

# 令和7年度 静岡県消費者安全確保県域協議会

日 時 令和7年12月19日(金)

午前10時から正午まで

会 場 静岡県庁西館4階第一会議室C

## 次 第

### 1 開会

### 2 議事

- (1) 第2次消費者基本計画について(県民生活課)
- (2) 静岡県の消費者被害の状況について(県民生活課)
- (3) 高齢者の消費者被害防止に向けた取組について(県民生活課)
- (4) 消費者安全確保地域協議会の概要について(県民生活課)
- (5) 消費者安全確保地域協議会の取組について(御前崎市)
- (6) 特殊詐欺の状況、被害防止の取組について(静岡県警察本部生活安全企画課)

### 3 団体からの取組、連絡等

- (1) 貸金業の監督行政及び多重債務相談等の状況について(東海財務局静岡財務事務所)
- (2) J-FLEC について(一般財団法人 静岡県銀行協会)

### 4 意見交換

### 5 閉会

#### 【配付資料】

資料1	第2次静岡県消費者基本計画(案)(概要版)	P 1
資料2	第2次静岡県消費者基本計画(案)(本冊)	P 2
資料3	静岡県内の消費者被害の状況について	P 91
資料4	高齢者の消費者被害の現状と県の取組	P 101
資料5	消費者安全確保地域協議会の概要について	P 108
資料6	消費者安全確保地域協議会について(御前崎市)	P 111
資料7	特殊詐欺の状況、被害防止の取組(静岡県警生活安全企画課)	P 112
資料8	報告資料①(東海財務局静岡財務事務所)	P 113
資料9	報告資料②(一般財団法人 静岡県銀行協会)	P 139
資料10	令和7年度消費者問題研修会のご案内(静岡県司法書士会)	P 157
資料11	各団体の取組・連携したいこと	P 159
資料12	リチウムイオン電池使用製品に関する注意喚起	P 161

# 令和7年度 静岡県消費者安全確保県域協議会 出席者名簿

日時：令和7年12月19日(金)午前10時から正午  
場所：静岡県庁西館4階第一会議室C

(敬称略)

団体名	職名	氏名	オンライン
<b>&lt;民間団体・外郭団体等&gt;</b>			
静岡県弁護士会	消費者問題委員会委員	可児 望	○
静岡県司法書士会	司法書士	小楠 展央	○
社会福祉法人 静岡県社会福祉協議会	生活支援部長	西村 慎言	○
静岡県民生委員児童委員協議会	-	(欠席)	/
静岡県地域包括・在宅介護支援センター協議会	会長	下谷 信雄	○
静岡県消費者団体連盟	副会長	野中 正子	○
日本司法支援センター静岡地方事務所(法テラス静岡)	-	(欠席)	/
特定非営利活動法人 しずおか消費者ユニオン	理事	江崎 玲子	/
一般財団法人 静岡県銀行協会	業務部部长	杉山 久芳	/
一般社団法人 静岡県労働者福祉協議会	専務理事	福田 和明	○
静岡県労働金庫	地域共生推進G課長	川村 元彦	/
公益財団法人 日本クレジットカウンセリング協会	-	(欠席)	/
日本貸金業協会 愛知県支部	事務長	石原 敏之	○
<b>&lt;行政機関&gt;</b>			
東海財務局 静岡財務事務所 理財課	主任調査官	佐田 一真	/
静岡県警察本部 生活安全企画課	犯罪抑止対策係長	(氏名非公表)	/
静岡県警察本部 生活保安課	環境経済課長補佐	鈴木 隆仁	/
静岡県警察本部 捜査第二課	企画指導係長	(氏名非公表)	/
静岡県警察本部 警察相談課	総合相談係長	(氏名非公表)	/
静岡県教育委員会 教育政策課	政策企画班長	渡邊 桂司	/
静岡県健康福祉部 地域福祉課	地域福祉班長	長房 高志	/
静岡県健康福祉部 福祉長寿政策課	福祉長寿政策班長	内田 知康	/
静岡県経済産業部 商工金融課	主査	岩瀬 巨宜	/
静岡県東部県民生活センター	消費者行政班長	渡邊 敏男	○
静岡県中部県民生活センター	消費者行政班長	小川 貴生	○
静岡県西部県民生活センター	消費者行政班長	長葭 健一	○
賀茂広域消費生活センター	所長	松久 真弓	○
静岡県くらし・環境部県民生活課 【座長】	課長	白鳥 直子	/

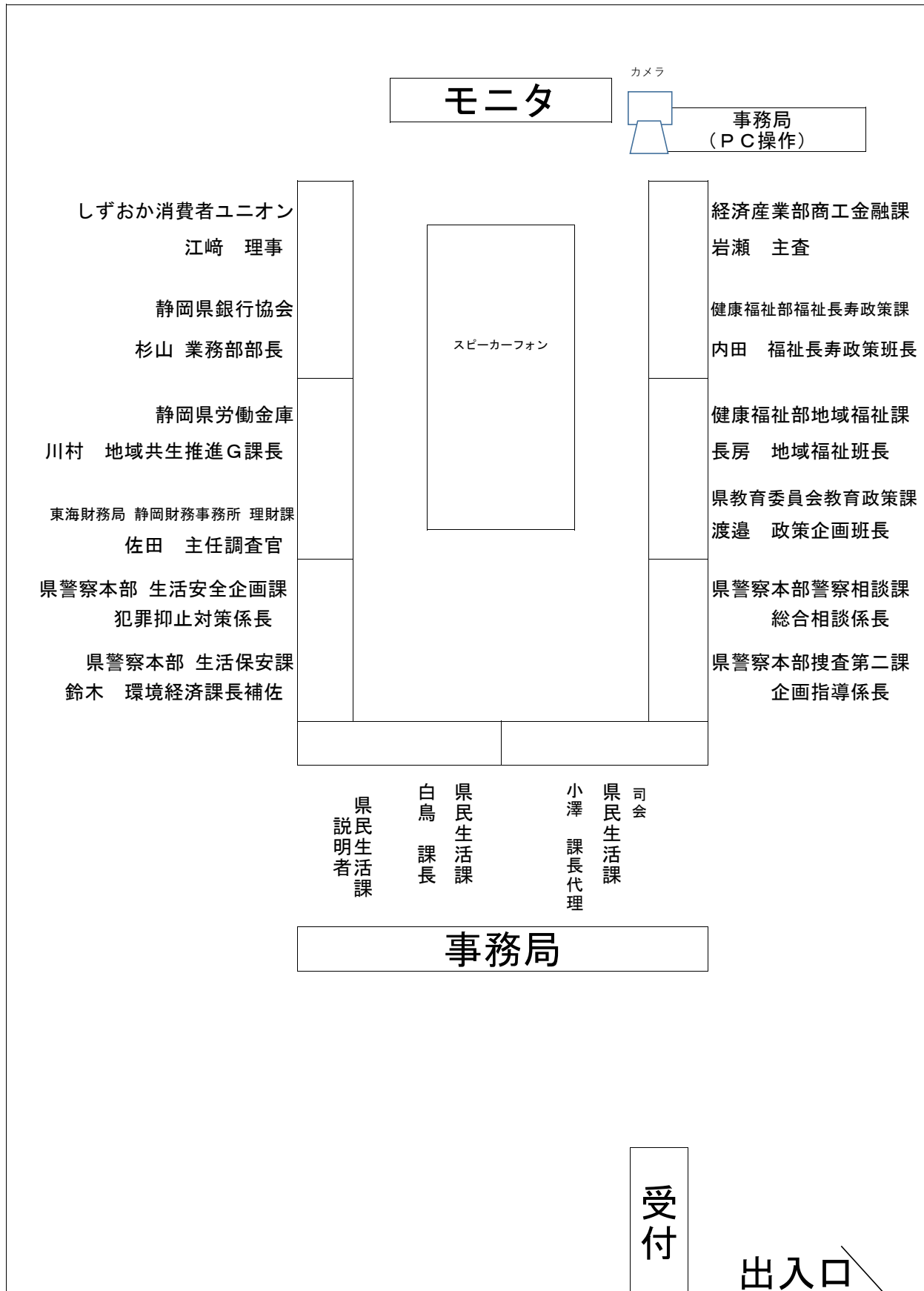
オンライン出席数 11

## <事務局>

所 属	職名	氏名
静岡県くらし・環境部県民生活課	課長代理	小澤 美和【司会進行】
	消費者支援班 班長	柴田 麻由美
	〃 総括主査	山下 浩平
	〃 主任	林 怜華
	〃 主任	齊藤 悠紀
	〃 主任	高橋 真紀
	〃 主事	田代 小百合
	〃 主事	稲垣 咲那

# 令和7年度 静岡県消費者安全確保県域協議会 座席表

日時：令和7年12月19日(金)午前10時から正午  
会場：静岡県庁西館4階第一会議室C



# 第2次静岡県消費者基本計画(案)

～持続可能な未来に向けた安全・安心で豊かな消費生活の実現～

資料 1

## 1 計画策定の趣旨

■ 消費者を取り巻く状況の変化や前計画の成果と課題を踏まえ、2025年度を始期とした消費者基本計画を策定する。

## 2 計画の基本理念

■ 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、県民の消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策を計画的に推進する。

## 3 計画の目指す姿

■ 消費者・事業者・行政機関の共創によって、持続可能な未来に向け、誰一人取り残すことのない、安全・安心で豊かな消費生活の実現及びウェルビーイングの向上を目指す。

## 4 計画の位置づけ

- 静岡県消費生活条例(平成11年静岡県条例第35号)第8条の2に基づく消費者施策に関する基本的な計画
- 消費者教育の推進に関する法律(平成24年法律第61号)第10条第1項に基づく消費者教育の推進に関する施策に関する計画
- 静岡県の総合計画を補完し、特定課題に対応する分野別計画

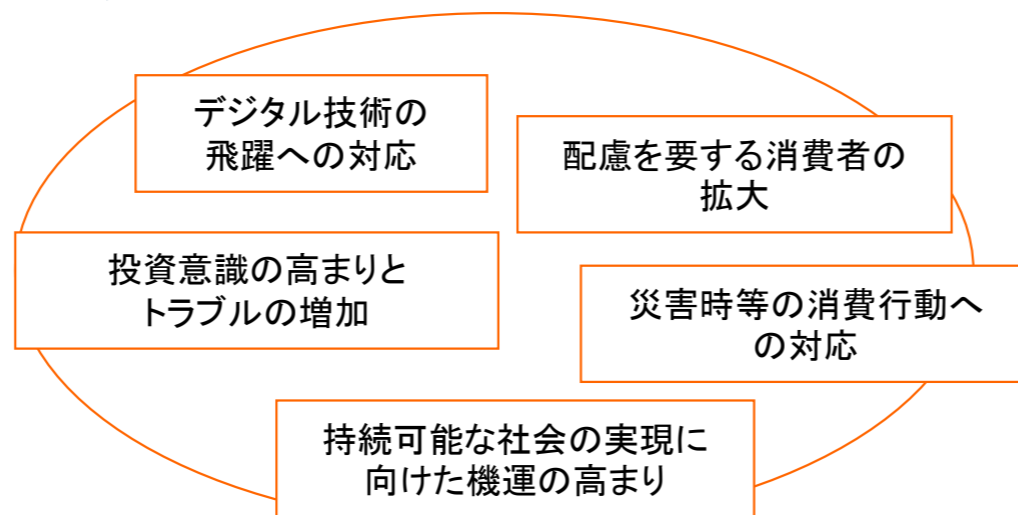
## 5 計画の期間

2025(令和7)年度から2028(令和10)年度まで

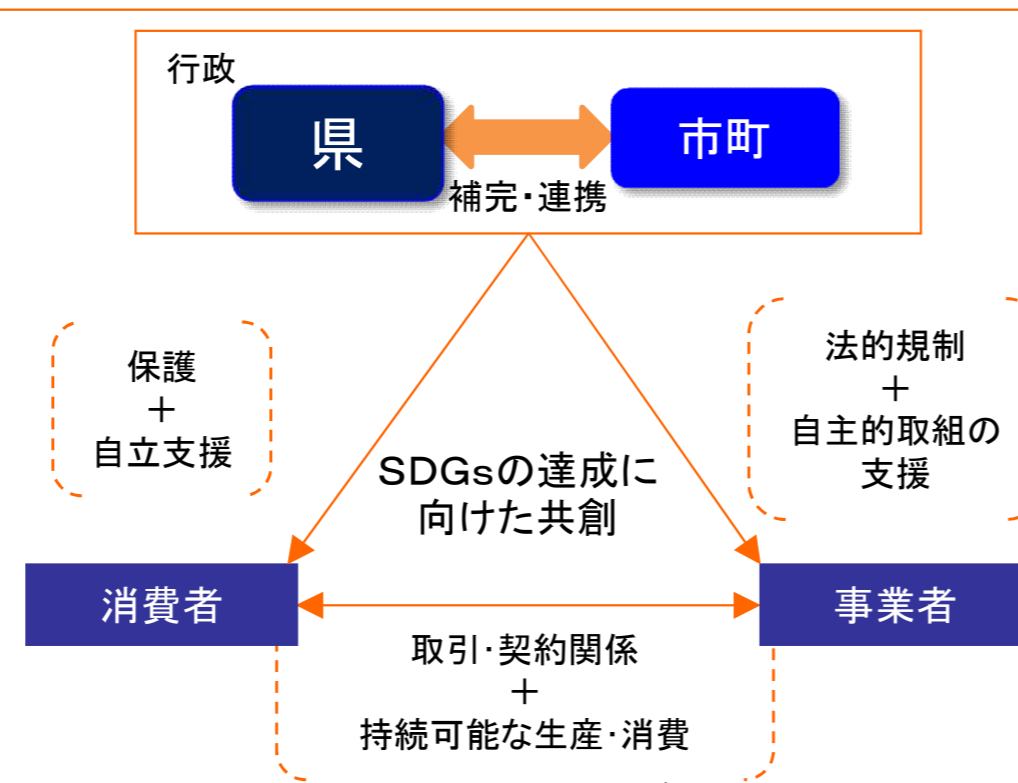
### (参考)これまでの計画の経緯

- 2010年度を始期とする第1次から第3次までの消費者行政推進基本計画を策定し、消費者行政施策を展開してきた。
- 2014年度を始期とする第1次及び第2次の消費者教育推進計画を策定し、消費者教育を推進してきた。
- 第4次消費者行政推進基本計画と第3次消費者教育推進計画を一体化した2022年度を始期とする消費者基本計画では、消費生活に関連する施策を総合的に推進してきた。

## 6 消費者を取り巻く状況



- デジタル技術の飛躍により、生活が便利になる一方で、消費者トラブルは高度化・複雑化・多様化している。
- 悪質事業者の手口は多様化・複雑化し、消費者被害は後を絶たないことから、引き続き、早期の事業者指導が必要である。
- 高齢化の更なる進行等により、配慮を要する消費者が拡大していることから、地域での見守り体制構築の重要性が増している。
- 投資に対する人々の意識が高まる一方で、インターネット広告やSNS等をきっかけとした投資に関連するトラブルが増加している。
- 自然災害等が頻発する中で、災害時等の非常時に多い消費者トラブルに関する知識や、災害等に備えた消費行動を身につける必要がある。
- 2015年に国連総会で採択された持続可能な開発目標(SDGs)の達成に向け、消費者教育が引き続き重要となっている。



## 大柱1

### 自ら学び自立し行動する消費者の育成

- SDGs達成・ウェルビーイング向上の手段として「エシカル消費」を推進
  - デジタル分野での消費者トラブルが増加していることを踏まえ、インターネット広告等をきっかけとした消費者トラブルを防止するための教育・啓発を重点的に実施
  - ライフステージに対応し、学校や地域等の様々な場での消費者教育を実施
  - 消費者教育の担い手の資質向上を図る研修を実施
  - 消費者団体・事業者団体等、多様な主体との連携
- 重点施策1 エシカル消費の推進
- 重点施策2 デジタル分野での消費者トラブルの防止に対応した消費者教育の推進

## 大柱2

### 消費者被害の防止と救済

- 相談者の利便性向上のため、メールによる消費者相談を開始し、相談体制を強化
  - 国が導入する新システムに実装される相談員ナレッジの活用により、相談員の負担軽減・確保につなげる
  - 高度化・複雑化する消費者トラブルに対応するため、専門家と連携した相談対応、相談員の資質向上を図る研修を実施
  - 勤労世代の消費生活相談の機会確保のための相談窓口の周知を実施
- 重点施策3 消費者相談体制の強化

## 大柱3

### 商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化

- 食の安全の確保のため、監視指導、検査等を徹底
  - 不当取引や不当表示を行った事業者に対しては、厳正な処分・指導を実施
  - デジタル広告の不当表示が増加していることを踏まえ、監視を強化
  - 事業者の法令への理解促進のための啓発・注意喚起を実施
- 重点施策4 デジタル広告の監視の強化

## 大柱4

### 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化

- SDGsの達成に向け、消費者・事業者・行政機関が連携
  - 県民生活センターを中心に地域の消費者行政を推進
  - 市町と連携した消費者教育の実施
  - 認知機能の低下が見られる高齢者の見守りをきめ細やかに継続して行うため、市町の「消費者安全確保地域協議会」(見守りネットワーク)等の設置を促進
- 重点施策5 高齢者の見守り体制の強化

## 第 2 次静岡県消費者基本計画（案）

（消費者基本計画・消費者教育推進計画）

—持続可能な未来に向けた安全・安心で豊かな消費生活の実現—

2025 年度～2028 年度

静岡県



# 目次

第1章	基本計画の策定にあたって	1
1	計画の基本理念	1
2	計画の目指す姿	1
3	計画の位置づけ	2
4	計画の期間	2
第2章	消費者を取り巻く状況	3
1	消費者行政の状況	3
	（1）国の動き	3
	（2）県の動き	5
	（3）市町の動き	5
2	消費者基本計画の成果と課題	7
3	消費生活をめぐる現状と課題	7
	（1）消費生活相談に関する状況	9
	（2）事業者指導に関する状況	13
	（3）消費者を取り巻く環境の変化と課題	14
第3章	消費者施策の展開の方向	21
1	自ら学び自立し行動する消費者の育成	24
	（1）持続可能なくらしの実現に向けた県民意識の醸成	25
	（2）ライフステージに対応した多様な場における消費者教育・啓発の推進	27
	（3）消費者教育の担い手の資質向上	31
	（4）社会の変化に応じた消費者教育	31
2	消費者被害の防止と救済	34
	（1）消費者相談への対応と情報提供	34
	（2）消費者の特性に配慮した支援	37
	（3）苦情処理と紛争解決	41
3	商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化	42
	（1）食の安全、製品等の安全の確保	42
	（2）適正な取引の確保	45
	（3）適正な表示の確保	46

4	消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化.....	49
	（1）地域での消費者行政推進体制の確保.....	50
	（2）消費者教育・啓発における連携の強化.....	50
	（3）消費者相談・支援における連携の強化.....	52
	（4）事業者指導における連携の強化.....	53
第4章 推進体制と進捗管理.....		55
1	推進体制.....	55
2	進捗管理.....	56
参考資料		
1	静岡県の消費者行政の沿革.....	58
2	関係法令.....	61
3	静岡県版消費者教育イメージマップ.....	82
4	静岡県消費者基本計画の施策とSDGsの関係.....	83



# 第1章 基本計画の策定に当たって

## 1 計画の基本理念

この計画は、県が、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、県民の消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策を計画的に推進するために策定するものです。

### ○消費者の権利（静岡県消費生活条例<sup>1</sup>第2条）

- (1) 消費者の安全が確保される権利
- (2) 商品又は役務について、適正な表示等に基づいて選択をする権利
- (3) 商品又は役務の取引について、不当な行為から保護され、及び不当な条件を強制されない権利
- (4) 商品若しくは役務又はこれらの取引行為により不当に受けた被害から速やかに救済される権利
- (5) 消費生活を営む上で必要な情報が速やかに提供される権利
- (6) 消費生活に関する意見が県民の消費生活の安定及び向上に関する施策及び事業者の活動に反映される権利
- (7) 消費生活に関する教育を受け、及び学習の機会が提供される権利

## 2 計画の目指す姿

この計画では、目指す姿として、「持続可能な未来に向けた安全・安心で豊かな消費生活」を掲げています。

消費者は、安全が確保された商品・サービスを、正確で十分な情報に基づき選択し、適正な契約により購入することができ、万一消費者被害に遭ってしまった場合は速やかに救済されます。また、学校、地域等、多様な場で消費者教育を受ける機会が確保されています。

事業者の違法行為に対しては、厳正な処分等により、消費者被害の拡大・再発防止措置がなされます。

「持続可能な開発目標」(SDGs<sup>2</sup>)の達成のためには、消費生活に関わるすべての人が積極的に行動していく必要があることから、消費者・事業者・行政機関の共創によって、持続可能な未来に向け、誰一人取り残すことのない、安全・安心で豊かな消費生活の実現及びウェルビーイング<sup>3</sup>の向上を目指します。

<sup>1</sup>静岡県消費生活条例（平成11年静岡県条例第35号）61ページを参照

<sup>2</sup>2015年9月、国連総会において全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された国際目標。2030年までに国際社会が達成すべき17のゴールと169のターゲットが設定されている。

<sup>3</sup>身体的・精神的・社会的に良い状態にあることをいい、短期的な幸福のみならず、生きが

---

### 3 計画の位置づけ

---

静岡県消費者基本計画では、消費生活条例第8条の2に基づく「消費者行政推進基本計画」及び消費者教育推進法<sup>4</sup>第10条第1項に基づく「消費者教育推進計画」を、一体的に策定することにより、県の消費生活に関する施策を総合的に推進します。

また、「静岡県総合計画」（計画期間：2025年度から4年間）を補完し、特定課題に対応する分野別計画として、静岡県総合計画をはじめとする県のその他の関連計画とも整合をとりながら、施策を推進します。

---

### 4 計画の期間

---

この計画は、2022年度から2025年度までを計画期間とした「静岡県消費者基本計画」の後継となる第2次の計画にあたります。

計画の期間は、静岡県総合計画と期間を合わせ、2025年度から2028年度までの4年間とします。

ただし、計画の期間中であっても、社会情勢の急激な変化や関係法令、国の基本方針の変更等を勘案し、必要に応じて見直しを行います。

---

いや人生の意義などの将来にわたる持続的な幸福を含む概念。また多様な個人がそれぞれ幸せや生きがいを感じるとともに、個人を取り巻く場や地域、社会が幸せや豊かさを感じられる良い状態にあることも含む包括的な概念（出典：「第4期教育振興基本計画」（令和5年6月閣議決定））。

