く情報を提供し、又は消費者を威迫し、若しくは

心理的不安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

(2) 消費者に著しい不利益をもたらす不当な内容の契約を締結させる行為

(3) 消費者を欺き、威迫する等の不当な方法を用いて、契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行の全部若しくは一部を迫り、又は契約に基づく債務の履行の全部若しくは一部を拒否し、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、消費者の正当な理由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（以下この号において「契約の解除等」という。）を妨げて契約の成立又は存続を強要し、又は契約の解除等に基づく債務の履行の全部若しくは一部を拒否し、若しくは正当な理由なく遅延させる行為

2 知事は、不当な取引行為が行われ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。

3 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、前項の調査の経過及び結果を消費者に提供するものとする。

4 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を是正するための必要な措置を講ずるよう指導し、又は勧告することができる。

第3章 消費者の啓発等

（啓発及び教育）

第15条 知事は、消費者の自立を支援するため、商品等及びその取引並びに資源の循環的な利用、エネルギーの有効な利用その他の環境の保全に関する知識の普及、情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、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行うものとする。

（消費者団体の活動の促進）

第16条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう助言、指導その他必要な措置を講ずるものとする。

第4章 消費生活センターの組織及び管理運営等

（設置）

第17条 県民の消費生活の安定及び向上を図るため、宮崎県消費生活センター（以下「消費生活センター」という。）を設置する。

（名称及び位置）

第18条 消費生活センターの名称及び位置は、次のとおりとする。

名称	位置
宮崎県消費生活センター	宮崎市江平西2丁目1番20号
宮崎県消費生活センター都城支所	都城市北原町16街区1号
宮崎県消費生活センター延岡支所	延岡市本小路39番地3

(業務)

第19条 消費生活センターは、次に掲げる業務を行う。

- (1) 消費生活に関する啓発及び教育に関する業務
 - (2) 消費生活に関する相談及び苦情処理に関する業務
 - (3) 前2号に掲げるもののほか、消費生活の安定及び向上を図るために必要な業務
- (消費生活センターの長及び職員)

第20条 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。

(試験に合格した消費生活相談員の配置)

第21条 消費生活センターには、消費者安全法（平成21年法律第50号）第10条の3第1項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者（不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律（平成26年法律第71号）附則第3条の規定により合格した者とみなされた者を含む。）を消費生活相談員として置くものとする。

(消費生活センターの情報の安全管理)

第22条 消費生活センターは、業務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。

第5章 生活関連物資の供給及び価格の安定

(調査及び情報の提供)

第23条 知事は、生活関連物資の需給及び価格の動向について、調査を行うとともに、必要な情報を県民に提供するものとする。

(緊急時の物資の指定)

第24条 知事は、生活関連物資の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において、必要があると認めるときは、当該生活関連物資を特別の調査を要する物資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項の規定による指定又は前項の規定による指定の解除をしたときは、その旨を告示するものとする。

(指定物資の調査等)

第25条 知事は、前条第1項の規定により指定した生活関連物資（以下「指定物資」という。）に関し、価格上昇の原因、需給の状況その他必要な事項について、速やかに調査を行うものとする。

2 知事は、前項の調査の結果当該指定物資を供給する事業者がその円滑な流通を妨げ、又

は適正な利得を著しく超えることとなる価格で供給を行っていると認めるときは、当該事業者に対し、当該指定物資の売渡しその他必要な措置を講ずるよう指導し、又は勧告することができる。

第6章 調査及び公表

(立入調査等)

第26条 知事は、第11条第2項、第14条第2項又は前条第1項に規定する調査を行うときは、必要な限度において、当該関係事業者に対し、その業務に関し報告を求め、又はその職員に当該関係事業者の営業所、事務所その他の事業場に立ち入り、帳簿、書類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項の規定による立入調査及び質問の権限は、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27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及び住所、当該行為の内容その他規則で定める事項を公表することができる。

(1) 前条第1項の規定による報告をせず、又は虚偽の報告をしたとき。

(2) 第11条第5項、第13条第3項、第14条第4項又は第25条第2項の規定による勧告に従わないとき。

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、当該公表に係る者に対し、意見を述べる機会を与えなければならない。

(緊急措置としての公表)

第28条 知事は、事業者の供給する商品等の欠陥又は事業者の不当な取引行為により、消費者の生命、身体、財産等に重大な被害が発生し、又は発生するおそれがある場合において、消費者に生ずる被害の発生又は拡大を防止するため緊急の必要があると認めるときは、直ちに、当該商品等の名称又は不当な取引行為の内容、当該事業者の氏名又は名称及び住所その他の規則で定める事項を公表することができる。

第7章 苦情の処理及び紛争の解決

(苦情処理及び紛争解決の促進)

第29条 知事は、商品等に関し事業者と消費者との間に生じた苦情の申出を受けたときは、速やかにその内容を調査し、当該苦情を専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理するため、市町村との連携を図りつつ、あつせんその他必要な措置を講ずるものとする。この場合において、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とする苦情の処理のあつせん等を行うものとするとともに、多様な苦情に柔軟かつ弾力的に対応するものとする。