<sup>4</sup>消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）74ページを参照

## 第2章 消費者を取り巻く状況

### 1 消費者行政の状況

#### (1) 国の動き

消費者庁では、消費者基本法<sup>5</sup>に基づき、2025年3月に閣議決定された「第5期消費者基本計画」等のもと、様々な施策を実施しています。

とりわけ、地方消費者行政は、消費者政策の基盤であり、その体制整備は最重要政策課題の一つであり、消費生活センターの立ち上げ等を支援してきた地方消費者行政強化交付金の推進事業の活用期限<sup>6</sup>が到来する中、身近な相談窓口の充実などこれまで築き上げられた行政サービスの水準が低下することのないよう適切な対策を講ずるとともに、人口減少・高齢化の更なる加速やデジタル化等今後の地方消費者行政を取り巻く大きな課題に対し、地域の実情に応じて適切に対応できるよう、支援の在り方についても見直しを行っていくこととしています。

- 2022年、社会のデジタル化の進展や消費生活相談現場における新たな課題を踏まえ、消費生活相談のDX化等について目指す将来像等を示した「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン2022」を策定しました<sup>7</sup>。また、2026年には、PIO-NET<sup>8</sup>の新システムへの移行を予定しています。
- 2022年、靈感商法を含めた悪質商法対策への社会的な要請の高まりを受け、靈感等による知見を用いた勧誘に対する取消権行使範囲拡大等を内容として消費者契約法<sup>9</sup>及び独立行政法人国民生活センター法<sup>10</sup>を一部改正するとともに、不当寄附勧誘防止法<sup>11</sup>を制定し、2023年に施行しました。
- 2023年、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会を確保するため、いわゆるステルスマーケティング<sup>12</sup>について、景品表示法<sup>13</sup>第5条第3号に基づく不当表示として「一般消費者が事業者の表示であることを判別すること

<sup>5</sup>消費者基本法（昭和43年法律第78号）

<sup>6</sup>2017年度までに開始した事業について、最長9年間、人口5万人未満、かつ財政力指数0.4未満の自治体は最長11年間活用可能となっており、多くの地方自治体で2025年度又は2027年度に活用期限を迎える。

<sup>7</sup>2023年7月には、内容を改定した「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン2023」を公表した。

<sup>8</sup>「全国消費生活情報ネットワークシステム」の略称。各地の消費生活センター及び国民生活センターが受け付けた相談情報を蓄積したデータベース。

<sup>9</sup>消費者契約法（平成12年法律第61号）

<sup>10</sup>独立行政法人国民生活センター法（平成14年法律第123号）

<sup>11</sup>法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律（令和4年法律第105号）

<sup>12</sup>広告であるにもかかわらず広告であることを隠すこと。

<sup>13</sup>不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）

が困難である表示」が新たに指定されました<sup>14</sup>。

- 2024年、機能性表示食品において健康被害が発生したことを踏まえ、消費者庁では「機能性表示食品を巡る検討会」を設置し、機能性表示食品の安全性のあり方等について、報告書を取りまとめ、関連する法令や通知の改正・改廃を行いました。

**図表 1 消費者行政に関連する法律等の変遷**

年月	内容
2015年9月	「持続可能な開発目標」(SDGs)の採択
2016年4月	改正消費者安全法 <sup>15</sup> の施行 ・消費者安全確保地域協議会の設置、消費生活相談体制の強化、消費生活相談員の職及び資格試験制度の法定化
	改正景品表示法の施行 ・課徴金制度の導入
2016年10月	消費者裁判手続特例法 <sup>16</sup> の施行 ・集団的消費者被害回復制度の創設
2022年4月	改正民法の施行 ・成年年齢が20歳から18歳へ引下げ
2022年6月	改正特定商取引法 <sup>17</sup> の施行 ・電磁的方法によるクーリング・オフの導入 ・定期購入の明示義務化 等
2022年12月	不当寄附勧誘防止法の制定(2023年1月施行) ・法人等による不当な寄附の勧誘を禁止等
2023年1月	改正消費者契約法の施行 ・靈感商法に対する取消権行使範囲拡大等
	改正独立行政法人国民生活センター法の施行 ・再発防止を目的とした事業者名の公表等
2023年6月	改正特定商取引法の施行 ・契約書面等の電磁的方法による交付の導入
	改正消費者契約法の施行 ・契約の取消権の追加等
2023年10月	「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」の施行 ・ステルスマーケティングの規制
2024年10月	改正景品表示法の施行 ・課徴金制度の見直し及び直罰の新設等

<sup>14</sup>令和5年3月28日内閣府告示第19号。いわゆるステルスマーケティング告示。

<sup>15</sup>消費者安全法(平成21年法律第50号)

<sup>16</sup>消費者の財産的被害等の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律(平成25年法律第96号)

<sup>17</sup>特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号)

## (2) 県の動き

2022年4月より、消費者基本計画に基づき、国の交付金等を財源として、消費者教育、消費者相談、事業者指導等の施策を総合的に推進し、消費者被害の防止と救済に取り組んでいます。

また、国の交付金を財源として、市町に補助金を交付し、市町の相談体制の整備や消費者行政推進を支援しています。

- 高齢者のデジタル格差の解消のため、2023年度に、主に高齢者向けに、デジタル機器やサービスの安全・安心な使い方やインターネット上の消費者トラブルの対処法などを教える消費者教育講師を養成し、2024年度に「シニア向けデジタル活用出前講座」を開講しました。
- インターネット広告等をきっかけとした消費者トラブルの増加や、成年年齢引下げに対応するため、県内の学生と協働で、2022年度及び2024年度に消費者トラブル防止啓発動画「ちょっと待った！やばみちゃん」シリーズを制作しました。
- 持続可能な社会の実現に向け、県内のエシカルな商品を取り扱う事業者を集めたマルシェを開催するなど、エシカル消費の普及啓発を行いました。
- 灵感商法等の悪質商法の被害の未然防止のため、2023年度に県民向けの啓発セミナーの開催や、啓発リーフレットの制作を行いました。
- 警察や市町と連携し、消費者被害が疑われる情報を迅速に共有し、事業者に対して行政処分や指導を実施しました。食品関連事業者に対する表示適正化調査や、不当表示監視事業を実施し、不当表示については指導を行いました。

## (3) 市町の動き

県の補助金等を活用して相談体制の整備を進め、全35市町が消費生活相談窓口を設置し、専任の相談員を配置しています。

住民に身近な相談窓口として、相談対応に取り組んだほか、若者や高齢者等に対する消費者教育講座や啓発を実施し、消費者被害の防止に取り組んでいます。

- 2024年度末の県内の消費生活センター設置市町は、現在22市8町です。また、消費生活センターを設置していない1市4町においても消費生活相談員を相談窓口配置しています。(図表2)
- 消費者教育推進計画を策定している市町は8市1町です。また、富士宮市が新たに消費者教育推進地域協議会を設置し、協議会を設置した市町は7市1町となりました。(図表3)
- 地域のネットワークによる消費者被害防止のための見守り体制の構築を図るため、消費者安全法上の「消費者安全確保地域協議会」を南伊豆町、御殿場市、川根本町、沼津市、御前崎市が設置しました。(図表4)

**図表 2 県内市町における消費生活相談体制**

区 分	基本計画期間現在 (2025年 3月)
消費生活センター 設置	22市 8町 静岡市、浜松市、沼津市、三島市、富士宮市、島田市、富士市、 磐田市、焼津市、掛川市、藤枝市、御殿場市、袋井市、裾野市、 湖西市、御前崎市、菊川市、牧之原市、下田市、小山町、 清水町、函南町、東伊豆町、河津町、南伊豆町、松崎町、 西伊豆町、伊豆市、伊豆の国市、伊東市
消費生活相談員を 相談窓口配置	1市 4町 熱海市、長泉町、森町、吉田町、川根本町

※下田市、東伊豆町、河津町、南伊豆町、松崎町、西伊豆町の賀茂地域 1市 5町は、2016  
年に賀茂広域消費生活センターを県と共同で設置

**図表 3 県内市町における消費者教育推進計画策定状況**

区 分	第 2次教育推進計画期間 (2022年 3月)	基本計画期間現在 (2025年 3月)
消費者教育推進 計画策定	8市 1町 静岡市、浜松市、沼津市、 三島市、富士宮市、富士市、 御殿場市、島田市、小山町	8市 1町 静岡市、浜松市、沼津市、 三島市、富士宮市、富士市、 御殿場市、島田市、小山町
消費者教育推進 地域協議会設置	6市 1町 静岡市、浜松市、沼津市、 富士市、御殿場市、小山町、 三島市	7市 1町 静岡市、浜松市、沼津市、 富士市、御殿場市、小山町、 三島市、 <b>富士宮市</b>

※**太字**は、2022 年度以降に消費者教育推進地域協議会を設置した市町

**図表 4 県内市町における消費者安全確保地域協議会設置状況**

区 分	第 3次基本計画終了時 (2022年 3月)	基本計画期間現在 (2025年 3月)
消費者安全確保地 域協議会設置	1市 1町 富士市、東伊豆町	4市 3町 富士市、東伊豆町、南伊豆町、 御殿場市、川根本町、沼津市、 御前崎市

※**太字**は、2022 年度以降に消費者安全確保地域協議会を設置した市町

## 2 消費者基本計画の成果と課題

「1 自ら学び自立し行動する消費者の育成」「2 消費者被害の防止と救済」「3 商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化」「4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化」の4つの柱に基づき、消費者教育、相談対応と被害救済、事業者指導等の施策を実施してきました。指標の評価については、図表5のとおり、9つのうち7つの指標が目標達成に向けて順調に推移しています。

これまで、消費者被害の防止と救済に努めてきましたが、デジタル技術を悪用した手口が発生する一方で、旧来の訪問販売等の被害も減少しないことから、今後も引き続き、消費者教育による未然防止、消費者相談対応や悪質事業者の指導・処分に取り組む必要があります。

また、高齢化の更なる進行に伴い、高齢者の見守り・声かけ体制の整備を進めるため、引き続き、市町における消費者安全確保地域協議会を含む見守りネットワークの構築を支援するとともに、見守りに必要な情報提供を行う必要があります。

図表5 消費者基本計画の指標の状況

柱	指標名	2020 基準値	2025 目標値	2024 現状値	評価 区分
成果	消費生活相談における被害額	329千円/人	280千円/人 以下	488千円/人	基準値 以下
1	消費者教育出前講座実施回数(維持目標)	137回	毎年度 260回	308回 <sup>18</sup>	◎
	消費者教育講師のフォローアップ研修受講者数(維持目標)	139人	毎年度 300人	338人	○
2	消費生活相談員のスキルアップ研修受講者数(維持目標)	219人	毎年度 300人	387人	◎
	県及び市町の消費生活相談員が実施したあっせん解決率(維持目標)	93.5%	毎年度 94%	93.7%	○
3	HACCP実施状況監視率(維持目標)	—	毎年度 100%	100%	○
	景品表示法適正化調査件数(維持目標)	204件	毎年度 270件	278件	○
4	高齢者及び見守り者への消費者教育出前講座実施回数	18回	60回	96回	◎
	消費者安全確保地域協議会設置市町数	1市	16市町	7市町	●

※評価の方法は静岡県の新ビジョン(総合計画)と同様です。詳細は8ページを参照。

※被害額とは、相談時に聞き取った、相談案件に対して消費者が支払った額の平均額。

<sup>18</sup>うち、消費者教育講師派遣講座は217回。消費者教育講師の詳細は31ページ参照。

○成果指標

<維持目標以外>

区分	判断基準
目標値以上	「現状値」が「目標値」以上のもの
A	「現状値」が「期待値」の推移の+30%超え～「目標値」未満のもの
B	「現状値」が「期待値」の推移の±30%の範囲内のもの
C	「現状値」が「期待値」の推移の-30%未満～「基準値」超えのもの
基準値以下	「現状値」が「基準値」以下のもの

<維持目標>※毎年度目標達成

区分	判断基準
目標値以上	「現状値」が「目標値」以上のもの
B	「現状値」が「目標値」の85%以上100%未満のもの
C	「現状値」が「目標値」の85%未満のもの
基準値以下	「現状値」が「基準値」以下のもの

○活動指標

<維持目標以外>

区分	判断基準
◎	「現状値」が「期待値」の推移の+30%超えのもの
○	「現状値」が「期待値」の推移の±30%の範囲内のもの
●	「現状値」が「期待値」の推移の-30%未満のもの

<維持目標>※毎年度目標達成

区分	判断基準
◎	「現状値」が「目標値」の115%以上のもの
○	「現状値」が「目標値」の85%以上115%未満のもの
●	「現状値」が「目標値」の85%未満のもの

「成果指標」…施策・取組の成果を、客観的データにより定量的に示す指標

「活動指標」…施策の進捗状況を、客観的データにより定量的に示す指標

「基準値」…計画策定時(2020年度)の現状値

「目標値」…計画最終年度(2025年度)に達成すべき目標値

「現状値」…2024年度の実績値

「期待値」…計画最終年度(2025年度)に目標を達成するものとして、基準値から目標値に向けて各年均等に推移した場合における各年の数値



### 3 消費生活をめぐる現状と課題

#### (1) 消費生活相談に関する状況

##### ① 概要

静岡県内の消費生活相談の受付件数は、2万3千件から2万6千件程度の間で推移しています。

住民に身近な市町の消費生活相談体制の整備が進んだことにより、県全体の相談件数の約8割が市町で受付されています。

平均既支払額<sup>19</sup>は、2023年度に直近4年間で最高額となるなど、増加傾向となっています。

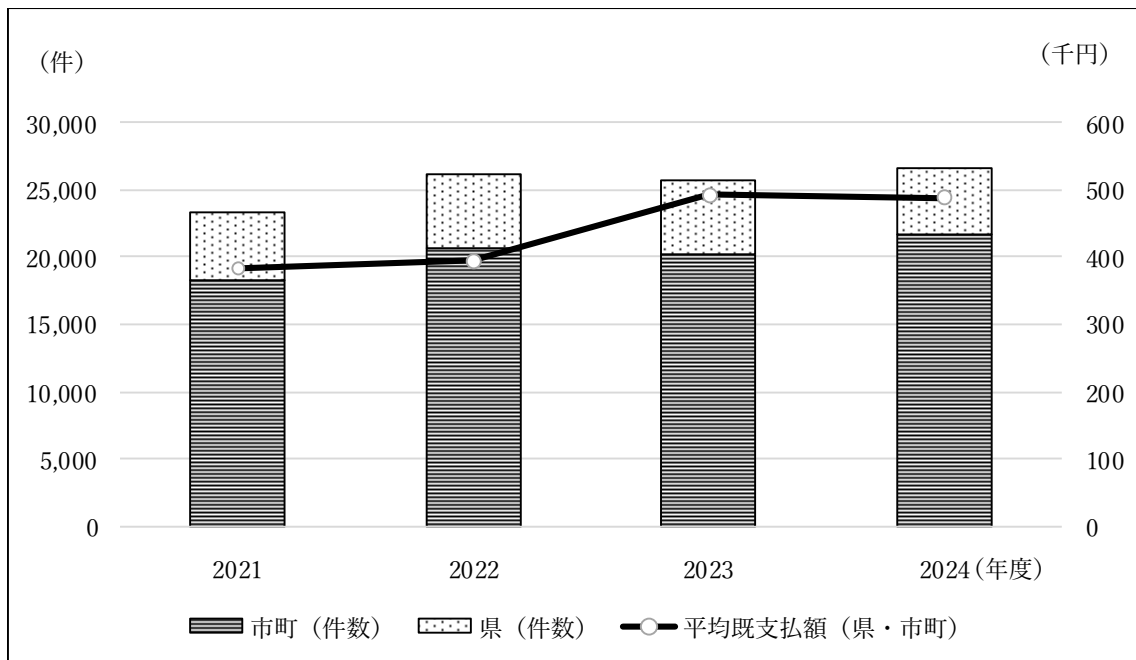
図表6 消費生活相談件数と平均既支払額の推移 (単位：件、千円)

区 分	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	前年度比
県の消費生活相談件数	5,010	5,467	5,452	4,978	91.3%
既支払額回答件数(A)	2,352	2,674	2,509	2,295	—
既支払額合計金額(B)	845,918	1,283,243	1,375,339	1,267,057	92.1%
平均既支払額(B/A)	360	480	548	552	100.7%
市町の消費生活相談件数	18,302	20,642	20,267	21,659	106.9%
既支払額回答件数(A)	7,913	8,826	8,565	8,310	—
既支払額合計金額(B)	3,084,472	3,256,061	4,069,824	3,912,600	96.1%
平均既支払額(B/A)	390	369	475	471	99.2%
県・市町の消費生活相談件数	23,312	26,109	25,719	26,637	103.6%
既支払額回答件数(A)	10,265	11,500	11,074	10,605	—
既支払額合計金額(B)	3,930,390	4,539,304	5,445,163	5,179,656	95.1%
平均既支払額(B/A)	383	395	492	488	99.2%

※PIO-NET データから集計したものである。以下同じ。

<sup>19</sup>支払額が0円（クレジットカードで購入・契約した商品・役務の代金がまだ引き落とされていない場合等）の相談を含み、支払額が不明な相談を除いたすべての相談の平均。

図表 6-2 消費生活相談件数と平均既支払額の推移



② 年齢層別

60歳以上の相談件数が全体の約半数を占めています。2024年度は、65歳以上の高齢者の相談件数が約4割、75歳以上の後期高齢者の相談件数にすると約2割を占めました。

また、60歳代、70歳以上の相談件数は、2022年度以降、増加傾向となっています。

図表 7 年齢層別相談件数の推移

(単位：件)

区分	2021年度		2022年度		2023年度		2024年度	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
20歳未満	491	2.5%	611	2.7%	516	2.3%	469	2.1%
20歳代	1,660	8.4%	2,025	9.1%	1,810	8.2%	1,685	7.4%
30歳代	2,022	10.2%	2,063	9.2%	1,910	8.7%	1,826	8.0%
40歳代	2,845	14.4%	3,005	13.4%	2,900	13.2%	2,636	11.5%
50歳代	3,328	16.8%	3,831	17.1%	3,670	16.7%	3,855	16.9%
60歳代	3,479	17.6%	3,914	17.5%	3,978	18.1%	4,281	18.8%
70歳以上	5,956	30.1%	6,921	30.9%	7,175	32.7%	8,074	35.4%
合計	19,781	100.0%	22,370	100.0%	21,959	100.0%	22,826	100.0%

※合計値は年齢不明を除いたものとする。

### ③ 販売購入形態別

近年、通信販売が最も多くなっており、店舗購入の約2倍となりました。一方で、新型コロナウイルス感染症の流行下では減少傾向にあった訪問販売が、2022年度以降増加傾向にあります。

図表8 販売購入形態別相談件数の推移 (単位：件)

区分	2021年度		2022年度		2023年度		2024年度		前年度比	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比		
店舗購入	4,454	26.6%	4,900	25.9%	4,639	25.1%	4,530	24.6%	97.7%	
特殊販売	訪問販売	2,262	13.5%	2,313	12.2%	2,446	13.2%	2,583	14.1%	105.6%
	通信販売	8,018	47.9%	9,587	50.7%	9,058	49.0%	8,839	48.1%	97.6%
	マルチ・マルチまがい	271	1.6%	204	1.1%	177	1.0%	110	0.6%	62.1%
	電話勧誘販売	1,252	7.5%	1,340	7.1%	1,484	8.0%	1,693	9.2%	114.1%
	ネガティブ・オプション	91	0.6%	106	0.6%	86	0.5%	79	0.4%	91.9%
	訪問購入	273	1.6%	361	1.9%	438	2.4%	408	2.2%	93.2%
	その他無店舗	107	0.7%	114	0.6%	150	0.8%	141	0.8%	94.0%
合計	16,728	100.0%	18,925	100.0%	18,478	100.0%	18,383	100.0%	99.5%	

※合計値は販売購入形態が不明・無関係（贈答品などで、購入者がどのような販売購入形態で入手したか不明なもの、販売・購入とは無関係な相談）を除いたものとする。

\*1 「訪問販売」

事業者が消費者の自宅を訪問して、商品や権利の販売又は役務の提供を行う契約をする取引。

\*2 「マルチ・マルチまがい」

マルチ商法・マルチまがい商法を指す。

マルチ商法とは商品やサービスを販売しながら会員を勧誘すると紹介料が得られるとして、消費者を販売員にして、会員を増やしながら商品を販売していく商法。特定商取引法で連鎖販売取引として規制されている。

マルチまがい商法とは実質はマルチ商法と同じでありながら、法律の定義に該当しないように装って規制を逃れているもの。

\*3 「ネガティブ・オプション」

送り付け商法。注文していない商品を、勝手に送り付け、その人が断らなければ買ったものとみなして、代金を一方的に請求する商法。

\*4 「訪問購入」

事業者が消費者の自宅等を訪問して、消費者の物品の購入を行う取引。

#### ④ 商品・サービス別

2023年度は点検商法を含む「屋根工事」に関する相談が急増し、上位となりました。

また、近年、安価なお試し価格を強調する広告をきっかけとする定期購入の事例が多い健康や美容関連の商品が増加傾向にあり、2024年度は「他の健康食品」「化粧クリーム」が上位となりました。

図表9 商品・サービス別の上位相談件数の推移 (単位:件)

順位	2021年度		2022年度		2023年度		2024年度	
	商品名	件数	商品名	件数	商品名	件数	商品名	件数
1	商品一般*1	2,123	商品一般*1	2,557	商品一般*1	2,616	商品一般*1	3,417
2	フリーローン・サラ金	715	フリーローン・サラ金	722	フリーローン・サラ金	793	他の健康食品*2	917
3	光ファイバー	677	他の健康食品*2	629	役務その他サービス	688	フリーローン・サラ金	841
4	賃貸アパート	581	光ファイバー	619	他の健康食品*2	671	役務その他サービス	763
5	他の健康食品*2	533	脱毛エステ	605	賃貸アパート	624	化粧クリーム	743
6	相談その他*3	488	賃貸アパート	589	光ファイバー	520	賃貸アパート	609
7	携帯電話サービス	477	電気	559	修理サービス	494	光ファイバー	540
8	電気	442	役務その他サービス	514	相談その他*3	426	相談その他*3	503
9	役務その他サービス	413	化粧クリーム	478	屋根工事	410	携帯電話サービス	479
10	修理サービス	385	相談その他*3	434	携帯電話サービス	392	脱毛エステ	461

\*1 「商品一般」

商品・役務が特定できないもの。ハガキによる架空請求はここに含まれる。

\*2 「他の健康食品」

ブランド品や商品名は分かるが、特定の成分区分に該当しない健康食品。ダイエットや筋肉増強などのサプリメントに関する相談はここに含まれる。

\*3 「相談その他」

頼母子講、不幸の手紙、チェーンレター、チェーンメール、保証人（個人対個人）、経営相談、労働問題、傷害・暴力、商品販売を伴わない民間のアンケート調査、インターネットに自分の写真が勝手に使われている（個人間のトラブルの場合）、電波障害に関する相談はここに含まれる。

## (2) 事業者指導に関する状況

悪質商法による被害の拡大を防止するため、不当取引事業者に対して特定商取引法による処分や指導を行っています。

また、実際の商品・サービスよりも良く見せかける表示等により、消費者が誤認させられることがあります。このような、虚偽・誇大な表示による不当な顧客の誘引を防止するため、景品表示法による処分や指導を行っています。

図表 10 特定商取引法等に係る指導等実績 (単位：件)

年度	事業者数	特定商取引法に係る処分・指導件数						割賦販売法 <sup>20</sup> に係る改善命令・指導件数		県消費生活条例に係る勧告・指導件数		
		業務停止命令		指示処分		業務禁止命令		指導	改善命令	指導	勧告	指導
		全国	全国	全国	全国	指導						
2021	16	0	13	0	13	0	14	14	0	0	0	16
2022	13	1	19	1	19	1	22	11	0	0	1	12
2023	18	1	12	1	15	1	10	14	0	0	1	17
2024	26	0	15	1	20	0	12	25	0	0	1	25

※県消費生活条例に基づく勧告は特定商取引法に基づく処分と同時に実施。

※県消費生活条例による指導のうち、2021年度2件、2022年度1件、2023年度3件は条例による指導のみ実施。その他は特定商取引法による指導と同時に実施。

図表 11 景品表示法に係る指導等実績 (単位：件)

年度	処分・指導件数計	内 訳		
		措置命令		指導
		全国	指導	
2021	67	1	4	66
2022	65	1	5	64
2023	61	0	3	61
2024	73	0	4	73

<sup>20</sup>割賦販売法（昭和36年法律第159号）

### (3) 消費者を取り巻く環境の変化と課題

#### ① デジタル技術の飛躍への対応

近年、モバイル端末<sup>21</sup>の普及に伴い、年代を問わずインターネットやSNSの利用が日常的なものとなり、誰もが手軽にオンラインで商品・サービスを購入することが可能となっています。2023年のインターネット等を利用した電子商取引の市場規模は約24.8兆円と推計されており、10年前の約2倍となっています(図表12)。また、インターネットでSNSを利用した人の割合<sup>22</sup>は79%、65歳以上であっても60.1%となり、近年増加傾向にあります。SNS上での広告や勧誘などが消費者の意思決定にも大きな影響を与えている一方、消費者トラブルのきっかけにもなっています。

本県における2024年度の消費生活相談においては、全体の相談件数約2万6千件のうち、「SNS関連」の相談件数が約2,700件、「インターネット広告」に関する相談件数が約4,000件と、いずれも2020年度の約2倍となっています。いずれの相談も、特に50歳代以上で相談件数が大きく増加しています(図表13、14)。

デジタル化の進展により、消費者が様々な情報を手軽に入手することができたり、時間や場所にとらわれず取引ができるなど、消費者の利便性や生活の質は向上しました。一方で、情報量の膨大さや、商品・サービスや取引・決済手段の選択肢の過多等により、取引環境が対面に比べて複雑化・多様化するため、消費者の年齢や教育水準、経済状況等に関わりなく、全ての消費者が消費者トラブルに遭う可能性が高くなることが懸念されています。

また、AIの技術の進展等により、事業者が消費者の様々な情報を収集・分析し、それに基づく消費者の属性や興味・関心に応じて個別に広告を行うターゲティング広告が可能となっています。このような個別化された取引は、消費者の選択を支援し、利便性を高めるという利点がある一方で、消費者の自立的な意思決定をゆがめる危険性等があります。現に、AI技術が、偽情報の作成・拡散等に悪用されたトラブルが生じており、今後消費者被害につながる手口がより巧妙化していくことも懸念されます。

加えて、近年では、事業者が低コストで取引環境を設計・デザインすることが可能になったことから、「ダーク・コマーシャル・パターン」<sup>23</sup>が拡大しており、取引環境の公正をゆがめることが懸念されています。

今後もデジタル化の進展に伴い、様々な技術が発展することが予想される中では、消費者のデジタルリテラシー<sup>24</sup>の習得・向上も含め、デジタル分野における消費者トラブルを防止するための対応が必要です。

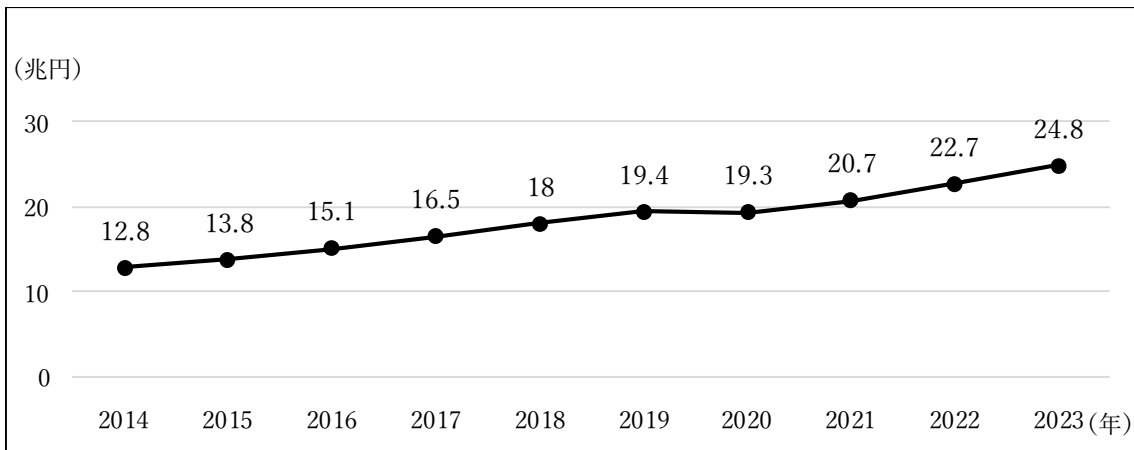
<sup>21</sup>携帯電話及びスマートフォンを含む。

<sup>22</sup>6歳以上の世帯構成員において過去1年間にインターネットを利用した目的(「令和6年通信利用動向調査(世帯編)令和6年統計表一覧(世帯構成員編)」(総務省))。

<sup>23</sup>オンライン事業者によるウェブサイトやアプリ設計等により、消費者を欺き、強要し又は操って、多くの場合消費者の最善の利益とはならない選択を消費者に行わせる手法。

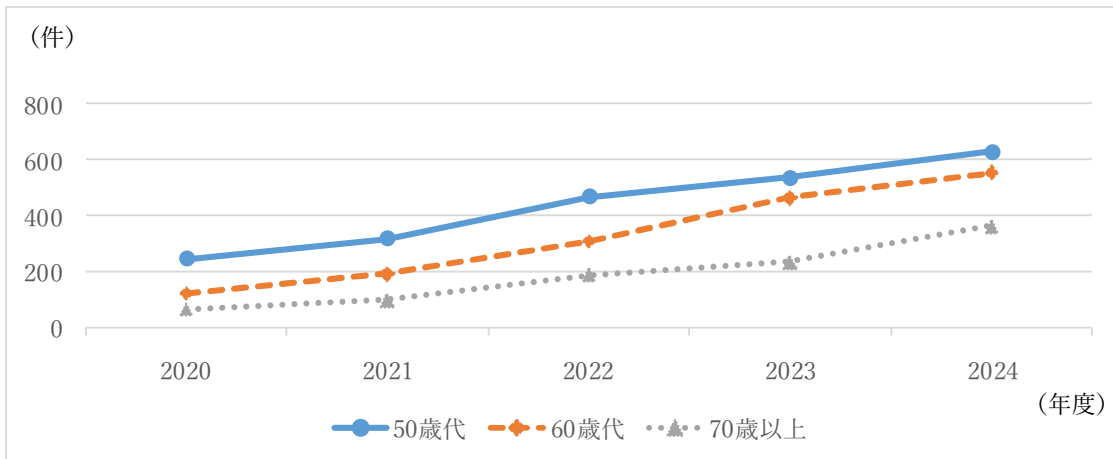
<sup>24</sup>デジタル技術に関する知識やデジタル機器・サービスを利用する能力。

図表 12 国内の消費者向け電子商取引市場規模の推移

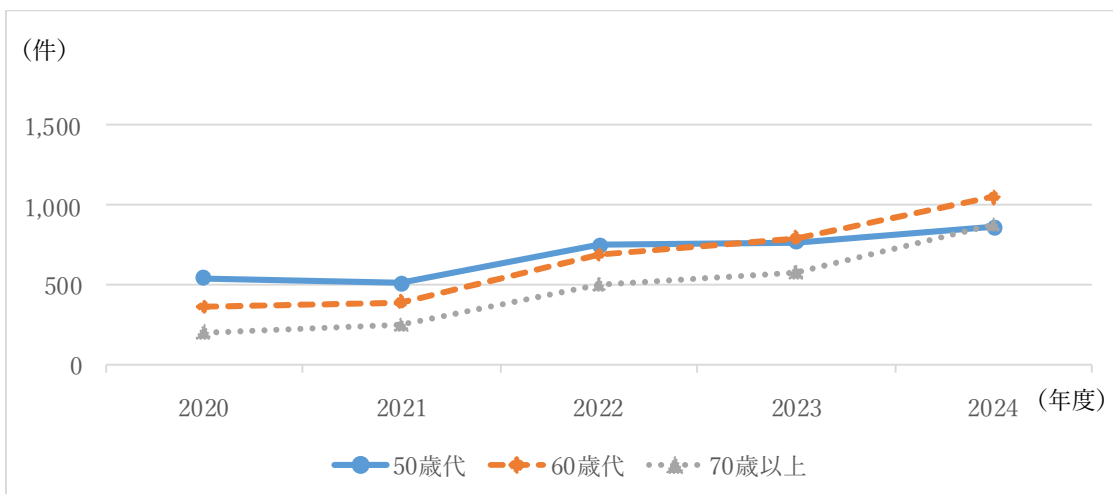


※出典：経済産業省「令和5年度電子商取引に関する市場調査」

図表13 50歳代以上の「SNS関連」の年代別相談件数



図表14 50歳代以上の「インターネット広告」の年代別相談件数



## ② 配慮を要する消費者の拡大

本県の高齢化率（65歳以上の人口割合）は、2025年4月現在、30.9%となっており、毎年増加しています。また、2030年には、本県の高齢化率は32.9%になると推計されており<sup>25</sup>、今後高齢化がより一層進行すると考えられます。

2024年度の本県の高齢者の消費生活相談件数は1万件を超え、2021年度からの3年間で約2千件増加しています。また、高齢者の相談件数の割合は、高齢化率を上回る勢いで増加しています。

高齢化が進行し、高齢者の単身世帯も増加しています。こうした中では、地域とのつながりが希薄となった高齢者は、消費者トラブルに遭っても周囲に相談しにくくなり、消費者被害のさらなる増加や深刻化が懸念されます。

加えて、認知症等の高齢者本人は、契約や消費者被害に関する情報が不足しやすいことに加えて、消費者被害に遭っているという認識が低かったり、被害に気がついていても周囲に相談しないなど、問題が顕在化しにくいということも考えられます。

今後、高齢化が進行する中では、加齢に伴う認知機能や身体機能の低下と共に、消費生活に配慮を要する消費者の拡大が見込まれます。しかし、日常生活や社会生活における影響、程度は人によって異なるため、高齢者の被害を防止するにあたっては、高齢者一人ひとりの特性に配慮する必要があります。他の年代と同様、本人への消費者教育・啓発が有効ですが、一方で、認知機能の低下が見られる高齢者に対しては、周囲が見守り、早期に異変に気づき、消費生活センター等の相談窓口につなぐことが大切です。そのため、高齢者の家族や介護事業者などの周囲の「見守り者」への情報提供・注意喚起や、多様な主体と連携した地域での見守り体制構築が必要となっています。

また、2022年4月に民法が改正され、成年年齢がこれまでの20歳から18歳に引下げられました。本県における18～19歳の相談件数は、成年年齢引下げ前と比べて大きな変化はありませんが、平均既支払額は増加傾向にあります。加えて、商品・サービス別相談件数で見ると、「他の内職・副業」「賃貸アパート」など、これまで20～21歳で多く見られた相談が、18～19歳でも増加している傾向があります。

社会経験の少ない若者は、契約に関する知識が不足しており、また、気軽に契約してしまう危険があります。また、SNS等で知り合った人を信じて、投資や副業のトラブルに巻き込まれてしまうだけではなく、マルチ商法等では、友人等を勧誘し、自身が加害者になってしまう事例も見られます。

今後も引き続き、高校生や大学生、新社会人など若者がトラブルに遭わない力を身につけるために消費者教育を実施するとともに、消費者被害の深刻化を防ぐために、被害に遭った場合の相談窓口を周知する必要があります。

<sup>25</sup> 「日本の地域別将来推計人口 令和5年(2023)推計」(国立社会保障・人口問題研究所)



図表 15 65歳以上の相談件数と平均既支払額の推移 (単位：件、千円)

区分		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
前期高齢者 (65～74歳)	相談件数	3,880 (16.6%)	4,375 (16.8%)	4,360 (17.0%)	4,615 (17.3%)
	平均既支払額	525	355	501	442
後期高齢者 (75歳以上)	相談件数	3,859 (16.6%)	4,482 (17.2%)	4,787 (18.6%)	5,614 (21.1%)
	平均既支払額	455	349	507	405
合計 (65歳以上)	相談件数	7,739 (33.2%)	8,857 (33.9%)	9,147 (35.6%)	10,229 (38.4%)
	平均既支払額	491	352	504	423
(参考) 全体	相談件数	23,312	26,109	25,719	26,637
	平均既支払額	383	395	492	488

※カッコ内は全相談のうち、各年齢の相談件数の占める割合。年齢不明を含めて算出した。

図表 16 18～19歳の相談件数と平均既支払額の推移 (単位：件、千円)

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
相談件数	190	269	235	182
平均既支払額	86	98	126	140

図表 17 18～19歳と20～21歳の商品・サービス別相談件数(2024年度)(単位：件)

	1位	2位	3位	4位	5位
18～19歳	脱毛エステ 22	賃貸アパート 13	商品一般 10	他の健康食品 7	他の内職・副業 7
20～21歳	脱毛エステ 42	商品一般 23	他の内職・副業 23	役務その他サービス 20	医療サービス 16
(参考) 全体	商品一般 3,417	他の健康食品 917	フリーローン・サラ金 841	役務その他サービス 763	化粧クリーム 743

(参考) 静岡県の高齢化率(4月1日現在)

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
前期高齢者 (65～74歳)	14.5%	14.4%	13.9%	13.4%	13.0%
後期高齢者 (75歳以上)	15.4%	15.8%	16.5%	17.3%	17.9%
高齢化率 (65歳以上)	29.9%	30.2%	30.4%	30.7%	30.9%

※発表：静岡県健康福祉部長寿政策課

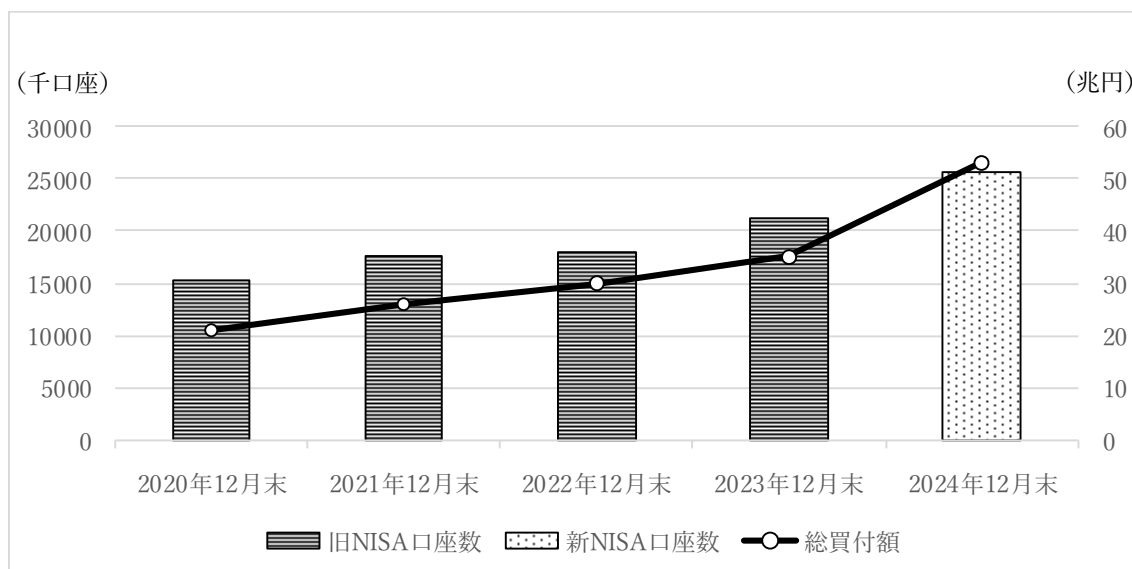
### ③ 投資意識の高まりとトラブルの増加

2022年に、国は、家計金融資産の半分以上を占める現預金を投資に繋げることで、「成長と資産所得の好循環」を実現させることを目指した「資産所得倍増プラン」を決定し<sup>26</sup>、2024年1月からは、NISA（少額投資非課税制度）の抜本的拡充・恒久化が行われました。2024年12月末には、前年同時期と比べて、NISAの口座数は約400万口座、総買付額は約15兆円増加するなど、資産形成や投資への関心が高まっています（図表18）。

一方で、SNSやインターネット広告をきっかけに、投資に関する消費者トラブルに巻き込まれ、多額の被害に遭う人も増加しています。このようなトラブルの中には、生成AI等のデジタル技術を悪用して著名人になりすました広告によるものや、マッチングアプリ等を通じて恋愛感情につけ込んだものもあり、相手を信じて多額のお金を振り込んでしまうケースがあります。県内の投資等に関する相談の平均既支払額は近年急激に増加しており、2024年には、前年に比べて平均既支払額が約3割増加するなど、被害が深刻化しています（図表19）。

投資への関心は今後も高まることを見込まれるため、投資のリスクも理解し、また、「簡単にもうかる」や「絶対に損はしない」といった甘い言葉にだまされないように、お金の仕組みや価値、使い方を理解し、将来的な経済的自立を促進するための金融経済教育や消費者教育を通じて啓発していくことが必要です。

図表18 NISAの利用状況の推移



※出典：金融庁「NISA口座の利用状況調査」

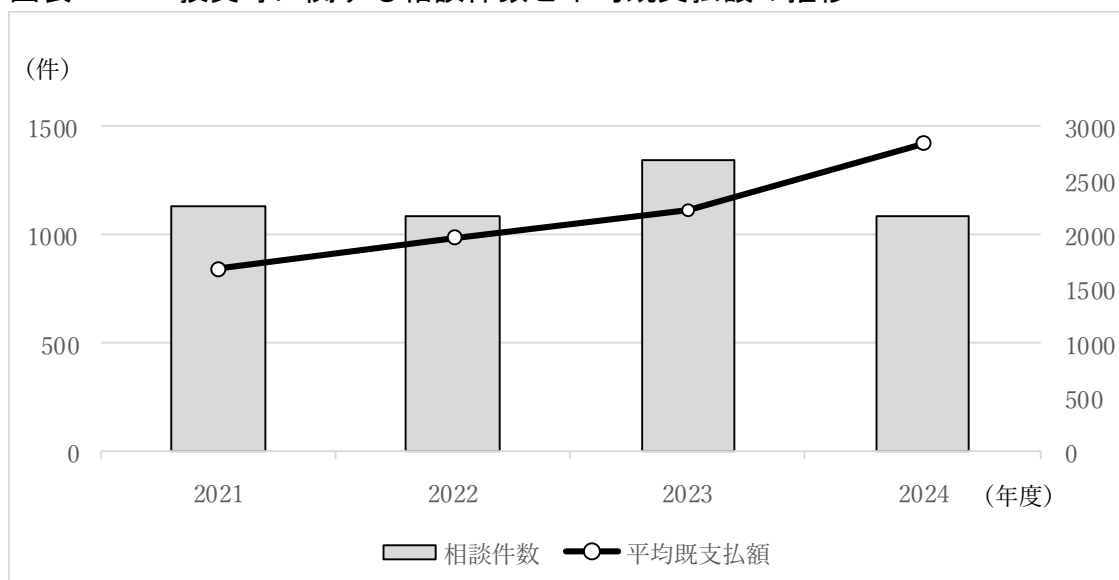
※2013年12月末以前の計数（「旧NISA口座数」及び「総買付額」）については、一般NISAとつみたてNISAの合計値。

<sup>26</sup>2022年11月28日新しい資本主義実現会議決定。

図表 19 投資等に関する相談件数と平均既支払額の推移 (単位：件、千円)

	2021 年度	2022 年度	2023 年度	2024 年度
相談件数	1,135	1,089	1,341	1,084
平均既支払額	1,686	1,973	2,226	2,844

図表 19-2 投資等に関する相談件数と平均既支払額の推移



#### ④ 災害時等の消費行動への対応

近年、全国各地で地震や台風、豪雨による自然災害が激甚化・頻発化しており、本県でも被害が発生しています。南海トラフ巨大地震の今後30年以内の発生確率は80%程度<sup>27</sup>と推測されており、本県においても甚大な被害が予測されています。2024年8月に「南海トラフ地震臨時情報（巨大地震注意）」が初めて発表された際には、買いだめにより防災用品が品薄になるなど、消費生活に大きな影響が出ました。

また、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行時には、マスクやアルコール消毒製品等が一時的に品薄になる中で、買いだめや不確かな情報の拡散、インターネット上での転売等が見られました。

このような災害時等においては、被災に便乗した悪質商法や、自宅の屋根等の補修工事や保険金請求代行といった被災者の弱みにつけ込むだけでなく、被災者支援を装った義援金詐欺など、第三者の善意につけ込んだ卑劣な手口も発生します。

自然災害や感染症は今後も発生することが予測されるほか、戦争や世界市場の変動など、世界情勢が消費生活に影響を与えることもあります。災害時等においても冷静かつ適切な行動ができるよう、災害時等の消費生活に関する

<sup>27</sup>地震調査研究推進本部地震調査委員会発表（2025年1月15日）。2025年1月1日現在の発生確率。

る知識と理解を深めるための消費者教育を日頃から行うことが必要です。

また、災害時等は焦り等から平時と比べて冷静な行動や判断ができなくなることから、消費者トラブルに遭う危険性が高まります。国や市町等と緊密に連携して最新の消費者トラブル情報を収集し、SNSやホームページ等を通じた迅速な情報発信や注意喚起を行う必要があります。

## ⑤ 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり

2015年9月に国連で採択された持続可能な開発のための2030アジェンダの中で、「持続可能な開発目標」(SDGs)として17の目標と169のターゲットが掲げられました。SDGsの12番目の目標では、「つくる責任、つかう責任」として、持続可能な生産と消費が掲げられ、人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることが盛り込まれており、全ての国が対策を講じることとされています。