る。

- 2 知事は、前項の場合において、類似の被害が多数発生し、又は発生するおそれがあると認めるときは、速やかに県民に当該苦情に係る情報を提供する等必要な措置を講ずるものとする。
- 3 知事は、商品等に関し事業者と消費者との間に生じた苦情を専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理するため、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。
- 4 知事は、商品等に関し事業者と消費者との間に生じた紛争を専門的知見に基づいて適切かつ迅速に解決するために必要な施策を講ずるものとする。

(調停)

第30条 知事は、消費生活に関する苦情について必要があると認めるときは、宮崎県消費者苦情処理委員会の調停に付することができる。

(訴訟の援助)

第31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ときは、宮崎県消費者苦情処理委員会の意見を聴いて、当該消費者に対し、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) 宮崎県消費者苦情処理委員会の調停によって解決されなかった消費者の苦情に係るものであること。
- (2) 類似の被害が多数発生し、又は発生するおそれのある消費者の苦情に係るものであること。
- (3) 訴訟物の価額が規則で定める額以下であること。

(貸付金の返還等)

第32条 前条の資金の貸付けを受けた者（以下「借受者」という。）は、当該訴訟が終了したときは、当該貸付けに係る資金（以下「貸付金」という。）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、借受者が訴訟の結果訴訟の費用を償うことができないとき、その他やむを得ない理由により貸付金を返還することができないと認めるときは、貸付金の全部又は一部の返還を免除することができる。

第8章 宮崎県消費生活対策審議会及び宮崎県消費者苦情処理委員会

(宮崎県消費生活対策審議会)

第33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、宮崎県消費生活対策審議会（以下「審議会」という。）を置く。

- 2 知事は、第13条第1項に規定する基準を定め、これを変更し、又は廃止しようとするときは、審議会の意見を聴かなければならない。

(審議会の組織等)

第34条 審議会は、委員20人以内で組織する。

- 2 委員は、次に掲げる者のうちから、知事が任命し、又は委嘱する。

- (1) 学識経験を有する者

- (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

- 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 委員は、再任されることができる。
- 5 審議会に会長を置き、委員の互選によってこれを定める。
- 6 会長は、会務を総理し、審議会を代表する。
- 7 会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、会長があらかじめ指名する委員が、その職務を代理する。
- 8 審議会の会議は、会長が招集し、会長が議長となる。
- 9 審議会は、委員の半数以上が出席しなければ会議を開くことができない。
- 10 審議会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(宮崎県消費者苦情処理委員会)

第35条 第30条に規定する調停（次項において「調停」という。）及び第31条に規定する訴訟の費用に充てる資金の貸付けについての審議を行わせるため、宮崎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、調停を行うため必要があると認めるときは、消費者、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。

(委員会の組織等)

第36条 委員会は、委員5人以内で組織する。

- 2 委員は、学識経験を有する者のうちから、知事が任命し、又は委嘱する。
- 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 委員は、再任されることができる。
- 5 委員会に会長を置き、委員の互選によってこれを定める。
- 6 会長は、会務を総理し、委員会を代表する。
- 7 会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、会長があらかじめ指名する委員が、その職務を代理する。
- 8 委員会の会議は、会長が招集し、会長が議長となる。
- 9 委員会は、委員の半数以上が出席しなければ会議を開くことができない。
- 10 委員会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

第9章 雑則

(試験、検査等の施設の整備)

第37条 県は、消費者政策の実効を確保するため、商品等に関する試験、検査等を行う施設の整備に努めるものとする。

(国等への要請)

第38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。

(委任)

第39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

この条例は、公布の日から起算して6月を超えない範囲内において規則で定める日から施行する。

(昭和54年9月規則第28号で、同54年9月1日から施行)

附 則 (平成11年12月24日条例第43号)

この条例は、平成12年4月1日から施行する。

附 則 (平成13年10月5日条例第42号)

この条例は、平成14年4月1日から施行する。

附 則 (平成17年3月29日条例第15号)

この条例は、平成17年4月1日から施行する。

附 則 (平成28年3月23日条例第15号)

この条例は、平成28年4月1日から施行する。

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（昭和二十三年法律第百九十八号）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事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、消費者安全法に定める消費生活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

（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。

〔平成二四年一二月政令二九〇号により、平成二四・一二・一三から施行〕

（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。

（消費者庁及び消費者委員会設置法の一部改正）

3 消費者庁及び消費者委員会設置法（平成二十一年法律第四十八号）の一部を次のように改正する。

〔次のよう略〕

附 則〔平成二六年六月一三日法律第七一号抄〕

（施行期日）

第一条 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。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

一 〔略〕

二 〔前略〕附則第三条及び第七条から第十一条までの規定 公布の日から起算して二年を超えない範囲内において政令で定める日

〔平成二七年一〇月政令三五八号により、平成二八・四・一から施行〕

宮崎県消費者基本計画

(令和8年度～令和12年度)

発行 宮崎県総合政策部生活・協働・男女参画課
〒880-8501 宮崎県宮崎市橘通東2丁目10番1号

電 話 0985-26-7054

FAX 0985-20-2221

E-mail seikatsu-kyodo-danjo@pref.miyazaki.lg.jp