SDGsの達成に向けて、消費者・事業者・行政機関のパートナーシップを強化し、持続可能な消費社会の形成に取り組む必要があります。



## 第3章 消費者施策の展開の方向

第2章で記載した消費者を取り巻く状況に的確に対応し、持続可能な未来に向け、誰一人取り残すことのない、安全・安心で豊かな消費生活を実現するため、以下の4つの施策の柱をまとめました。また、柱ごとに重点施策を設定しました。

<b>1 自ら学び自立し行動する消費者の育成</b>	
(1) 持続可能なくらしの実現に向けた県民意識の醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>① エシカル消費の推進</li> <li>② 環境に配慮したライフスタイルの普及啓発</li> </ul>
(2) ライフステージに対応した多様な場における消費者教育・啓発の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 学校等における消費者教育</li> <li>② 地域等における消費者教育</li> <li>③ 消費生活に関連するその他の教育との連携</li> <li>④ 消費者団体・事業者団体等、多様な主体との連携</li> </ul>
(3) 消費者教育の担い手の資質向上	
(4) 社会の変化に応じた消費者教育	<ul style="list-style-type: none"> <li>① デジタル分野における消費者教育</li> <li>② 災害時等の消費行動における消費者教育</li> <li>③ カスタマーハラスメントと消費者教育</li> </ul>
<b>2 消費者被害の防止と救済</b>	
(1) 消費者相談への対応と情報提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 消費生活相談のデジタル化と担い手確保</li> <li>② 高度化・複雑化する相談への対応</li> <li>③ 被害拡大防止のための情報提供</li> </ul>
(2) 消費者の特性に配慮した支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 高齢者の見守り</li> <li>② 障害のある人の見守り</li> <li>③ 外国人への対応</li> <li>④ 勤労世代への対応</li> <li>⑤ 多重債務者等への対応</li> </ul>
(3) 苦情処理と紛争解決	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 消費生活センター等でのあっせん</li> <li>② 消費者団体訴訟制度、その他の紛争解決手段</li> </ul>

<b>3 商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化</b>	
(1) 食の安全、製品等の安全の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>①生産から消費までの食の安全の確保</li> <li>②製品・サービス等の安全の確保</li> <li>③適正な事業活動促進のための指導</li> </ul>
(2) 適正な取引の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>①不当取引事業者に対する処分・指導</li> <li>②事業者への啓発・注意喚起</li> <li>③適正な計量</li> </ul>
(3) 適正な表示の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>①不当表示事業者に対する処分・指導</li> <li>②表示適正化調査の実施</li> <li>③デジタル広告における不当表示への対応強化</li> <li>④事業者への啓発・注意喚起</li> </ul>
<b>4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化</b>	
(1) 地域での消費者行政推進体制の確保	
(2) 消費者教育・啓発における連携の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>①市町との連携</li> <li>②消費者・事業者等、多様な主体との連携</li> </ul>
(3) 消費者相談・支援における連携の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>①市町との連携</li> <li>②消費者・事業者等、多様な主体との連携</li> </ul>
(4) 事業者指導における連携の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>①市町との連携</li> <li>②消費者・事業者との連携</li> </ul>

○成果指標

指標	2024 基準値	2028 目標値
人口 10 万人あたりの消費者被害件数 (PIO-NET データから県民生活課算出)	391 件	368 件

成果指標として「人口 10 万人あたりの消費者被害件数」を設定しました。

本指標である消費者被害件数とは、県と市町の窓口で受け付けた消費生活相談において聞き取った、相談時点ですでに消費者が事業者と契約をしていた相談の件数です。人口 10 万人あたりとすることで、人口の変化に影響されことなく、被害件数の推移を測ります。

消費生活相談の中には、契約後の相談では被害の回復が困難なものがあります。これまで契約後に相談をしていたような人が、契約前に相談するようになれば、消費者被害件数は減少します。

また、消費生活相談は、被害の未然防止にも繋がる消費者市民社会の一員としての行動といえるため、消費者被害件数の減少は、消費者被害が減少したことだけでなく、消費者教育で得た知識の浸透度や消費生活センターの認知度も測ることができます。

これらのことから、消費者教育、消費者相談と被害の救済、事業者指導の取組の成果を表す指標として設定しました。

### 静岡県消費者基本計画の施策と持続可能な開発目標(SDGs)の関係

	大柱	主に関連する目標
1	自ら学び自立し行動する消費者の育成	           
2	消費者被害の防止と救済	     
3	商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化	    
4	消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化	

※小柱ごとに関連する目標については、84 ページを参照。

## 1 自ら学び自立し行動する消費者の育成

消費者が消費生活に関する知識を習得し、自立した消費者として適正な行動がとれるよう、イメージマップ<sup>28</sup>を活用し、ライフステージや場の特性に対応した消費者教育を推進します。

誰一人取り残すことなく、全ての消費者が、消費者トラブルから自らを守るために必要な知識等を身につけるとともに、自らの消費行動が未来の経済社会や地球環境に影響を及ぼしうることを自覚し、持続可能な社会の形成に積極的に参画することができるよう、「消費者市民社会」の理念を普及します。

### ○活動指標

指標	2024 基準値	2028 目標値
消費者教育出前講座実施回数（高校生消費者教育出前講座を除く）（維持目標） （県民生活課調査）	149 回	毎年度 150 回
教員向け消費者教育実践講座受講者数 （維持目標） （県民生活課調査）	24 人	毎年度 30 人

### 消費者市民社会<sup>29</sup>

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

持続可能な社会の形成は、SDGsの採択により、世界的に重要な課題となりました。消費者がSDGsについて学ぶことは、SDGsの達成に貢献するだけでなく、消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成につながります。

また、消費者市民社会の形成は、消費者被害の防止にもつながります。被害に遭ったときに消費生活センター等に相談することは、被害情報の共有により社会的問題を解決することでもあり、消費者市民社会の一員としての行動といえます。

<sup>28</sup>生涯の発達段階（ライフステージ）において、消費生活の特徴的な場面ごとに、消費者としての諸能力を身につけることができるよう、体系的プログラムの学習要素を図で示したもの。82 ページを参照。

<sup>29</sup>出典：「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（平成 25 年 6 月閣議決定、平成 30 年 3 月変更、令和 5 年 3 月変更）



## 重点施策 エシカル消費の推進

エシカル消費とは、人や社会、環境に配慮した消費行動をいいます。

「エシカル」を直訳すると倫理的という意味ですが、決して義務的なものではありません。困っている誰かのためにという消費の動機が自らの買う喜びに直結しているように、一人ひとりが環境保全や社会貢献の視点で主体的に選択することは、地球上の誰かを幸せにし、自らの心も豊かにし、本県の県政運営に共通する考えとして取り入れている「ウェルビーイング」の向上にもつながるものです。

「持続可能な開発目標」(SDGs)の達成のため、貧富の差の拡大や環境破壊などの課題を解決しながら、持続可能な経済成長に貢献する「エシカル消費」を推進します。

## 重点施策 デジタル分野での消費者トラブルの防止に対応した消費者教育の推進

社会のデジタル化が急速に進み、誰もが手軽にオンラインで商品・サービスを購入できるようになった一方で、SNSやインターネット広告といったデジタル広告をきっかけとした消費生活相談が急増しています。

AI等のデジタル技術の進歩により、事業者が消費者の属性や興味・関心に応じて個別に広告を行うターゲティング広告や、生成AIを用いた偽広告など、トラブルの内容も複雑化・多様化しています。

消費生活におけるデジタルリテラシーの向上など、デジタル分野での消費者トラブルの未然防止に向けた消費者教育に重点的に取り組んでいきます。

### (1) 持続可能なくらしの実現に向けた県民意識の醸成

#### ① エシカル消費の推進

##### ア 消費者への普及啓発

エシカル消費には、環境保全や社会貢献の視点から商品・サービスを選択する様々な消費行動が含まれる<sup>30</sup>ため、一人ひとりが、自らの価値観やライフスタイルに合わせた消費行動を選択し、実践していくことが重要です。また、消費活動自体が未来に向けた投資であるとの意識の下、人や社会・環境に配慮して消費者自ら考えるエシカル消費を通じて、消費者が自分らしい選択ができ、地域のつながりなどの社会の豊かさを実現できるようになることから、本県の県政運営に共通する考えとして取り入れているウェルビーイングの向上にもつながるものです。

本県では、障害福祉サービス事業所で作られた「福産品」の継続的な購入を呼びかける「福産品一人一品運動」、地産地消や有機農業などの環境保全型農業の推進など、関連する様々な取組を行っています。

<sup>30</sup>エシカル消費の詳細は、27 ページ「SDGs とエシカル消費」を参照。

様々な消費行動や取組について、ホームページやSNS等の多様な広報ツールを活用した情報提供や、普及啓発を行います。

## イ 事業者への普及啓発

消費者だけでなく、事業者にも、SDGsを達成するための自主的な取組が求められています。「消費者志向経営」<sup>31</sup>の考え方により、人や社会、環境に配慮したエシカルな商品・サービスを生産する、あるいは取り扱うなど、環境保全や社会貢献に向けた取組をすることで、消費者から共感を得ることができ、本業での成功・顧客満足度の向上と、持続可能な生産・消費の実現の両立が可能となることを啓発します。

## ウ 学校における消費者教育

学校においては、小学校、中学校、高等学校の学習指導要領<sup>32</sup>の前文に「持続可能な社会の創り手となることができるようにすることが求められる」と明記されたことから、児童生徒の発達段階を踏まえ、持続可能な社会の形成につながる消費者教育を推進します。

特に、小中学生は、消費者としての素地を形成する上で重要な時期であることから、自らの消費行動が環境や社会に与える影響について学習する機会とするため、小中学校においてSDGsとエシカル消費に関する出前講座を開催します。

## エ 食品ロス削減の取組

食品ロス削減推進法<sup>33</sup>第11条の規定に基づき定められた第2次基本方針<sup>34</sup>に基づき、本県でも地域の取組の発信等を通じて、食品ロスの削減の推進に取り組みます。

## ② 環境に配慮したライフスタイルの普及啓発

気候変動、海洋プラスチックごみ、生物多様性の損失などの環境問題が地球規模で深刻化する中、本県でも、「第4次静岡県環境基本計画」や「第4次静岡県地球温暖化対策実行計画」に基づき、2050年のカーボンニュートラル<sup>35</sup>を目指す脱炭素社会に向けた取組や、循環型社会に向けた取組等を行います。

<sup>31</sup>事業者が、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こと。

<sup>32</sup>小学校学習指導要領及び中学校学習指導要領は平成29年告示、高等学校学習指導要領は平成30年告示。

<sup>33</sup>食品ロスの削減の推進に関する法律（令和元年法律第19号）

<sup>34</sup>食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（第2次基本方針）（令和7年3月閣議決定）

<sup>35</sup>温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させること。2020年10月、国は、2050年のカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現を目指すことを宣言し、本県でも、2021年2月に宣言を行った。

日々のライフスタイルが環境に与える影響を認識し、省エネルギーの推進、廃棄物の削減、資源の再利用・再資源化等、県民一人ひとりが環境に配慮したライフスタイルを実践することを目指し、具体的な行動を起こすきっかけとなるよう、啓発を実施します。

## SDGsとエシカル消費

エシカル消費には、フェアトレード商品や福産品（授産品）の購入（人への配慮）、地場産品の購入や、県産農林水産物の消費を促進する地産地消、地元の商店街の商品や被災地の商品等を購入する応援消費（社会への配慮）、エコマークなどの環境認証ラベルのついた商品や、リサイクル商品、有機農産物などの環境にやさしい農産物の購入（環境への配慮）のほか、食品ロスの削減、マイバッグを使用した買い物など、様々な消費行動が含まれます。

実践することで、SDGsの12番目の目標「つくる責任、つかう責任」はもちろんのこと、「貧困をなくそう」「人や国の不平等をなくそう」「気候変動に具体的な対策を」「海の豊かさを守ろう」「陸の豊かさも守ろう」など、様々な目標の達成に貢献することができ、1つの目標を達成することで、他の目標にも波及していきます。

## （2）ライフステージに対応した多様な場における消費者教育・啓発の推進

### ① 学校等における消費者教育

学校においては、社会科や家庭科を中心に学習指導要領の消費者教育に関する内容が充実された<sup>36</sup>ことを踏まえ、契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任に対する理解を着実に育んでいきます。また、学校における消費者教育を推進するため、教員を対象に、最新の消費者トラブルや具体的な指導方法等について取り扱う教員向けの研修や情報提供に力をいれていきます。

特に、社会に出たばかりの若者の消費者被害を防止するため、高校生、大学生、専門学校生を対象とする消費者教育に重点的に取り組みます。近年は「簡単にもうかる」といった誘い文句で勧誘される怪しいもうけ話等をきっかけに、若者が被害者だけではなく、加害者になってしまう事例もあるため、加害者にならないための教育も実施します。

GIGAスクール構想<sup>37</sup>により、1人1台端末が使用できるICT環境が

<sup>36</sup>「現代的な諸課題に対応して求められる資質・能力」として、「消費者に関する教育（現代的な諸課題に関する教科等横断的な教育内容）」が示された。

<sup>37</sup>1人1台端末と、高速大容量の通信ネットワークを一体的に整備することで、多様な子どもたちを誰一人取り残すことなく、公正に個別最適化し、資質・能力が一層確実に育成できる教育ICT環境を実現すること、教師・児童生徒の力を最大限に引き出すことを目指す構想。公立小中学校、特別支援学校小中学部・高等部及び県立高等学校においては、

整備されたことから、デジタル教材も活用しながら、児童生徒の学習意欲を喚起し、理解を深めます。

## ア 高等学校・特別支援学校

在学中に成人となる高校生は、契約などの消費生活に関する基礎知識や、クレジットカードなどのキャッシュレス決済やリボルビング払い<sup>38</sup>の仕組みなどを十分理解する必要があります。教員向けの研修や情報提供を通じて、家庭科等の授業における消費者教育の実施を支援するとともに、必要に応じて、公立高等学校、特別支援学校高等部、私立高等学校において、消費者教育教材「社会への扉」等を活用した消費者教育出前講座を実施します。

## イ 大学・専門学校

入学をきっかけに一人暮らしを始めるなど、消費生活をめぐる環境が大きく変化する新入生を対象として、入学時のガイダンスなどの機会に、契約などの消費生活に関する基礎知識を身につけるための出前講座を実施し、若者に多い最新の消費者トラブル事例などについて啓発します。

## ウ 小中学校

小中学校での消費者教育は、市町と連携して実施し、状況に応じて、県が出前講座を実施するなど、市町を支援します<sup>39</sup>。

近年、小中学生であっても、オンラインゲーム等を通じて意図せず高額な請求を受けたり、低価格を強調するお試し広告をきっかけに意図せぬ定期購入の契約を結んだりするなど、インターネットやSNSに関するトラブルに巻き込まれる事例が見られます。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、情報モラル<sup>40</sup>・情報リテラシー<sup>41</sup>の向上を図ります。

## エ 若者への啓発

ホームページやSNS等、若者に効果的な広報ツールを活用しながら、市町とも連携し、若者に多い最新のトラブル事例等について啓発を行います。また、「消費者ホットライン188」、消費生活センターなどの相談窓口について周知を行います。

---

1人1台端末が整備された。

<sup>38</sup>クレジットカードの利用金額や利用件数にかかわらず、あらかじめ設定した一定の金額を月々支払う方式。

<sup>39</sup>公立小中学校は市町が所管する。私立小中学校、特別支援学校は所管する県が実施。

<sup>40</sup>情報社会で適正な活動を行うための基になる考え方と態度。

<sup>41</sup>コンピュータ等の情報手段を適切に用いて情報を得たり、情報を整理・比較したり、得られた情報をわかりやすく発信・伝達したり、必要に応じて保存・共有するなどの、情報活用能力。

## ② 地域等における消費者教育

地域においては、高齢者向けの消費者教育を重点的に実施します。

### ア 高齢者

高齢者向けの消費者教育は、市町と連携して実施し、状況に応じて、県が出前講座を実施するなど、市町を支援します。自治会や老人クラブ（シニアクラブ）などの地域の集会や、公民館や図書館などの社会教育施設等が消費者教育の場となりうることから、市町と連携して新たな教育の場を開拓します。

近年、インターネット通販等を利用する高齢者が増加したため、デジタル化に十分対応できない高齢者の消費者被害増加が懸念されています。クレジットカードなどのキャッシュレス決済の仕組みなど、デジタル技術を利用する際の様々なリスクを回避できる知識を身につけ、安全・安心に利用することができるよう、2024年度に開講した「シニア向けデジタル活用出前講座」を継続的に実施し、デジタル・リテラシーの向上を図ります。

### イ 家庭

未就学児を含む全てのこどもの保護者に対する消費者教育が有効です。家庭教育支援員<sup>42</sup>や学校のPTA、保護者会等を通じて、保護者に対し、未成年者取消権やこどもに多いトラブル事例、こどものインターネットトラブルを未然に防ぐ方法などについて情報提供します。

### ウ 職域

社会人に対しては、事業者団体・労働団体等と連携し、団体が実施する研修などの機会に出前講座を実施します。特に、新社会人は、就職と同時に消費生活をめぐる環境が変化し、社会経験も浅いことからトラブルに巻き込まれやすいと考えられるため、新社会人向けの研修などの機会に積極的に実施します。

職域での消費者教育は、事業者への教育・啓発の機会でもあり、事業者一人ひとりが消費者としての立場から活動し、消費者のことを第一に考える事業者の育成につながります。

---

<sup>42</sup>県が開催する養成講座等で家庭教育の知識とスキルを学んだ地域の人材。

## エ 地域での啓発

消費者一人ひとりが、必要な情報を確実に受け取ることができるよう、対象者に応じた内容と広報ツールを活用して啓発を行います。市町と連携しながら、ホームページ、SNS、広報誌等の多様な広報ツールを活用し、最新のトラブル事例等について啓発を行うほか、「消費者ホットライン188」、消費生活センターなどの相談窓口について周知を行います。また、外国人や障害のある人が、情報を受け取りやすくするため、「やさしい日本語<sup>43</sup>」を活用し、啓発を行います。

消費者月間(5月)や消費者被害防止月間(12月)には、県・市町が同時にキャンペーンを展開することで、消費者に直接働きかけるだけでなく、マスメディアでの報道を通じた効果的な広報活動を行います。

### ③ 消費生活に関連するその他の教育との連携

環境教育、食育、国際理解教育、金融経済教育、人権教育、防災教育、ユニバーサルデザイン<sup>44</sup>に関する教育など、目的、内容や対象範囲は異なっても、消費者教育と重なる教育は多くあり、これらの関連教育と連携することで相乗効果が期待できます。

教育の実施主体に対して、消費者教育への理解を促進し、連携を図ります。

### ④ 消費者団体・事業者団体等、多様な主体との連携

消費者教育を効果的に推進するため、静岡県消費者教育推進県域協議会<sup>45</sup>において情報交換や意見交換を行い、弁護士・司法書士等の専門家、消費者団体、事業者団体、労働団体、福祉団体、静岡県金融広報委員会、NPO等、多様な主体との連携を図ります。

弁護士・司法書士等の法律の専門家等と連携するなど、多様な人材を講師として出前講座を実施します。

消費者団体と連携し、SDGsの達成に向けたエシカル消費の普及、消費者被害防止をテーマとする地域での出前講座を実施します。

生活協同組合では、環境保全活動や社会貢献活動を行うほか、人や社会、環境に配慮する商品・サービスの取扱いが進んでいます。生活協同組合と連携しながら、SDGsの達成に向け、エシカル消費や環境に配慮したライフスタイルの普及啓発に取り組みます。

事業者団体、労働団体と連携し、社会人に対して、団体が実施する研修などの機会に出前講座等を実施します。

---

<sup>43</sup>難しい言葉を言い換えるなど、相手に配慮したわかりやすい日本語。外国人、子ども、高齢者、障がいのある人など、様々な人に役立つ表現方法の一つ。

<sup>44</sup>年齢、性別、身体、言語など、人々が持つ様々な特性や違いを超えて、すべての人が暮らしやすいまち、もの、環境をつくっていく考え方。ユニバーサルデザインを取り入れた商品・サービスの購入は、エシカル消費の一つと考えられる。

<sup>45</sup>2024年8月までの名称はふじのくに消費者教育推進県域協議会。

また、2024年4月に新たに金融経済教育推進機構（J-FLEC）<sup>46</sup>が設立されるなど、近年、金融経済教育の推進が図られています。本県においては、静岡県金融広報委員会と連携し、若者や高齢者等を対象に、金融経済教育と併せて、消費者教育を行います。なお、金融経済教育の推進に当たっては、投資や資産形成に関する知識等を扱う一方で、投資をしないという選択肢があることを踏まえ、投資に偏重した教育とならないように留意します。

### （3）消費者教育の担い手の資質向上

成年年齢引下げを契機に、学習指導要領において消費者教育の内容が充実されたことを踏まえ、教員が授業の中で消費者教育に取り組むことがより一層重要となっています。学校での消費者教育を支援するため、主に家庭科の教員を対象とし、契約の基礎知識や最新の消費者トラブル、お金の使い方等の消費者教育を行うための具体的な指導方法や指導のポイント等についての研修を実施するほか、随時情報提供を行います。

また、学校や地域において消費者教育出前講座の講師となる消費者教育講師<sup>47</sup>人材バンク登録者<sup>48</sup>や消費生活相談員、行政職員等の資質向上を図る研修を実施します。

### （4）社会の変化に応じた消費者教育

#### ① デジタル分野における消費者教育

##### ア デジタル化の進展と消費者教育

デジタル技術の急速な進歩により、生活が日々便利になる一方で、デジタル技術を駆使した勧誘手法の巧妙化や誤認しやすい広告の増加などに伴う消費者トラブルも増加しています。

AIの技術の進展等により、事業者が消費者の様々な情報を収集・分析し、それに基づく消費者の属性や興味・関心に応じて個別に広告を行うターゲティング広告が可能となっています。このような個別化された取引は、消費者の選択を支援し、利便性を高めるという利点がある一方で、消費者の自立的な意思決定をゆがめる危険性等があります。

また、生成AIを悪用した誤情報の拡散や、なりすまし広告や偽広告とい

---

<sup>46</sup>「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（平成12年法律第101号）に基づき設立された認可法人。金融広報中央委員会（事務局：日本銀行）、全国銀行協会、日本証券業協会が発起人となり、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いる。

<sup>47</sup>消費者教育出前講座などの消費者教育の機会を様々な場で提供していくための担い手として、静岡県で養成した講師。これまでに、2017年度、2022年度、2023年度の3回にわたり養成。

<sup>48</sup>消費者教育講師人材バンクの登録講師は、2025年7月現在、72人・5団体。

った問題も発生しています。

加えて、ダーク・コマーシャル・パターンによって、消費者を誤認させたり、焦らせたりすることで、消費者の購買行動が左右されることも懸念されています。

今後、このようなデジタル技術を駆使した勧誘手法が次々に生まれてくることが予測されます。

このほかにも、消費者は商品やサービスを購入する際、SNS等の投稿やレビューサイトの口コミなどの他者の感想を参考にすることがあります。しかし、それらが第三者の投稿やコメントに見せかけた事業者の広告である場合があります。こういった表示は、ステルスマーケティングと呼ばれ、消費者にとって、事業者の広告であると判断することが困難である一方で、消費者の選択に影響を与えるものです。

消費者は、自分がインターネット上で入力した情報が事業者側の広告に利用されている場合があること、表示されている広告等の情報は、「間違った情報かもしれない」「ステルスマーケティングかもしれない」と疑うことなど、消費生活において必要な情報リテラシーやクリティカル・シンキング<sup>49</sup>を身につけることが必要です。出前講座やホームページ、SNS等を活用した啓発を通じて、消費者がこのような力を身につけられるように努めます。

また、近年、デジタル技術を悪用した著名人のなりすまし広告やSNS等をきっかけとする投資・もうけ話に関する消費者トラブルが急増しています。このようなトラブルは被害が高額化しやすく、また、被害の回復が困難であることから、ホームページやSNS等を通じて、啓発を行います。

## イ 高齢者等に対するデジタル分野の消費者教育

近年、社会のデジタル化により、スマートフォン等のデジタル機器を活用した消費活動が盛んになる一方で、高齢者を中心に、デジタル化に十分対応できない人も多く、デジタル・デバイド<sup>50</sup>の解消が重要な課題となっています。また、デジタル化に十分対応できない高齢者等が、インターネット通販やキャッシュレス決済を利用することで消費者トラブルに巻き込まれたり、SNSを通じて知り合った人やデジタル広告を簡単に信用したことによる消費者トラブルに遭うこともあります。

2024年度から開講している、主に高齢者を対象として、デジタル機器やサービスの安全・安心な使い方やインターネット上の消費者トラブルの対処法等を教える「シニア向けデジタル活用出前講座」を継続的に実施することで、デジタル・デバイドの解消や情報リテラシーの向上に努めます。

<sup>49</sup>多様な観点からその妥当性や信頼性を吟味し、考えを深めること。

<sup>50</sup>インターネットやパソコン等の情報通信技術を利用できる者と利用できない者との間に生じる格差。



## ② 災害時等の消費行動における消費者教育

### ア 災害時等における消費活動に関する消費者教育

災害時やその他の非常事態においては、どのような消費者であっても、冷静な行動を取ることができなくなり、不確かな情報の拡散や、不確かな情報に影響を受けた物資の買いだめなどが発生します。

災害時等においても、合理的な消費活動を取ることができるよう、ローリングストック<sup>51</sup>等の物資の備蓄や緊急時のマニュアルの確認等の備えについて、平時からホームページやSNSを通じた啓発を行います。

### イ 災害時等に便乗した悪質商法等に関する消費者教育

大規模な災害が発生すると、被災地に限らず、災害に便乗した悪質商法が発生します。このような悪質商法は、被災した消費者の焦りや、被災地を応援したいと思う消費者の善意につけこむものです。

これまでに発生した事例等について、平時からホームページ等を通じて啓発を行うとともに、災害等が発生した際には、国や市町等と緊密に連携して最新の消費者トラブル情報を収集し、SNS等を活用し注意喚起することで、消費者に対して迅速な啓発を行います。

## ③ カスタマーハラスメントと消費者教育

近年、消費者からの就業者に対する正当な理由がない過度な要求、暴言、長時間の拘束などのカスタマーハラスメントに係る問題が深刻化しています。カスタマーハラスメントは、就業者の人格又は尊厳を害するだけでなく、働く意欲の低下、離職による人材不足及び安定した事業活動への支障を生じさせ、社会の持続的な発展に悪影響を及ぼすものであり、社会全体でその防止が図られなければならないものです<sup>52</sup>。

その一方で、消費者が、消費者市民社会の一員として事業者適切に意見を伝えることは、事業者が提供する商品・サービスの改善につながり、特に、事業者の問題行動等に対する申入れは、消費者の正当な権利の行使です。

消費者が正当な意見を伝える適切な方法を取得することで、消費者の声は事業者を受け止められ、双方の信頼関係を構築し、持続可能な消費の基礎となることから、カスタマーハラスメントや消費者の権利と責任の正しい知識について、出前講座やホームページ、SNS等を通じて啓発を行います。

---

<sup>51</sup> 普段の食品を少し多めに買い置きしておき、賞味期限を考えて古いものから消費し、消費した分を買い足すことで、常に一定量の食品が家庭で備蓄されている状態を保つための方法。

<sup>52</sup> 本県においては、静岡県カスタマーハラスメント防止条例（令和7年静岡県条例第48号）が2026年4月1日から施行予定である。

## 2 消費者被害の防止と救済

消費者からの相談への対応等を通じ、消費者被害の発生の防止と、被害者救済に努めます。

消費生活相談員の確保及び資質向上を図り、誰一人取り残すことがないよう、消費者一人ひとりの特性に配慮しながら、高度化・複雑化・多様化する消費者相談に適切に対応します。

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取り入れるなど、消費者の利便性の向上を図ります。

### ○活動指標

指標	2024 基準値	2028 目標値
県及び市町の消費生活相談員の研修参加率 (県民生活課算出)	96.4%	100%
県及び市町の消費生活相談員が実施したあっせん解決率 <sup>53</sup> (維持目標) (県民生活課算出)	93.7%	毎年度 94%

### 重点施策 消費者相談体制の強化

デジタル化の進展により、時間や場所が制約されないインターネット取引の普及や決済サービスの多様化等により、生活が便利になりました。その一方で、情報量や商品・サービス、取引・決済手段の選択肢が膨大にあることから、年齢や経済状況等に関わりなく、すべての消費者が消費者トラブルに遭う可能性が高まることが懸念されています。また、AI等のデジタル技術の悪用により、消費者トラブルの複雑化・多様化も懸念されています。

このような状況において、被害の未然防止や早期の相談につなげるため、デジタル技術も活用することで、すべての世代が相談しやすい消費者相談体制の強化に努めます。

#### (1) 消費者相談への対応と情報提供

##### ① 消費生活相談のデジタル化と担い手確保

社会のデジタル化が急速に進んでいることを背景に、若年層を中心にコミュニケーション手段に変化が見られ、対面や電話以外の相談方法へのニーズが高まっていることや、人口減少や高齢化等の課題が進行する将来を見据え、国では消費生活相談のDX化を進めています。2026年10月に導入される予

<sup>53</sup>県及び市町の相談員が実施したあっせんのうち、契約通り履行、解約・取消、返金等が行われるなど何らかの解決をみたものをあっせん解決という。あっせん解決件数を、あっせん件数(あっせん解決+あっせん不調)で割ったものを「あっせん解決率」とする。

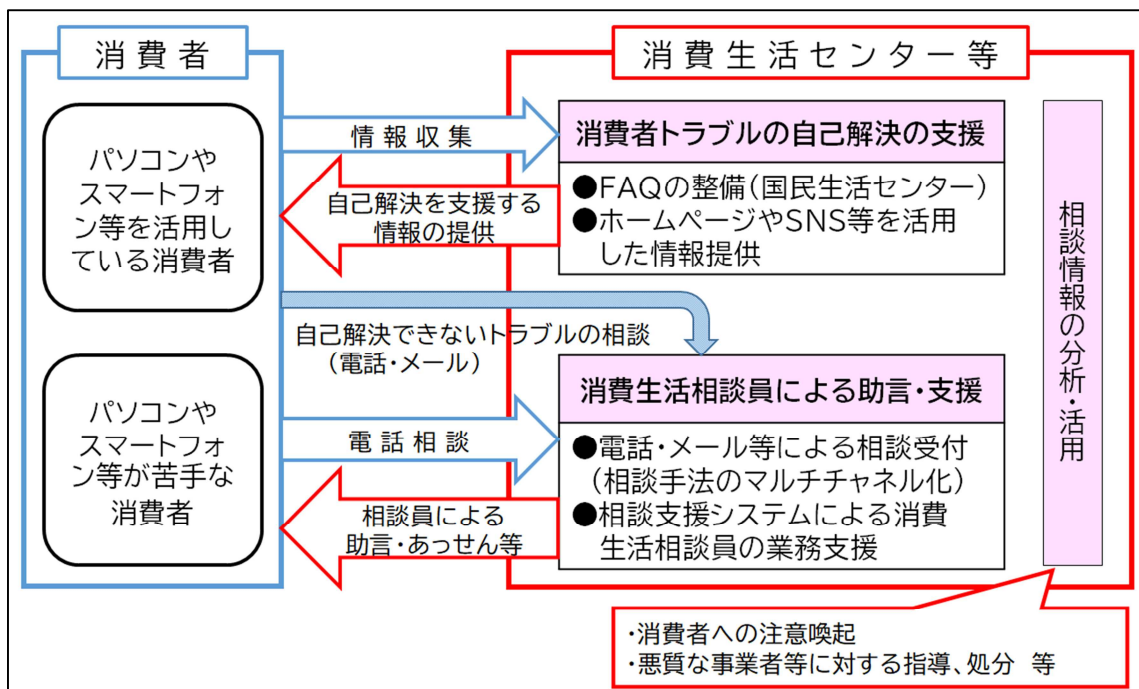
定のPI0-NETの新システムにおいては、消費者向けFAQの充実など、消費者の自己解決支援を強化する一方で、相談業務の効率化・高度化や消費生活相談員の負担軽減や担い手確保等の観点から、相談支援システムにより消費生活相談員の業務支援が行われます。また、相談情報の分析機能も強化される予定です。

本県においても、新システムへの円滑な移行によって相談体制の強化を図ります。また、新システムを活用したメールによる消費者相談を開始し、相談手法のマルチチャネル化を図ることで、電話や来所での相談が困難な消費者にも相談の機会を提供します。

また、2016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法律上に位置付けられ、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。他方、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。

県では、県内の相談体制の維持・拡充を図るため、国が開催する消費生活相談員養成講座等を活用し、新たな相談員の養成と資格未取得の相談員の支援を行います。また、資格保有者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への情報提供を行います。

### <新システム移行後の消費生活相談体制のイメージ>



(消費者庁資料をもとに静岡県が作成)

## ② 高度化・複雑化する相談への対応

デジタル化の進展等により、高度化・複雑化した相談に臨機応変に対応するとともに、消費者に対する適確な情報提供を行うため、PIO-NET データ等を活用した最新の相談情報の収集・分析を行います。

県・市町の相談員に対しては、法改正、デジタル化等に対応する最新の知識を拡充し、相談員が様々な事案に臨機応変に対応できるよう、弁護士・司法書士などの専門家等による研修や、事例検討会等、資質向上のための研修を実施します。

なお、市町では、一人で相談対応をしている相談員も少なくないため、オンライン・オンデマンド研修を活用し、相談員が参加しやすい環境を整えます。

また、県の相談員が市町を随時訪問するなど、市町の相談員と情報交換を行うほか、市町において、広域的見地を必要とする事案や対応困難な事案が発生した際には、県の相談員が支援します。市町への支援を強化するため、県民生活センターに指定消費生活相談員<sup>54</sup>を設置することを検討し、併せて、その職務と能力に見合う適切な勤務条件となるよう改善に取り組んでいきます。

高度な専門知識が必要な事案に関しては、必要に応じて、弁護士や司法書士といった専門家から、法的助言や指導をいただきます。

## ③ 被害拡大防止のための情報提供

消費者事故等による被害の発生や拡大の防止を図るため、消費者庁から消費者安全法に基づく注意喚起情報が提供された際には、県ホームページ等で速やかに周知します。

食中毒や重大な食品事故等の緊急情報や注意喚起のほか、残留農薬や食品添加物等の食品安全検査結果等についても、適時、情報を周知します。

災害時や新興感染症拡大時などの緊急時には消費者の不安につけこむ悪質商法が増加するため、国や市町等と緊密に連携しながら、被害情報を収集・共有し、消費者に情報提供します。

---

<sup>54</sup>市町の行う消費生活相談及びあっせんの事務の実施に関し、助言等の援助を行うことを職務とする知事が指定した相談員。相談員試験に合格し、5年以上の実務経験が必要。

## (2) 消費者の特性に配慮した支援

### ① 高齢者の見守り

#### ア 高齢者相談窓口等との連携

高齢化の進行とともに、認知症患者等の判断力が低下している人や高齢者単身世帯が増加しています。このような高齢者は、被害に遭っていることを自身が認識していなかったり、社会から孤立していて相談できる人がいないなど、被害が表面化しにくいことから、家族をはじめとした周囲の「見守り者」が早期に異変に気づき、消費生活センター等の相談窓口につなぐことが大切です。

地域では、地域包括支援センターや民生委員・児童委員が、高齢者が住み慣れたまちで安心して暮らしていけるよう、生活に関する様々な問題について、本人や家族等からの相談に応じています。消費者被害に関する相談は、速やかに消費生活相談窓口につなぐことができるよう、連携を図ります。

また、市町と連携しながら、地域包括支援センター、民生委員・児童委員、社会福祉協議会、介護事業者など、高齢者の見守り者に対し、見守りのポイントやトラブル事例などについて情報提供を行います。

#### イ 消費者安全確保地域協議会等の設置

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、2019年に消費者安全法上の消費者安全確保地域協議会を設置し、消費者の安全確保のための取組に関する協議や情報交換、意見交換を行っています。

地域においても、消費者安全確保地域協議会の設置や、既存の見守りネットワークの活用を通じて、消費者行政部局だけではなく、福祉<sup>55</sup>部局や地域包括支援センター、福祉・介護事業者等の見守り者や、消費者団体、まちづくり・地域づくり活動団体、金融機関・小売・流通事業者等の民間事業者、警察等、多様な主体が連携して、孤独・孤立に陥りがちな高齢者に対し、よりきめ細やかに、継続して見守り活動に取り組む必要があります。

協議会や見守りネットワークの設置主体は市町となることから、県は、福祉等の関係部局とも連携しながら、設置の働きかけや情報提供などを通じ、協議会の設置や既存の見守りネットワークの活用を支援します。

---

<sup>55</sup>例えば、重層的支援体制整備事業と消費者安全確保地域協議会の積極的な連携の促進が重要である（「重層的支援体制整備事業と消費者安全確保地域協議会制度との連携について」令和3年10月1日付け社援地発1001第1号・消地協発236号厚生労働省社会・援護局地域福祉課長、消費者庁地方協力課長通知）。

見守りの効果	
被害の早期発見と救済	被害を早期発見し、消費生活センターの助言やあっせんによる解決を図る。
被害の拡大防止	被害情報を共有し、地域へ注意喚起し、悪質事業者を指導する。
被害の再発防止	被害に遭った高齢者を成年後見制度、必要な福祉サービス等につなぐ。

## ② 障害のある人の見守り

### ア 障害のある人の相談窓口等との連携

高齢者と同様に、被害に遭いやすい障害のある人についても、地域での見守り活動が必要です。

地域では、相談支援事業所や民生委員・児童委員が、障害のある人の生活に関する様々な問題について、本人や家族等からの相談に応じています。消費者被害に関する相談は、速やかに消費生活相談窓口につなぐことができるよう、連携を図ります。

また、相談支援を効果的に実施するため、市町が設置している地域自立支援協議会<sup>56</sup>では、相談支援に関する課題や取組状況等を共有しています。県は、地域自立支援協議会に対し、相談支援体制整備のための技術的助言や、見守りに関する情報提供を行います。

### イ 消費者安全確保地域協議会等の設置

障害のある人についても、今後、市町で設置する消費者安全確保地域協議会や見守りネットワークにおいて相談支援事業所等を構成員とし、地域で一体的に見守り活動を実施していくことが有効であると考えられるため、県は、市町の協議会の設置等を促進します。

## ③ 外国人への対応

2024年度の外国人県民の人口は約12万人、県人口の3.1%程度を占め<sup>57</sup>、近年増加傾向となっています。

日本語に不慣れた外国人県民からの相談に対しては、やさしい日本語や国の通訳支援等を活用し対応します。

また、「静岡県多文化共生総合相談センター かめりあ」に外国人県民から消費生活被害に関する相談があった際は、消費生活相談窓口につなぐことができるよう、連携を図ります。

<sup>56</sup>地域の関係者が集まり、個別の相談支援の事例を通じて明らかになった地域の課題を共有し、その課題を踏まえて、地域のサービス基盤の整備を着実に進めていく役割を担うため、障害者総合支援法に基づき設置されている。

<sup>57</sup>在留外国人統計（令和6年12月末現在）及び静岡県の推計人口（令和7年1月1日現在）

#### ④ 勤労世代<sup>58</sup>への対応

デジタル化の急速な進展により、年齢や経済状況等に関わりなく、すべての消費者が消費者トラブルに遭う可能性が高まることが懸念されています。

勤労世代は、老後の資金や子育て費用等、金銭的な関心が高く、他の年代に比べて、投資やもうけ話に関する消費生活相談件数が多い傾向にあります。

また、自身が消費者トラブルに巻き込まれるだけでなく、消費者トラブルに遭った親やこどもから相談を受ける立場でもあります。

勤労世代やその家族の消費者トラブルの未然防止や早期の相談につながるため、事業者団体・労働団体等とも連携し、消費生活相談窓口や消費者ホットライン188の周知に努めます。

また、仕事や介護、育児等で多忙な勤労世代が相談しやすいように、PIO-NETの新システムを活用したメール相談を実施し、電話や来所が難しい勤労世代にも相談の機会を提供します。

#### ⑤ 多重債務者<sup>59</sup>等への対応

2010年に改正貸金業法<sup>60</sup>が施行され、多重債務に関する相談は大幅に減少しましたが、現在、物価の急激な上昇が続いており、今後、多重債務問題が再燃することも考えられます。

県では、消費者安全確保県域協議会において、多重債務問題の状況を把握し、必要な対応をするための情報交換・意見交換を行うほか、弁護士・司法書士による多重債務相談を実施します。

一口に「多重債務」といっても、その背景や要因は様々であるため、多重債務者の置かれている状況を把握し、適切な支援につなげる必要があります。

例えば、失業等で経済的に苦しい状況になり、借金の返済が難しく、多重債務に陥ってしまった場合には、生活困窮者自立支援相談窓口等と連携を図ります。また、ギャンブル等依存症<sup>61</sup>やゲーム依存症<sup>62</sup>等の疾患が疑われる場合には、県精神保健福祉センター等の相談機関と連携を図ります。

また、2022年には、靈感商法によるトラブルが社会的に問題になりました。靈感商法には、開運商法や多額の寄付等の消費者トラブルの側面だけではなく、家族の被害や脱退の難しさなど、様々な問題が内包されていることから、法テラス等の関係する相談窓口との連携を図ります。

<sup>58</sup>本計画においては、30歳代から60歳代の働き盛りの世代を指す。

<sup>59</sup>消費者金融等に複数債務を抱え、その返済が困難となっている人。

<sup>60</sup>貸金業法（昭和58年法律第32号）の改正では、いわゆる「グレーゾーン金利」を廃止し、借入れ限度額を年収の3分の1までとする総量規制が導入された。

<sup>61</sup>ギャンブル等にのめり込んでコントロールができなくなる精神疾患の一つ。IR推進法（特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律（平成28年法律第115号））の成立を契機に、対策が強化された。

<sup>62</sup>ゲームに過度にのめりこむことにより、日常生活や社会生活に著しい悪影響を及ぼす精神疾患の一つ。2019年5月、WHO（世界保健機関）により国際疾病分類が改定され、ゲーム障害が行動嗜癖による障害として位置付けられている。

これ以外にも、様々な事情により社会から取り残され、孤独・孤立に陥っている消費者の被害を未然に防止できるよう、相談体制を整備するとともに、関係機関が連携を図り、必要な支援につなげます。

消費者一人ひとりの置かれている状況を把握し、その特性に配慮しながら、誰一人取り残すことがないよう支援を行います。



### (3) 苦情処理と紛争解決

#### ① 消費生活センター等でのあっせん

消費者トラブルについて、消費者が消費生活センター等で助言を受けて自ら解決することが困難な場合は、相談員があっせんを行っています。

あっせんとは、事業者と消費者の間の主張を調整し、交渉することです。例えば、クーリング・オフや契約解除ができる契約であっても、事業者側が応じない場合には、相談員が消費者に代わって事業者と交渉することができます。

あっせんは、県民生活センターや市町の消費生活センター・消費生活相談窓口で行っており、県民にとって最も身近な解決手段<sup>63</sup>となっています。

県民生活センターでは、市町との連携を図りつつ、広域の見地を必要とする事案や、市町のみでは対応困難な事案についても扱います。

#### ② 消費者団体訴訟制度、その他の紛争解決手段

消費者団体訴訟制度とは、国が認定した適格消費者団体が、不特定多数の消費者の利益を擁護するために、事業者の不当な行為の差止めや、不当な行為による被害の回復を求めて、訴訟をすることができる制度<sup>64</sup>です。

現在、県内には認定を受けた消費者団体がありません。県民の紛争解決の手段を確保し、より利用しやすくするため、本制度の周知を図るとともに、適格消費者団体の設立を引き続き支援します。

また、訴訟以外の紛争解決手段として、裁判外紛争解決手続<sup>65</sup>（ADR）があります。実施主体は、裁判所、行政機関・行政関係機関（消費生活センター、静岡県消費生活審議会の苦情処理部会、国民生活センター）、弁護士会や司法書士会等の民間団体で、手段として、あっせん、調停<sup>66</sup>、仲裁<sup>67</sup>があります。

県民生活センターでは、事案に応じて適切な紛争解決手段を選択できるよう、国民生活センター等の関係機関や弁護士・司法書士等の専門家と連携して相談に対応していきます。

---

<sup>63</sup>2024年度の県内の相談窓口でのあっせん件数は2,705件（うち、県は234件）で、相談件数全体の約10%となっている。

<sup>64</sup>適格消費者団体の認定を受けると、事業者の不当行為の差止請求訴訟が可能。加えて、特定適格消費者団体の認定を受けると、不当行為による集団被害の回復を求める訴訟が可能。

<sup>65</sup>ADR（Alternative Dispute Resolution）は、民事上のトラブルについて、当事者と利害関係のない公正中立な第三者が、当事者双方の主張を聴き、専門家としての知見を活かして、当事者同士の話し合いを支援し、合意による紛争解決を図るもの。

<sup>66</sup>調停人の仲介によって調停案が提示され、これに当事者が同意すれば解決する仕組み。

<sup>67</sup>中立的第三者（仲裁人）が仲裁を行うもので、仲裁判断は判決と同じ効力を持つ。

### 3 商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化

消費者が安心して消費生活を送れるよう、商品やサービスの安全を確保します。また、消費者が自主的で合理的な選択をすることができるよう、早期の事業者指導や厳正な行政処分により、取引や表示の適正化に取り組みます。

#### ○活動指標

指標	2024 基準値	2028 目標値
HACCP <sup>68</sup> 実施状況監視率 (維持目標) (衛生課調査)	100%	毎年度 100%
景品表示法適正化調査件数 (維持目標) (県民生活課調査)	278 件	毎年度 270 件

#### 重点施策 デジタル広告の監視の強化

近年、ウェブやSNS等に表示されるデジタル広告をきっかけとする消費生活相談件数が増加しており、2024年度の相談件数は2019年度の約2倍となりました。デジタル広告は、AIを活用して属性やインターネット上の行動履歴にあわせて表示されることも多いため、消費者の関心を引きやすく、消費者被害が後を絶ちません。

デジタル技術は日々進歩しており、今後もデジタル技術を活用した表示の複雑化・巧妙化が想定されることから、監視手法を最新化するためデジタル広告監視の先進都県との研修・情報交換等を行い、デジタル広告に重点を置いた監視手法の整備・運用に努め、監視を強化します。

違反行為が疑われる場合には、表示の削除や改善を求めるなどの指導を行い、法令違反を確認した場合には、厳正な処分を行います。

また、監視で得た消費者被害につながりやすいデジタル広告の傾向等について、ホームページ等を通じて消費者に随時注意喚起を行い、被害の未然防止に努めます。

#### (1) 食の安全、製品等の安全の確保

##### ① 生産から消費までの食の安全の確保

本県では、2003年から「しずおか食の安全推進のためのアクションプラン」を策定し、生産から流通・消費に至る総合的な食の安全確保に取り組んできました。

<sup>68</sup> 「Hazard Analysis and Critical Control Point」の略称。事業者自らが、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因を除去又は低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法。

生産段階では、農畜水産物の安全確保を図るため、生産者に対し関係法令の周知と順守を徹底します。農薬や動物用・水産用医薬品の適正な使用について指導し、農薬については、定期的に残留モニタリング検査を行います。

また、生産者の自主的な衛生管理を推進するため、GAP<sup>69</sup>の取組を支援します。

製造・加工・調理段階においては、食品製造施設等への監視指導や食品検査を実施し、食中毒など食品を原因とする健康被害の発生や、違反食品等の発生を防止します。

流通・消費段階では、市場・販売店等における監視指導や流通食品の検査を実施することで違反又は不良食品の排除を徹底します。

輸入食品や健康食品についても、監視指導及び検査を行います。

また、2021年6月にHACCPに沿った衛生管理が制度化され、原則全ての食品等事業者がHACCPに沿った衛生管理を実施することとなり、その定着を図ってきました。引き続き、製造・加工、調理、流通の各段階におけるHACCPに沿った衛生管理を推進し、事業者自らが検証できるよう技術的助言を行い、その円滑な運用と精度の向上を図ります。

## ② 製品・サービス等の安全の確保

県や市町が、消費者相談を通じて消費者の生命・身体に係る重大事故を把握した場合には、消費者安全法に基づき、直ちに消費者庁に通知します。

消費者庁は、集約された事故情報等を分析・調査し、消費者への注意喚起を行うほか、所管省庁のある場合には事業者への措置要求を、所管省庁のない場合には、自ら事業者に対する勧告や命令等を行います。

また、消費生活用製品安全法<sup>70</sup>、家庭用品品質表示法<sup>71</sup>及び電気用品安全法<sup>72</sup>で指定されている製品について、市町が立入検査を行います。県は、情報を集約し、国へ報告します。

その他、県環境衛生科学研究所において、商品の安全性や信頼性に対する試験・検査等（商品テスト等）を行います。

## ③ 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立入検査等により、監視・指導を徹底します。

---

<sup>69</sup>「Good Agricultural Practices」の略称。農業において、食品安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組。

<sup>70</sup>消費生活用製品安全法(昭和48年法律第31号)

<sup>71</sup>家庭用品品質表示法(昭和37年法律第104号)

<sup>72</sup>電気用品安全法(昭和36年法律第234号)

## 関連する主な事業者と法律

事業者	法律名
LPガス販売店	液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律（昭和42年法律第149号）
消費生活協同組合	消費生活協同組合法（昭和23年法律第200号）
宅地建物取引業者	宅地建物取引業法（昭和27年法律第176号）
旅行業者	旅行業法（昭和27年法律第239号）
障害福祉サービス事業者	障害者の日常生活及び社会生活を総合的に支援するための法律（平成17年法律第123号） 障害者虐待の防止、障害者の養護者に対する支援等に関する法律（平成23年法律第79号） 児童福祉法（昭和22年法律第164号） 等
介護サービス事業者	介護保険法（平成9年法律第123号） 等
医療機関	医療法（昭和23年法律第205号）
医薬品販売業者	医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号）
動物取扱業者	動物の愛護及び管理に関する法律（昭和48年法律第105号）
旅館業者	旅館業法（昭和23年法律第138号）
食品等事業者	食品衛生法（昭和22年法律第233号）
電気工事業者	電気工事業の業務の適正化に関する法律（昭和45年法律第96号）
貸金業者	貸金業法（昭和58年法律第32号）
農薬販売業者	農薬取締法（昭和23年法律82号）
肥料生産者・販売業者	肥料の品質の確保等に関する法律（昭和25年法律第127号）
動物用医薬品販売業者	医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号）
飼育動物診療施設	獣医療法（平成4年法律第46号）
家畜用飼料等の製造・販売業者	飼料の安全性の確保及び品質の改善に関する法律（昭和28年法律第35号）
建設業者	建設業法（昭和24年法律第100号）

## (2) 適正な取引の確保

### ① 不当取引事業者に対する処分・指導

事業者による違法・悪質な勧誘行為等を防止するため、特定商取引法で定められた消費者トラブルを生じやすい特定の取引形態を対象として、同法に基づく行政処分や、指導を行います。

警察、市町、他都県等と連携して新たな手口や不当取引が疑われる事業者を早期に把握し、違反の疑いがある場合には業務改善を求めるなどの指導を行います。

違反を確認した場合には、業務改善措置の指示又は業務停止命令・禁止命令による厳正な行政処分を行います。

その他、特定商取引法に定められた7類型以外の不当取引行為についても、消費生活条例に基づく勧告や、指導を行います。

取引類型	主な規制
<ul style="list-style-type: none"><li>・訪問販売</li><li>・通信販売</li><li>・電話勧誘販売</li><li>・連鎖販売取引</li><li>・特定継続的役務提供</li><li>・業務提供誘引販売取引</li><li>・訪問購入</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・勧誘開始前に勧誘目的や事業者名等を明示する義務</li><li>・契約しない旨の意思表示をした消費者に対する再勧誘の禁止</li><li>・不実のことを告知する及び故意に事実を告げない行為の禁止</li><li>・迷惑を覚えさせるような仕方での勧誘、契約解除等の妨害の禁止</li><li>・契約の申込、締結時の書面交付義務</li></ul>

### ② 事業者への啓発・注意喚起

特定商取引法や消費生活条例の違反が疑われる事例を分析すると、悪質性・故意性は低く、事業者が法令を十分理解していないことが原因と思われる事例も見られます。

法令の理解不足が疑われる事業者に対しては、行政処分や指導に至る以前に早期に注意喚起を行います。

特定商取引法等の法令への理解を促進するため、動画を活用した啓発を行います。

また、災害などの緊急時には、生活関連物資の買いだめや、売惜しみが起こり、物価の高騰を招くなど、県民への物資の安定供給が滞る場合があります。価格の動向、需給の状況等の情報収集に努め、国が生活二法<sup>73</sup>に基づき指定した物資については、速やかに調査等の必要な対応を行います。

<sup>73</sup>生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律（昭和48年法律第48号）、国民生活安定緊急措置法（昭和48年法律第121号）

### ③ 適正な計量

県計量検定所において、計量法<sup>74</sup>に基づき、適正な計量を行うための業務を行います。

具体的には、製造されたばかり（質量計）やガソリンスタンドの燃料油メーター等が、計量法で定められた基準を満たしているか検定を行います。使用中のタクシメーターや取引や証明に使用されているばかり（質量計）が正確に計測できるか、水道メーターやガスメーターの管理状況等が適正かについての検査を行います。

また、食料品の詰込事業所を対象とした商品の内容量の検査を行います。

## （3）適正な表示の確保

### ① 不当表示事業者に対する処分・指導

#### ア 景品表示法

商品・サービスの品質や価格について、実際より著しく優良又は有利であると見せかける「不当表示」により、消費者が不利益を被ることがないように、景品表示法に基づく行政処分や、指導を行います。

不当表示を探知するため、消費生活相談で寄せられた情報を分析するほか、不審情報の通報窓口（不当表示 110 番・通報 POST24）を設置し、消費者から情報収集を行います。

また、景品表示法適正化調査等により、様々な商品・サービスに関するチラシ、看板、ホームページ等の表示の監視を行い、違反行為が疑われる場合には、表示の削除や改善を求めるなどの指導を行います。

違反を確認した場合には、違反行為の差止めなどの措置命令による厳正な行政処分を行います。

#### イ 食品表示法<sup>75</sup>等

食品については、食品表示法に基づき定められた食品表示基準により、事業者が表示すべき事項が定められています。不適正な表示については指導を行い、指導に従わない等の事業者には、命令により、厳正な行政処分を行います。

その他、健康増進法<sup>76</sup>など表示に係る法令を適用し、事業者への指導等を行います。

---

<sup>74</sup>計量法（平成4年法律第51号）

<sup>75</sup>食品表示法（平成25年法律第70号）

<sup>76</sup>健康増進法（平成14年法律第103号）では、食品の健康の保持増進の効果について、虚偽誇大表示が禁止されている。

## ② 表示適正化調査の実施

食品表示に対する消費者の信頼を確保するためには、食品表示法や景品表示法など食品表示に係る法令<sup>77</sup>の関係部局が合同で調査・指導を行うことが効果的です。2001年度から実施している関係部局による食品表示合同監視を、今後も継続して実施します。

また、景品表示法の観点から不当表示の監視をするため、引き続き職権による監視で探知した食品関連以外の事業者も対象とした調査を実施します。

## ③ デジタル広告における不当表示への対応強化

近年、ウェブやSNS等に表示される問題のあるデジタル広告が、消費者トラブルの原因となっていることも多いことから、デジタル広告に重点を置いた監視を実施します。

### ア デジタル広告監視と県民への注意喚起

デジタル広告に重点を置いた監視手法の整備・運用に努め、インターネット上の広告監視を強化します。監視で探知した表示に違反行為が疑われる場合には、表示の削除や改善を求めるなどの必要な指導を行います。

違反を確認した場合には、消費者庁とも連携しながら、違反行為の差止めなどの措置命令により、厳正な行政処分を行います。

また、監視で得た消費者被害につながりやすいデジタル広告の傾向等について、ホームページ等を通じて消費者に随時注意喚起を行い、被害の未然防止に努めます。注意喚起を通じて、消費者の不当表示に対する理解を進めることで、不審情報の通報窓口（不当表示 110 番・通報 POST24）を通じた情報提供につなげます。

### イ 職員の監視スキルの向上

デジタル技術は日々進歩しており、今後もデジタル技術を活用した表示の複雑化・巧妙化が想定されることから、対応する職員の知識も技術の進歩にあわせて更新していくことが求められます。

監視手法を最新化するため、デジタル広告監視の先進都県との研修・情報交換等を通じて、職員のスキルアップを図ります。

## ④ 事業者への啓発・注意喚起

### ア 景品表示法

景品表示法等の違反が疑われる事例を分析すると、悪質性・故意性は低く、事業者が法令を十分理解していないことが原因と思われる事例も見られます。

法令の理解不足が疑われる事業者に対しては、行政処分や指導に至る以前

---

<sup>77</sup>食品表示法、景品表示法のほか、米トレーサビリティ法（米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律（平成 21 年法律第 26 号））等

に早期に注意喚起を行います。

また、事業者団体と連携し、特定の業界に多い消費生活相談に関する情報提供を行うほか、景品表示法等の法令への理解を促進するための研修及び動画を活用した啓発を行います。

## イ 食品表示法

2015年に食品表示法が施行され、具体的な食品表示のルールは食品表示基準により定められています。食品表示基準は度々改正されており、新しいルールを理解し、対応することが必要となっています。食品関連事業者に対し、食品表示法や、食品表示基準等への理解を促進するための講習会の開催等を通じて、事業者への啓発を図ります。



## 4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化

どこに住んでいても質の高い相談・救済、消費者教育を受けることができるよう、県と市町の連携を強化し、消費者施策を一体的・効果的に推進する基盤を構築します。

さらに、SDGsの達成に向け、消費者・事業者・行政機関が連携し、協力しながら施策を推進します。

### ○活動指標

指標	2024 基準値	2028 目標値
地域消費者行政連携推進協議会実施回数 (維持目標) (県民生活課調査)	5回	毎年度 6回
高齢者の見守り体制が構築されている市町の割合 (県民生活課調査)	71.4%	100%

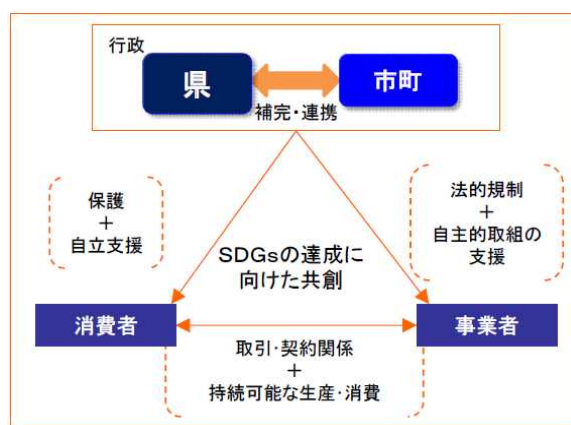
### 重点施策 高齢者の見守り体制の強化

消費生活相談における高齢者の相談件数は依然として多くなっています。高齢化・単身世帯化も進行しており、このような高齢者の消費者被害防止においては、周囲の人々が見守り、異変を早期に発見して、消費生活センター等の相談窓口につなげることが大切です。

そのためには、消費者行政部局だけではなく、福祉部局や地域包括支援センター、福祉・介護事業者等の見守り者や、消費者団体、まちづくり・地域づくり活動団体、金融機関・小売・流通事業者等の民間事業者、警察等、多様な主体が連携して、孤独・孤立に陥りがちな高齢者に対し、よりきめ細やかに、継続して見守り活動に取り組む必要があります。

高齢者の消費者被害の防止や拡大抑止に向けて、市町における消費者安全法上の「消費者安全確保地域協議会」や、市町がすでに有している見守りのネットワークを活用し、被害抑止に有効な取組等について情報共有を図るなど、見守り体制の強化が行われるよう、市町への支援に努めます。

### <消費者・事業者・行政機関の連携イメージ>



## (1) 地域での消費者行政推進体制の確保

本県では、東部・中部・西部の3つの県民生活センターを設置し、消費者行政を推進しています。県民生活センターは、市町と連携しながら、消費者教育、消費者相談、事業者指導等の施策を一体的かつ効果的に推進します。

今後は、県民生活センターごとに設置している「地域消費者行政推進連携協議会」を通じて、県と市町の連携を強化し、多様な主体に参加いただきながら、地域の消費者教育の推進や消費者被害の防止と救済を図るための取組について、情報交換や意見交換を行い、地域の課題解決に取り組みます。

## (2) 消費者教育・啓発における連携の強化

### ① 市町との連携

#### ア 学校・地域等における消費者教育の推進

本県では、県民生活センターの職員が、消費者教育コーディネーター<sup>78</sup>として、市町の実情に応じた対応を行っています。市町が所管する公立小中学校や、地域での消費者教育については、状況に応じて、県が出前講座を実施したり、消費者教育の教材や啓発資材を提供します。

高齢者向けの消費者教育については、自治会や老人クラブ(シニアクラブ)などの地域の集会や、公民館や図書館などの社会教育施設等での既存の講座などを、教育の場として活用できる可能性があります。講座を主催したり、講師を派遣したりすることが困難な市町にあっては、こうした機会を捉え、県の出前講座の広報を実施し、新たな教育の場を開拓することが効果的であると考えられます。

#### イ 消費者教育の担い手の資質向上

成年年齢引下げを契機に、学習指導要領において消費者教育の内容が充実されたことを踏まえ、教員が授業の中で消費者教育に取り組むことがより一層重要となっています。学校での消費者教育を支援するため、主に家庭科の教員を対象とし、契約の基礎知識や最新の消費者トラブル、お金の使い方等の消費者教育を行うための具体的な指導方法や指導のポイント等についての研修を実施するほか、随時情報提供を行います。

また、学校や地域において消費者教育出前講座の講師となる消費者教育講師人材バンク登録者や消費生活相談員、行政職員等の資質向上を図るため、フォローアップ研修を実施します。

本県では、これまでに養成した消費者教育講師を人材バンクに登録し、学校や地域の消費者教育出前講座に派遣しています。

今後、県は、市町と連携して新たな消費者教育の場を開拓し、出前講座を

---

<sup>78</sup>消費者教育推進基本方針に、「消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐため、間に立って調整する役割を担う者」と定義されている。

実施していきます。

## ② 消費者・事業者等、多様な主体との連携

### ア 持続可能なくらしの実現に向けた連携

持続可能なくらしを実現するためには、消費者一人ひとりが、人や社会、環境に配慮したエシカルな消費行動や、環境にやさしいライフスタイルを選択し、実践していくことが重要です。そのためには、事業者が、エシカルな商品・サービスを生産する、あるいは取り扱うなど、環境保全や社会貢献に向け、自主的な取組を行う必要があります。

消費者と事業者が、契約・取引により相対する従来との関係にとどまることなく、持続可能な生産・消費により、SDGsという共通のゴールを目指すパートナーとしての関係を構築することができるよう、消費者・事業者双方に向けた普及啓発を行います。

### イ 学校・地域等における消費者教育の推進

消費者教育を効果的に推進するため、静岡県消費者教育推進県域協議会において情報交換や意見交換を行い、弁護士・司法書士等の専門家、消費者団体、事業者団体、労働団体、福祉団体、静岡県金融広報委員会、NPO等、多様な主体との連携を図ります。

弁護士・司法書士等の法律の専門家等と連携するなど、多様な人材を講師として出前講座を実施します。

消費者団体と連携し、SDGsの達成に向けたエシカル消費の普及、消費者被害防止をテーマとする地域での出前講座を実施します。

生活協同組合では、環境保全活動や社会貢献活動を行うほか、人や社会、環境に配慮する商品・サービスの取扱いが進んでいます。生活協同組合と連携しながら、SDGsの達成に向け、エシカル消費や環境に配慮したライフスタイルの普及啓発に取り組みます。

事業者団体、労働団体と連携し、社会人に対して、団体が実施する研修などの機会に出前講座等を実施します。

静岡県金融広報委員会と連携し、若者や高齢者等を対象に、金融経済教育と併せて、消費者教育を行います。

### (3) 消費者相談・支援における連携の強化

#### ① 市町との連携

##### ア 市町の相談員の確保と資質向上

市町相談窓口においては、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。

県では、消費者庁が開催する消費生活相談員養成講座等を活用し、資格未取得の相談員の支援と新たな相談員の養成を行います。また、資格保有者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への情報提供を行います。

相談員が様々な事案に臨機応変に対応できるよう、弁護士・司法書士などの専門家等による研修や、事例検討会を実施します。また、一人で相談対応を行っている市町の相談員が参加しやすい環境を整えるため、オンライン・オンデマンド研修を活用して実施します。

##### イ 指定消費生活相談員の設置

県の相談員が市町を随時訪問するなど、市町の相談員と情報交換を行うほか、市町において、広域の見地を必要とする事案や対応困難な事案が発生した際には、県の相談員が支援します。

今後、県民生活センターの相談員には、市町相談窓口支援に関する役割がより一層求められるため、専門的知識や、事業者との交渉力がこれまで以上に必要となります。県民生活センターに、市町への支援を職務とする指定消費生活相談員を設置することを検討し、併せて、その職務と能力に見合う適切な勤務条件となるよう改善に取り組んでいきます。

##### ウ 関係相談窓口との連携

認知機能の低下が見られる高齢者や、障害のある人の消費者被害については、家族や介護事業者など周囲の「見守り者」が早期に異変に気づき、消費生活センター等の相談窓口につなぐことが大切です。

地域において、高齢者や障がいのある人を対象とする相談窓口が、消費者被害に関する相談を受け付けた場合には、速やかに消費生活相談窓口につなぐことができるよう、連携を図ります。

市町と連携しながら、地域包括支援センター、民生委員・児童委員、社会福祉協議会、介護事業者など、高齢者や障害のある人の見守り者に対し、見守りのポイントやトラブル事例などについて情報提供を行います。

#### ② 消費者・事業者等、多様な主体との連携

##### ア 消費者安全確保地域協議会等の設置

認知機能の低下が見られる高齢者や、障害のある人については、地域において、消費者安全確保地域協議会や見守りネットワークを設置し、福祉分野

の見守り者だけでなく、消費者団体、事業者団体、警察等、多様な主体が連携して、孤独・孤立に陥りがちな高齢者に対し、よりきめ細やかに、継続して見守り活動に取り組む必要があります。

県は、福祉等の関係部局とも連携しながら、協議会や見守りネットワークの設置主体となる市町に対して設置の働きかけを行うとともに、被害防止に関する情報提供などを行い、協議会の設置や既存の見守りネットワークの活用を支援します。

#### (4) 事業者指導における連携の強化

##### ① 市町との連携

消費者被害の拡大を防止するためには、相談対応や被害の救済を行うだけでなく、事業者に対して業務改善や不当表示の差止めを求める必要があります。

市町には、不当取引や不当表示に関し、特定商取引法や景品表示法による処分を行う権限がありません。県は、市町と緊密に連携し、法令違反が疑われる情報を迅速に共有することにより、事業者に対して行政処分や指導を行います。

また、法令への理解促進のため、市町に対し、特定商取引法に関する研修を実施します。

##### ③ 消費者・事業者との連携

不当表示を探知するため、不審情報の通報窓口（不当表示 110 番・通報 POST24）を設置し、消費者から情報収集を行います。また、消費者団体等と連携し、不当表示を監視します。

また、事業者団体等と連携し、特定の業界に多い消費生活相談に関する情報提供を行うほか、景品表示法等の法令への理解を促進するための研修及び動画を活用した配信を行います。

◇ 県と市町の役割分担 ◇

	県（県民生活センター）	市町
基本的事項 <sup>79)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○市町相互間の連絡調整</li> <li>○市町に対する必要な助言、協力、情報の提供</li> <li>○広域の見地を必要とする相談対応、あっせん、情報収集・提供</li> <li>○消費者事故等の発生に関する市町との情報交換</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○市町内の相談対応、あっせん、情報収集・提供</li> <li>○消費者事故等の発生に関する県との情報交換</li> </ul>
相談体制整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>○県民生活センター（東部・中部・西部）、賀茂広域消費生活センターの設置</li> <li>○新たな相談員の養成、相談員資格保有者を市町へ情報提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○消費生活センター又は消費生活相談窓口の設置</li> <li>○消費者安全確保地域協議会等（見守りネットワーク）の設置</li> </ul>
相談対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>○指定消費生活相談員の設置</li> <li>○複数市町で発生する広域的な事案を引継ぎ、共同であっせん</li> <li>○市町の対応困難事案への支援・助言</li> <li>○県・市町の相談員の相談対応技術向上のための研修等の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○住民に身近な相談窓口として、相談を受付</li> </ul>
消費者教育	<ul style="list-style-type: none"> <li>○主に高校生、大学生、専門学校生に対する消費者教育を実施</li> <li>○出前講座を実施し市町を支援</li> <li>○担い手の資質向上のための研修の実施</li> <li>○消費者教育教材の作成、提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○主に公立小中学校や高齢者等に対する地域での消費者教育を実施</li> <li>○市町のみで実施することが困難な場合、県の出前講座を活用し、広報に注力して新たな教育の場を開拓</li> </ul>
啓発	<ul style="list-style-type: none"> <li>○市町への迅速な注意喚起・情報提供</li> <li>○啓発資材の作成、提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○広報誌等の広報媒体や回覧板を活用し、地域団体と連携するなど、よりきめ細やかな啓発</li> </ul>
事業者指導	<ul style="list-style-type: none"> <li>○市町から情報収集し、早期・確実に法令（特定商取引法、景品表示法、県消費生活条例等）による処分・指導を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○法令違反の疑いのある事例は、県へ直ちに情報提供</li> </ul>

<sup>79)</sup>消費者安全法に基づき、都道府県と市町の事務を記載している。具体的な取組については、表中の「相談体制整備」及び「相談対応」にも記載があるが、詳細は、第3章2(1)「消費者相談への対応と情報提供」及び第3章4(3)「消費者相談・支援における連携の強化」の①「市町との連携」を参照。

# 第4章 推進体制と進捗管理

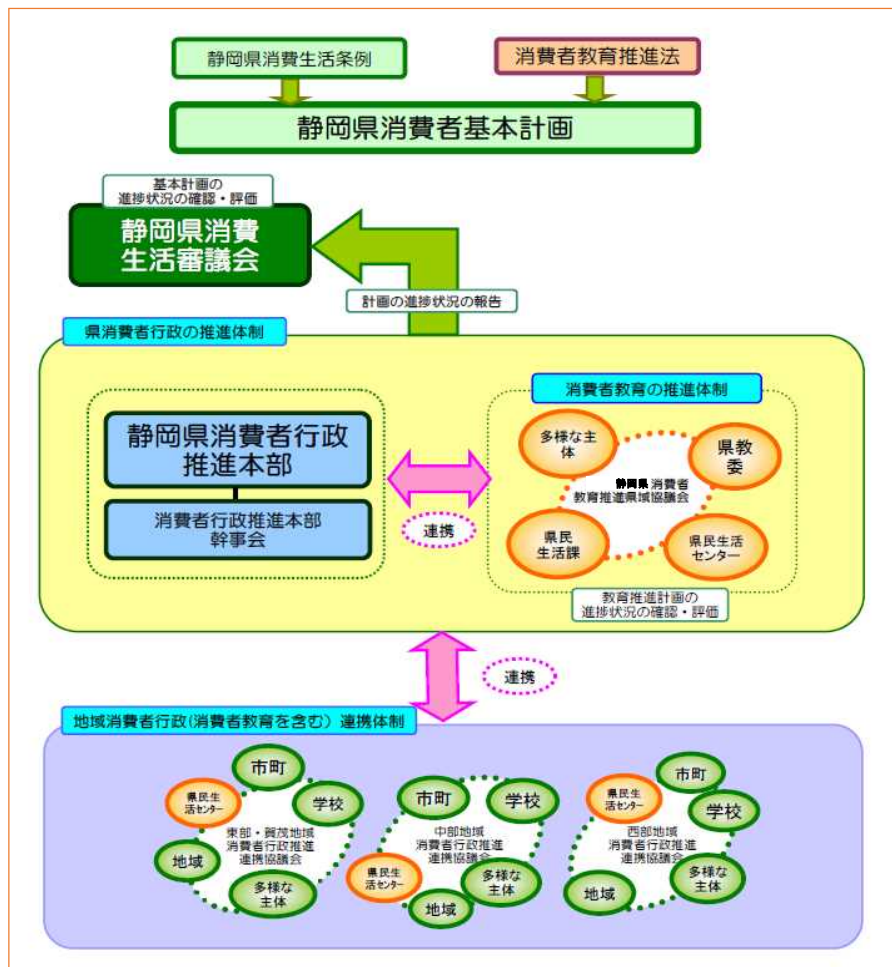
## 1 推進体制

消費者行政の関連施策を推進する関係部局で構成する静岡県消費者行政推進本部が、全庁的な総合調整を行い、計画を推進していきます。

消費者教育の推進に当たっては、静岡県消費者教育推進県域協議会において調整を行うとともに進捗状況を確認します。

市町と緊密な連携を図り、消費者施策を一体的・効果的に推進するため、地域消費者行政推進連携協議会に多様な主体に参加いただきながら、地域の消費者教育の推進や消費者被害の防止と救済を図るための取組について、情報交換や意見交換を行い、地域の課題解決に取り組みます。

施策を推進するに当たっては、国や他の都道府県、市町などの行政機関だけでなく、弁護士・司法書士などの専門家、消費者団体、事業者団体、労働団体、福祉団体、静岡県金融広報委員会、NPO等、多様な主体との連携を図ります。



## 2 進捗管理

施策・取組の全体の成果を示す成果指標を1本と、施策・取組の進捗状況を示す活動指標を柱ごとに2本を設定し、数値目標を定めました。

計画を着実に推進するため、毎年、数値目標の実績値を明らかにし、指標の推移を確認したうえで、進捗状況と成果を評価します。

また、社会経済情勢の変化にも対応しながら、PDCAサイクルによる継続的な改善を図ります。

具体的には、消費者教育にかかる施策の進捗状況について、静岡県消費者教育推進県域協議会で確認いただいた後、消費者教育を含むすべての施策の進捗状況を静岡県消費生活審議会に報告し、評価をいただきます。

進捗状況の評価の方法は静岡県の総合計画と同様とし、施策の評価については、ホームページで公表します。

### ○成果指標

指標	指標の説明	基準値	2028 目標値
人口 10 万人あたりの消費者被害件数 (PIO-NET データから県民生活課算出)	県と市町の窓口で受け付けた消費生活相談において、消費者が事業者と契約をしていた相談の件数	(2024) 391 件	368 件

### ○活動指標

柱	指標	指標の説明	基準値	2028 目標値
1	消費者教育出前講座実施回数 (維持目標) (県民生活課調査)	学校、企業、団体等の要請により県派遣講師が消費生活に必要な知識を教える消費者教育出前講座の実施回数 (高校生消費者教育出前講座を除く)	(2024) 149 回	毎年度 150 回
	教員向け消費者教育実践講座受講者数 (維持目標) (県民生活課調査)	教員の消費者教育に関する知識・技術向上を図るために県が実施する研修の受講者数	(2024) 24 人	毎年度 30 人
2	県及び市町の消費生活相談員の研修参加率 (地方消費者行政の現況調査から県民生活課算出)	前年度に県・市町の消費生活相談員の資質向上を図るために県や国民生活センターが実施する研修に参加した県・市町の消費生活相談員の割合	(2024) 96.4%	100%
	県及び市町の消費生活相談員が実施したあっせん解決率 (維持目標) (PIO-NET データから県民生活課算出)	県・市町の消費生活相談員が実施したあっせん件数のうち、解決した割合	(2024) 93.7%	毎年度 94%
3	HACCP実施状況監視率 (維持目標) (衛生課調査)	食品衛生監視指導計画に基づき監視を行う施設に対して、保健所等が「HACCP に沿った衛生管理」の実施状況の確認を行った件数の割合	(2024) 100%	毎年度 100%
	景品表示法適正化調査件数 (維持目標) (県民生活課調査)	商品・サービスの表示等が景品表示法上適正であるかを監視する景品表示法適正化調査により調査する店舗・事業所等の数	(2024) 278 件	毎年度 270 件
4	地域消費者行政推進連携協議会実施回数 (維持目標) (県民生活課調査)	県民生活センターにおける地域消費者行政推進連携協議会の実施回数の合計	(2024) 5 回	毎年度 6 回
	高齢者の見守り体制が構築されている市町の割合 (県民生活課調査)	消費者安全確保地域協議会を設置している又は福祉分野が設置する見守りネットワークに消費者行政部門が参加している市町の割合	(2024) 71.4%	100%



## 参 考 资 料

## 1 静岡県の消費者行政の沿革

1969年3月の地方自治法の改正により、初めて「消費者の保護」が地方公共団体の固有事務として位置付けられて以来、56年、地方公共団体における消費者行政は着実に発展充実してきました。

静岡県では、1964年4月、当時の商工部商政課内に専管の係である消費者行政係が設置されて以来、数回の組織改正を経ながら、今日まで61年間にわたって消費者行政を充実させてきました。

1975年には、「静岡県消費者保護条例」を制定、1999年には「静岡県消費者保護条例」を全面改正し、「静岡県消費生活条例」（平成11年例第35号）を制定し、消費者行政に取り組んできました。

時代の変化と共に、規制緩和、国際化、デジタル化の進展等により、新しい商品やサービスが登場し、消費生活を営む上での利便性が向上しましたが、その反面、消費者トラブルの多様化・複雑化、食品等の安全性に対する不安の増大、消費生活が社会問題や地球環境に与える影響への懸念等、消費者を取り巻く経済・社会環境が大きく変化しました。

こうした経済・社会情勢の変化の中で、県民が安全で安心できる豊かな暮らしを実現するためには、消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策を計画的に推進する必要があることから、県では2008年10月に「静岡県消費生活条例」の改正を行い、消費生活に関する基本的な計画を策定することとしました。

そして、静岡県消費生活審議会での審議やパブリックコメントの実施、消費者団体等の意見や提案の聴取等を経て、2010年4月に「静岡県消費者行政推進基本計画」を策定しました。

また、2012年の消費者教育推進法の成立を契機として、消費者教育を推進するため、ふじのくに消費者教育推進県域協議会（現：静岡県消費者教育推進県域協議会）での審議やパブリックコメントの実施等を経て、2014年4月に「静岡県消費者教育推進計画」を策定しました。

その後も、4年ごとにそれぞれの計画を策定し、毎年、進捗状況の評価を行いながら消費者施策を進めてきたところです。

なお、2022年度以降は、消費生活に関する総合的な計画として、2つの計画を一体化して「消費者基本計画」とし、消費生活に関連する施策を総合的に推進しています。

年	内 容
1964年	商工部商政課に消費者行政係設置
1968年	企画調整部に県民生活室設置
1969年	県民生活室を県民生活課に改める。 静岡市に県消費生活センター設置
1972年	沼津市に東部消費生活センター設置
1973年	県民生活課を消費生活課に改める。 浜松市に西部消費生活センターを設置
1975年	静岡県消費者保護条例制定
1977年	静岡県消費者行政総合施策を策定
1980年	消費生活課を県民生活課に改める。
1982年	各消費生活センターを県民サービスセンターに改める。
1988年	企画調整部内に県民局を設置し県民生活課を県民局消費生活課に改める。
1991年	環境・文化部を設置し消費生活課を移管 県民サービスセンターを県民生活センターに改め、県下9か所に設置 静岡県消費者行政総合施策を改定
1992年	県民生活センターを県行政センターに改める。
1995年	環境・文化部消費生活課を生活・文化部県民生活課に改める。
1999年	県民生活課を県民生活室に改める。 静岡県消費者保護条例を全面改正し、静岡県消費生活条例を制定
2005年	静岡県消費生活条例を一部改正 県行政センターの廃止に伴い、県下4か所に県民生活センターを設置し、5か所に県民相談室を設置
2007年	生活・文化部県民生活室を県民部県民生活室に改める。
2008年	静岡県消費生活条例を一部改正 消費者基本計画を策定することとする。
2009年	熱海、富士、藤枝、中遠及び北遠の各県民相談室を廃止し、賀茂県民生活センターを東部県民生活センター賀茂県民相談室に再編
2010年	県民部県民生活室をくらし・環境部県民生活課に改める。 「静岡県消費者行政推進基本計画」(2010年度～2012年度)を策定
2011年	県と警察本部の間で「消費生活侵害事犯の被害拡大防止等に向けた連携に関する協定」を締結
2013年	静岡県総合計画「富国有徳の理想郷“ふじのくに”のグランドデザイン」と整合性をとるため、「静岡県消費者行政推進基本計画」の計画期間を2013年度まで1年延長
2014年	「第2次静岡県消費者行政推進基本計画」(2014年度～2017年度)を策定 「静岡県消費者教育推進計画」(2014年度～2017年度)を策定

2015年	食品表示法の施行（JAS法、食品衛生法、健康増進法の3法を一元化）に伴い、旧JAS法及び米トレーサビリティ法に関する業務を県民生活課から健康福祉部衛生課及び保健所へ移管（食品表示に関する業務の一元化）
2016年	賀茂広域消費生活センター開設
2017年	「第3次静岡県消費者行政推進基本計画」（2018年度～2021年度）を策定 「第2次静岡県消費者教育推進計画」（2018年度～2021年度）を策定
2022年	「静岡県消費者行政推進基本計画」と「静岡県消費者教育推進計画」を一体化し、「静岡県消費者基本計画」（2022年度～2025年度）を策定

## 2 関係法令

### ○静岡県消費生活条例

平成11年3月19日

条例第35号

静岡県消費生活条例をここに公布する。

静岡県消費生活条例

静岡県消費者保護条例(昭和50年静岡県条例第47号)の全部を改正する。

#### 目次

第1章 総則(第1条—第8条の2)

第2章 県民の消費生活の安定及び向上に関する施策等

第1節 啓発活動の推進等(第9条—第12条)

第2節 消費者の安全の確保(第13条—第16条)

第3節 規格等の適正化等(第17条—第22条)

第4節 不当な取引行為の禁止等(第23条—第28条)

第5節 小規模事業者への配慮(第29条)

第3章 消費者からの苦情の処理に関する措置等(第30条—第33条)

第4章 生活関連物資に関する措置(第34条—第36条)

第5章 静岡県消費生活審議会(第37条)

第6章 雑則(第38条—第42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を基本とした消費生活の安定及び向上に関し、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、消費者の果たすべき役割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、県民生活の安定及び向上を図ることを目的とする。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

##### (基本理念)

第2条 県民の消費生活の安定及び向上は、県民の消費生活における基本的需要が満たされ、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、県、事業者、消費者等の相互の信頼と協力の下に実現されなければならない

ない。

- (1) 消費者の安全が確保される権利
  - (2) 商品又は役務について、適正な表示等に基づいて選択をする権利
  - (3) 商品又は役務の取引について、不当な行為から保護され、及び不当な条件を強制されない権利
  - (4) 商品若しくは役務又はこれらの取引行為により不当に受けた被害から速やかに救済される権利
  - (5) 消費生活を営む上で必要な情報が速やかに提供される権利
  - (6) 消費生活に関する意見が県民の消費生活の安定及び向上に関する施策及び事業者の活動に反映される権利
  - (7) 消費生活に関する教育を受け、及び学習の機会が提供される権利
- 2 消費者の自立の支援に当たっては、前項各号に掲げる消費者の権利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 県民の消費生活の安定及び向上は、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。  
(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(県の責務)

- 第3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、経済社会の発展に即応して、県民の消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策を策定し、及びこれを実施するものとする。
- 2 県は、前項の施策を実施する上で市町が果たす役割の重要性にかんがみ、同項の施策を市町と協力して実施するとともに、市町が消費生活の安定及び向上に関する施策を実施しようとする場合には、その求めに応じて、技術的助言その他の必要な支援を行うものとする。  
(一部改正〔平成17年条例39号・19年42号〕)

(事業者の責務)

- 第4条 事業者は、第2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、その供給する商品又は役務について、次に掲げる責務を有する。
- (1) 消費者の安全の確保並びに規格、表示、容器及び包装並びに取引行為の適正化その他必要な措置を講じ、かつ、品質その他の内容の向上、価格の安定及び流通の円滑化を図ること。
  - (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) 消費者との取引に関して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
  - (4) 取引に関して知り得た消費者の個人に関する情報を適正に取り扱うこと。

(5) 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理し、及びその事業活動に消費者の意見を反映させるとともに、これらに必要な体制を整備すること。

(6) 県が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策に協力すること。

2 事業者は、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。

(全部改正〔平成17年条例39号〕)

(事業者団体の役割)

第5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。

(全部改正〔平成17年条例39号〕)

(消費者の役割)

第6条 消費者は、経済社会の発展に即応して、自ら進んで、消費生活に関する必要な知識を修得し、及び情報を収集することにより、自主的かつ合理的に行動するとともに、県が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(消費者団体の役割)

第7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。

(追加〔平成17年条例39号〕)

(環境への配慮)

第8条 県は、消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施に当たっては、消費生活が環境に及ぼす影響に配慮するものとする。

2 事業者は、商品又は役務の供給に当たっては、環境の保全に資するため、再商品化が容易な容器及び包装の使用その他必要な措置を講じ、環境への負荷(静岡県環境基本条例(平成8年静岡県条例第24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。)の低減を図るよう努めなければならない。

3 消費者は、商品の選択、使用及び廃棄並びに役務の選択及び利用に当たっては、環境に及ぼす影響に配慮し、環境への負荷の低減を図るよう努めるものとする。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(消費者基本計画)

第8条の2 知事は、県民の消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策(以下この条において「消費者施策」という。)の計画的な推進を図るため、消費者施策に関する基本的な計画(以下「消費者基本計画」という。)を定めるものとする。

- 2 消費者基本計画は、消費者施策の大綱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について定めるものとする。
- 3 知事は、消費者基本計画を定めるに当たっては、あらかじめ、広く県民の意見を聴くとともに、静岡県消費生活審議会に意見を求めるものとする。
- 4 知事は、消費者基本計画を定めたときは、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。

(追加〔平成20年条例42号〕)

## 第2章 県民の消費生活の安定及び向上に関する施策等

### 第1節 啓発活動の推進等

(啓発活動及び教育の推進)

第9条 知事は、消費者の自立を支援するため、商品及び役務、これらの取引行為並びに消費生活が環境に及ぼす影響に関する知識の普及及び情報の提供、生活設計に関する知識の普及等消費者に対する啓発活動を推進するものとする。

- 2 知事は、消費者が生涯にわたって消費生活について学習することができるようにするため、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ものとする。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(消費者の組織活動の促進)

第10条 知事は、消費者の自立を支援するため、消費者の健全かつ自主的な組織活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(消費者等の意見の反映等)

第11条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施に当たっては、消費者、消費者団体、静岡県消費生活審議会及び静岡県消費生活モニター(消費生活についての意見、要望、情報等を把握するため、知事が消費者のうちから委嘱した者をいう。)の意見を反映させるとともに、当該施策の策定及び実施の過程の透明性を確保するよう努めるものとする。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)



(試験、検査等の機能の整備等)

第12条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、商品又は役務の試験、検査等を行う機能を整備し、及び拡充するとともに、その実施した試験、検査等の結果についての情報を必要に応じて消費者に提供するものとする。

#### 第2節 消費者の安全の確保

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(安全確保の措置)

第13条 事業者は、消費者の安全を確保するため、その供給する商品又は役務の生産、販売等に関して必要な措置を講じなければならない。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(安全に関する調査等)

第14条 知事は、事業者が供給する商品又は役務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、速やかに必要な調査を行うとともに、必要があると認めるときは、当該調査の結果についての情報を消費者に提供することができる。

2 知事は、前項の調査のため必要があると認めるときは、当該商品又は役務を供給する事業者に対し、当該商品又は役務についてその安全性を明らかにするよう求めることができる。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(指導、勧告等)

第15条 知事は、事業者が供給する商品又は役務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、法令に特別の定めがある場合を除き、当該事業者に対し、当該商品又は役務の供給の中止、当該商品の回収その他必要な措置を執るよう指導し、又は勧告することができる。

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

3 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、第1項の規定による指導又は勧告に基づいて当該事業者が執った措置の内容及びその結果についての情報を消費者に提供することができる。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(緊急安全確保措置)

第16条 知事は、商品又は役務が消費者の安全を相当程度に害し、又は害するおそれがあると認める場合において、消費者の安全を確保するため緊急の必要があると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、直ちに、当該

商品又は役務の名称、当該商品又は役務を供給する事業者の住所及び氏名又は名称その他必要な情報を消費者に提供するものとする。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

### 第3節 規格等の適正化等

(規格の適正化)

第17条 事業者及び事業者団体は、商品の品質の改善及び県民の消費生活の合理化に寄与するため、商品について適正な規格を定めるよう努めなければならない。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(表示の適正化)

第18条 事業者は、その供給する商品又は役務について、消費者がその購入若しくは使用又は利用に際し、その選択等を誤ることがないようにするため、品質、価格、内容等を適正に表示するよう努めなければならない。

2 事業者は、その供給する商品又は役務の使用又は利用により消費者の安全を害するおそれがある場合には、前項に定めるもののほか、その具体的内容、安全を確保するための使用又は利用の方法等を適正に表示するよう努めなければならない。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(容器及び包装の適正化)

第19条 事業者は、その供給する商品について、消費者が誤認し、又は消費者の負担が著しく増大することのないようにするため、適正に容器を用い、及び包装を行うよう努めなければならない。

(規格等の適正化の指導)

第20条 知事は、前3条の規定による規格、表示並びに容器及び包装の適正化の推進を図るため、事業者に対し、必要な指導を行うよう努めるものとする。

(県の規格又は基準の設定)

第21条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため特に必要があると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、事業者が供給する商品について規格を定め、及び事業者が供給する商品又は役務について表示等の基準を定めることができる。

2 知事は、前項の規定により規格又は基準を定めようとするときは、静岡県消費生活審議会の意見を聴くものとする。

3 知事は、第1項の規定により規格又は基準を定めたときは、これを告示するものとする。

- 4 前2項の規定は、第1項の規定により定めた規格又は基準の変更又は廃止について準用する。

(県の規格又は基準への適合義務)

第22条 事業者は、前条の規定により規格又は基準が定められているときは、当該規格又は基準に適合する商品又は役務を供給しなければならない。

- 2 知事は、事業者が前項の規定に違反していると認めるときは、当該事業者に対し、当該規格又は基準に適合する商品又は役務を供給するよう指導し、又は勧告することができる。

#### 第4節 不当な取引行為の禁止等

(取引行為の適正化)

第23条 事業者は、消費者との間で行う商品又は役務の取引行為を適正に行うよう努めなければならない。

(取引行為の適正化の指導)

第24条 知事は、前条の規定による取引行為の適正化の推進を図るため、事業者に対し、必要な指導を行うよう努めるものとする。

(不当な取引行為の指定)

第25条 知事は、消費者が受けることのある被害の防止を図るため特に必要があると認めるときは、事業者が行う消費者に不当に不利益を与えるおそれのある取引行為を不当な取引行為として指定することができる。

- 2 知事は、前項の規定により不当な取引行為を指定しようとするときは、静岡県消費生活審議会の意見を聴くものとする。
- 3 知事は、第1項の規定により不当な取引行為を指定したときは、これを告示するものとする。
- 4 前2項の規定は、第1項の規定による不当な取引行為の指定の解除について準用する。

(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商品又は役務の取引において、前条第1項の規定により指定された不当な取引行為(以下「不当取引行為」という。)を行ってはならない。

- 2 知事は、不当取引行為が行われているとき又は行われている疑いがあるときは、速やかに必要な調査を行うとともに、必要があると認めるときは、当該調査の結果についての情報を消費者に提供することができる。
- 3 知事は、前項の調査のため必要があると認めるときは、当該不当取引行為に係る事業者に対し、文書若しくは口頭による説明を求め、又は資料の提出を

求めることができる。

(指導、勧告等)

第27条 知事は、事業者が不当取引行為を行っているとき、当該事業者に対し、当該不当取引行為の改善を指導し、又は勧告することができる。

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

3 知事は、不当取引行為による消費者の被害の防止を図るため必要があると認めるときは、第1項の規定による指導又は勧告に基づいて当該事業者が執った措置の内容及びその結果についての情報を消費者に提供することができる。

(重大な被害についての情報提供)

第28条 知事は、不当取引行為による被害の重大性等を考慮し、当該被害の防止を図るため必要があると認めるときは、速やかに、当該不当取引行為に係る事業者の住所及び氏名又は名称その他必要な情報を消費者に提供するものとする。

2 知事は、前項の規定による情報の提供をしようとするときは、静岡県行政手続条例(平成7年静岡県条例第35号)第3章第3節の規定の例により、当該事業者について、意見陳述のための手続を執るものとする。

#### 第5節 小規模事業者への配慮

第29条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上に関する施策の実施に当たり特に必要があると認めるときは、小規模事業者に対し、技術的な援助及び資金の融資を行うことができる。

### 第3章 消費者からの苦情の処理に関する措置等

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(苦情の処理)

第30条 知事は、消費者から苦情(事業者が供給する商品又は役務に関して消費者と事業者との間に生じた苦情をいう。以下同じ。)の処理の申出があったときは、当該苦情の内容を調査し、市町との連携を図りつつ、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っせん等の措置を行うものとする。

2 知事は、前項の措置を行うため必要があると認めるときは、当該苦情に係る事業者、消費者その他関係者に対し、文書若しくは口頭による説明を求め、又は資料の提出を求めることができる。

3 知事は、消費者からの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よう努めるものとする。

(一部改正〔平成17年条例39号・19年42号〕)

(静岡県消費生活審議会のあっせん及び調停)

第31条 知事は、前条第1項の規定による処理の申出のあった苦情であって、その解決が著しく困難であると認めるものについては、静岡県消費生活審議会のあっせん又は調停に付することができる。

2 静岡県消費生活審議会は、前項のあっせん又は調停を行うため必要があると認めるときは、当該苦情に係る事業者、消費者その他関係者に対し、文書若しくは口頭による説明を求め、又は資料の提出を求めることができる。

(消費者訴訟費用の貸付け)

第32条 知事は、消費者が事業者に対して提起する訴訟であって、次の各号に該当し、かつ、静岡県消費生活審議会が適当と認めたものに要する費用を、当該訴訟を提起した者に対し、貸し付けることができる。

- (1) 前条第1項の規定による静岡県消費生活審議会の調停によっては解決されない苦情に係るもの
- (2) 同一又は同種の原因による被害が多数発生し、又は発生するおそれがある商品又は役務に係るもの
- (3) 1件当たりの被害額が規則で定める額を超えないもの
- (4) その他規則で定める要件に該当するもの

(貸付金の返還)

第33条 前条の規定による貸付けを受けた者は、当該貸付けに係る訴訟が終了したときは、規則で定めるところにより、当該貸付けに係る貸付金を返還しなければならない。

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

#### 第4章 生活関連物資に関する措置

(価格動向等の調査)

第34条 知事は、県民生活の安定を図るため必要があると認めるときは、県民の消費生活との関連性が高い物資(以下「生活物資」という。)について、価格の動向、需給の状況等を調査するものとする。

2 事業者は、前項の規定による調査に協力しなければならない。

(生活物資の供給の協力要請)

第35条 知事は、生活物資の円滑な供給を確保するため必要があると認めるときは、当該生活物資に係る事業者に対し、その供給について協力を求めるものとする。

(特定生活物資)

第36条 知事は、生活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、当該生活物資の買占め又は売惜しみが行われ、又は行われるおそれがあるとき、法令に特別の定めがある場合を除き、当該生活物資を特定生活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たときは、同項の規定による指定を解除するものとする。
- 3 知事は、前2項の規定により生活物資を特定生活物資として指定し、又は解除したときは、これを告示するものとする。
- 4 知事は、事業者が第1項の規定により特定生活物資として指定された生活物資(以下「特定生活物資」という。)を買占め又は売惜しみにより多量に保有していると認めるときは、当該事業者に対し、売渡しをすべき期限及び数量を定めて、当該特定生活物資を適正な価格で売り渡すよう指導し、又は勧告することができる。

## 第5章 静岡県消費生活審議会

第37条 県に、静岡県消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

- 2 審議会は、この条例の規定によりその権限に属することとされた事項を処理するほか、知事の諮問に応じ、県民の消費生活の安定及び向上に関する重要事項を調査審議する。
- 3 審議会は、前項に規定する事項に関して、知事に意見を述べることができる。
- 4 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6章 雑則

(知事に対する申出)

第38条 消費者は、この条例の規定に違反する事業活動が行われることにより、又はこの条例に規定する措置が執られないことにより、第2条第1項に掲げる消費者の権利が侵害されている疑いがあるときは、知事に対し、その旨を申し出て、適当な措置を執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、この条例に基づいて適当な措置を執るものとする。

(一部改正〔平成17年条例39号〕)

(立入調査等)

第39条 知事は、第14条第1項、第15条第1項、第22条第2項、第26条第2項、第27条第1項及び前条第2項の規定の施行に必要な限度において、商品又は役務に係る事業者に対し報告を求め、又はその職員に、当該事業者の事務所、工場、事業場、店舗、倉庫若しくは住居に立ち入り、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 知事は、第36条第4項の規定の施行に必要な限度において、特定生活物資に係る事業者に対し報告を求め、又はその職員に、当該事業者の事務所、工場、事業場、店舗、倉庫若しくは住居に立ち入り、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。

3 知事は、前項の規定により立入調査又は質問をさせた場合において、特に必要があると認めるときは、当該特定生活物資を保管していると認められる者の倉庫その他の場所に立ち入り、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。

4 前3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、関係者の請求があったときは、これを提示しなければならない。

5 第1項から第3項まで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40条 知事は、事業者が次の各号のいずれかに該当するときは、その旨及び当該勧告等の内容を公表することができる。

(1) 第15条第1項、第22条第2項、第27条第1項又は第36条第4項の規定による勧告に従わなかったとき。

(2) 第14条第2項、第26条第3項、第30条第2項又は第31条第2項の規定による求めに正当な理由がなく従わなかったとき。

(3) 前条第1項又は第2項の規定による報告を求められて、正当な理由がなくこれに従わず、若しくは虚偽の報告をし、又はこれらの規定による調査を、正当な理由がなく、拒み、妨げ、若しくは忌避したとき。

2 第28条第2項の規定は、前項の規定による公表について準用する。

(関係行政機関への協力要請等)

第41条 知事は、この条例の施行に関し必要があると認めるときは、他の地方公共団体又は国の行政機関の長に対して、情報の提供、調査の依頼その他の協力を求めるとともに、協力を求められたときは、その求めに応ずるよう努めるものとする。

(委任)

第42条 この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則

- 1 この条例は、公布の日から施行する。
- 2 この条例の施行前に静岡県消費者保護条例(昭和50年静岡県条例第47号)の規定によりなされた勧告その他の行為は、この条例の相当規定によりなされた行為とみなす。

附 則(平成17年3月25日条例第39号)

この条例は、公布の日から施行する。

附 則(平成19年3月20日条例第42号抄)

(施行期日)

- 1 この条例は、公布の日から施行する。

附 則(平成20年10月24日条例第42号)

この条例は、公布の日から施行する。



○静岡県消費生活センターの組織及び運営に関する事項等に関する条例

平成27年12月25日

条例第52号

静岡県消費生活センターの組織及び運営に関する事項等に関する条例をここに公布する。

静岡県消費生活センターの組織及び運営に関する事項等に関する条例

(趣旨)

第1条 この条例は、消費者安全法(平成21年法律第50号。以下「法」という。)

第10条の2第1項の規定に基づき、消費生活センターの組織及び運営に関する事項並びに消費生活相談等の事務の実施により得られた情報の安全管理に関する事項に関し必要な事項を定めるものとする。

(消費生活センターの組織及び運営に関する事項等)

第2条 法第10条の2第1項に規定する条例で定める事項は、次のとおりとする。

(1) 知事は、消費生活センターを設置したときは、遅滞なく、次に掲げる事項を公示すること。当該事項を変更したときも、同様とする。

ア 消費生活センターの名称及び住所

イ 法第10条の3第2項に規定する消費生活相談の事務を行う日及び時間

(2) 消費生活センターには、消費生活センターの事務を掌理する消費生活センター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こと。

(3) 消費生活センターには、法第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こと。

(4) 消費生活センターは、消費生活相談員が実務の経験を通じて専門的な知識及び技術を体得していることに十分配慮し、任期ごとに客観的な能力実証を行った結果として同一の者を再度任用することは排除されないことその他の消費生活相談員の専門性に鑑み適切な人材及び処遇の確保に必要な措置を講ずること。

(5) 消費生活センターは、当該消費生活センターにおいて法第8条第1項各号に掲げる事務に従事する職員に対し、その資質の向上のための研修の機会を確保すること。

(6) 消費生活センターは、法第8条第1項各号に掲げる事務の実施により得られた情報の漏えい、滅失又は毀損の防止その他の当該情報の適切な管理のために必要な措置を講ずること。

附 則

この条例は、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附則第1条第2号に掲げる規定の施行の日(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

(平成二十四年八月二十二日)

(法律第六十一号)

第一百八十回通常国会

野田内閣

消費者教育の推進に関する法律をここに公布する。

消費者教育の推進に関する法律

目次

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

濟的状況に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(平二六法七一・一部改正)

(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つ

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つては、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。

(平二六法七一・一部改正)

(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。

(平成二四年政令第二九〇号で平成二四年一二月一三日から施行)

(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。

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 第一条中不当景品類及び不当表示防止法第十条の改正規定及び同法本則に一条を加える改正規定、第二条の規定（次号に掲げる改正規定を除く。）並びに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

（平成二七年政令第三五八号で平成二八年四月一日から施行）

# 静岡県版イメージマップ

重点領域	幼児期		小学生期		中学生期		高校生期		特に若者		成人期		特に高齢者	
	各期の特徴	様々な気付きの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任の理解が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期						
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心をもち	消費をめぐるものと金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	持続可能な社会について伝えよう	持続可能な社会を目標として、ライフスタイルを構築しよう	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	
	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方を考えよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目標として、ライフスタイルを考えよう	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	持続可能な社会を目標として、ライフスタイルを構築しよう	持続可能な社会について伝えよう	持続可能な社会を目標として、ライフスタイルを構築しよう	持続可能な社会を目標として、ライフスタイルを構築しよう	持続可能な社会について伝えよう	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解しよう	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	
	本物を見極めモノ(注)の使い方を理解し、大切にすることを育む	モノ丁寧に扱おう	本物にふれ、モノの価値を理解しよう	消費行動がもつづくりに与える影響を考えよう	自分や社会にとり、よりよいモノとは何が考えよう	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	よりよいモノを選択する消費行動をとる習慣を付けよう	よりよいモノを選択する消費行動をとる習慣を付けよう	よりよいモノを選択する消費行動をとる習慣を付けよう	よりよいモノを選択する消費行動をとる習慣を付けよう	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、もの安全な使い方に気付こう	危険を回避し、ものを安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、ものを安全に使う手袋を知り、使おう	安全で危険の少ないくらし消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	安全で危険の少ないくらし方をすすめる習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらし方をすすめる習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらし方をすすめる習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらし方をすすめる習慣を付けよう	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期		
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用方法を知らそう	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期		
	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やまきまりを守ろう	もの選び方、買い方を考え、適切に購入しよう	商品も適切に選択するとともに、契約とそそのルールを知り、考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	契約とそそのルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそそのルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそそのルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそそのルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	
生活の管理と契約	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	ものや金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に生活設計を立ててみよう	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	非常時に落ち着いて消費行動をしよう	非常時に落ち着いて消費行動をしよう	非常時に落ち着いて消費行動をしよう	非常時に落ち着いて消費行動をしよう	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期		
	災害時に適切な消費行動をとれる力	あわてないで行動しよう	普段から、あわてないで行動しよう	普段と違う状態でも、あわてず冷静な行動をしよう	非常時の消費行動を考えよう	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	非常時に落ち着いて消費行動をしよう	非常時に落ち着いて消費行動をしよう	非常時に落ち着いて消費行動をしよう	非常時に落ち着いて消費行動をしよう	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期		
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気付こう	消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期		
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを守ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期		
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関連を調べよう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関連を調べよう	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始める時期	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働して取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいうように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。  
 (注)本頁では、単にモノと言う場合、製品や商品、製品や商品の製造・販売計画におけるモノ、モノ、大物の資源など生産要素又は経営資源といった手段としての意味を持たせるため、カタカナで表記している。一方、「ものづくり」という際のものは生産活動により付加価値を持つものとして記載している。静岡県総合計画におけるモノ、モノ、大物の資源など生産要素又は経営資源といった手段としての意味を持たせるため、カタカナで表記している。静岡県総合計画におけるモノ、モノ、大物の資源など生産要素又は経営資源といった手段としての意味を持たせるため、カタカナで表記している。

## 静岡県消費者基本計画の施策とSDGsの関係

持続可能な社会の実現を目指し、2015年9月に国連で採択された「持続可能な開発目標（SDGs）」では、2030年に向けて、すべての国々に普遍的に適用される17の目標に基づき、経済・社会・環境をめぐる広範な課題への統合的な取組が求められています。

- ① あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる
- ② 飢餓を終わらせ、食料安全保障と栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する
- ③ あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する
- ④ すべての人々に包摂的かつ公平で質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する
- ⑤ ジェンダー（社会的・心理的性別）の平等を達成し、すべての女性と女児のエンパワーメント（能力強化）を行う
- ⑥ すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する
- ⑦ すべての人々の安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する
- ⑧ 包摂的かつ持続可能な経済成長、すべての人々の完全かつ生産的な雇用とディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい雇用）を促進する
- ⑨ レジリエント（強靱）なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進、イノベーションの拡大を図る
- ⑩ 国内と国家間の不平等を是正する
- ⑪ 包摂的、安全、レジリエント（強靱）で持続可能な都市と人間居住を実現する
- ⑫ 持続可能な生産消費形態を確保する
- ⑬ 気候変動とその影響を軽減するための緊急対策を講じる
- ⑭ 持続可能な開発のために海洋資源を保全し、持続的に利用する
- ⑮ 陸上生態系の保護・回復・持続的な利用、森林の持続可能な管理、砂漠化への対処、土地の劣化の阻止・回復、生物多様性の損失の阻止を促進する
- ⑯ 持続可能な開発のための平和で包摂的な社会の促進、すべての人々の司法へのアクセス提供、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度の構築を図る
- ⑰ 持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化させる



静岡県消費者基本計画に掲げる施策の推進が、SDGsの17の目標の達成につながります。

			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
大柱	中柱	小柱	貧困	飢餓	健康・福祉	教育	ジェンダー	水・衛生	エネルギー	成長・雇用	イノベーション	不平等	都市	生産・消費	気候変動	海洋資源	陸上資源	平和・公正	パートナーシップ
1 自ら学び自立し行動する消費者の育成																			
(1) 持続可能なくらしの実現に向けた県民意識の醸成																			
	①	エシカル消費の推進	●	●	●	●				●		●		●	●	●	●	●	●
	②	環境に配慮したライフスタイルの普及啓発						●	●					●	●	●	●		●
(2) ライフステージに対応した多様な場における消費者教育・啓発の推進																			
	①	学校等における消費者教育			●	●						●		●				●	●
	②	地域等における消費者教育			●	●						●		●				●	●
	③	消費生活に関連するその他の教育との連携				●													●
	④	消費者団体、事業者団体等、多様な主体との連携				●													●
(3) 消費者教育の担い手の資質向上					●	●						●		●				●	●
(4) 社会の変化に応じた消費者教育																			
	①	デジタル分野における消費者教育			●	●						●		●				●	●
	②	災害時等の消費行動における消費者教育			●	●						●		●				●	●
	③	カスタマーハラスメントと消費者教育			●	●						●		●				●	●
2 消費者被害の防止と救済																			
(1) 消費者相談への対応と情報提供																			
	①	消費生活相談のデジタル化と担い手確保			●							●						●	●
	②	高度化・複雑化する相談への対応	●		●							●						●	●
	③	被害拡大防止のための情報提供	●		●							●		●				●	●
(2) 消費者の特性に配慮した支援																			
	①	高齢者の見守り			●							●						●	●
	②	障害のある人の見守り			●							●						●	●
	③	外国人への対応			●							●						●	●
	④	勤労世代への対応			●							●						●	●
	⑤	多重債務者等への対応	●		●							●						●	●
(3) 苦情処理と紛争解決																			
	①	消費生活センター等でのあっせん	●		●							●						●	●
	②	消費者団体訴訟制度、その他の紛争解決手段	●		●							●						●	●
3 商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化																			
(1) 食の安全、製品等の安全の確保																			
	①	生産から消費までの食の安全の確保			●									●					●
	②	製品・サービス等の安全の確保			●									●					●
	③	適正な事業活動促進のための指導			●							●		●				●	●
(2) 適正な取引の確保																			
	①	不当取引事業者に対する処分・指導										●						●	●
	②	事業者への啓発・注意喚起										●						●	●
	③	適正な計量										●						●	●
(3) 適正な表示の確保																			
	①	不当表示事業者に対する処分・指導			●									●				●	●
	②	表示適正化調査の実施			●									●				●	●
	③	デジタル広告における不当表示への対応強化			●									●				●	●
	④	事業者への啓発・注意喚起			●									●				●	●

2026年 月

静岡県くらし・環境部 県民生活課 消費者支援班

〒420-8601 静岡市葵区追手町9番6号

電話番号 054-221-2175

FAX番号 054-221-2642

E-mail [shohi@pref.shizuoka.lg.jp](mailto:shohi@pref.shizuoka.lg.jp)

# 静岡県の消費者被害の状況について

---

令和7年度 静岡県消費者安全確保県域協議会  
(令和7年12月19日(金))

静岡県くらし・環境部  
県民生活課

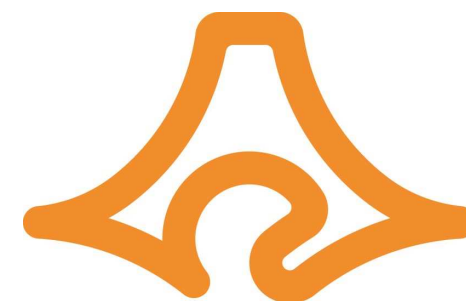


# 消費生活相談の状況①

## ○県内(全国)の消費生活相談窓口に寄せられた相談件数の推移

・令和6年度は26,637件であり、前年度と比べて918件(3.6%)**増加** (単位:件)

区 分		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
県	消費生活相談件数	26,479	23,312	26,109	25,719	26,637
	対前年度比	102.4%	88.0%	112.0%	98.5%	103.6%
全国	消費生活相談件数	942,624	847,866	895,606	885,079	902,566
	対前年度比	100.3%	89.9%	105.6%	98.8%	102.0%



## 消費生活相談の状況②

### ○年齢層別相談件数の推移

- ・例年、年齢層が高くなるほど相談件数が多くなる傾向にある
  - ・60歳以上の相談件数の割合が**50%以上**を占めている
- (単位:件)

区分	令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度		令和6年度		前年度比
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	
20歳未満	660	2.9%	491	2.5%	611	2.7%	516	2.3%	469	2.1%	90.9%
20歳代	1,921	8.5%	1,660	8.4%	2,025	9.1%	1,810	8.2%	1,685	7.4%	93.1%
30歳代	2,325	10.3%	2,022	10.2%	2,063	9.2%	1,910	8.7%	1,826	8.0%	95.6%
40歳代	3,399	15.1%	2,845	14.4%	3,005	13.4%	2,900	13.2%	2,636	11.5%	90.9%
50歳代	3,664	16.2%	3,328	16.8%	3,831	17.1%	3,670	16.7%	3,855	16.9%	105.0%
60歳代	3,920	17.4%	3,479	17.6%	3,914	17.5%	3,978	18.1%	4,281	18.8%	107.6%
70歳以上	6,667	29.6%	5,956	30.1%	6,921	30.9%	7,175	32.7%	8,074	35.4%	112.5%
合計	22,556	100.0%	19,781	100.0%	22,370	100.0%	21,959	100.0%	22,826	100.0%	103.9%

※ 合計値は年齢不明を除く。

※ 構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、各項目の合計が100%にならない場合がある。





# 高齢者の消費者被害の特性と要因

---

- 悪質業者に狙われやすい高齢者の特性
  - ・若年世代に比べて資産を有している
  - ・「お金」・「健康」・「孤独」の『3K』に不安を持っている
  - ・平日の昼間、自宅に一人でいることが多い
- 高齢化率、高齢者のみの世帯の増加
  - ・県内高齢化率:30.9%(R7.4.1日時点 福祉長寿政策課調査)
  - ・県内における65歳以上の単身世帯数:16万6千世帯(R2 国勢調査)
  - ・家族と離れて暮らす高齢者が増加していく中、家族だけで見守りを行うことは困難になっている。

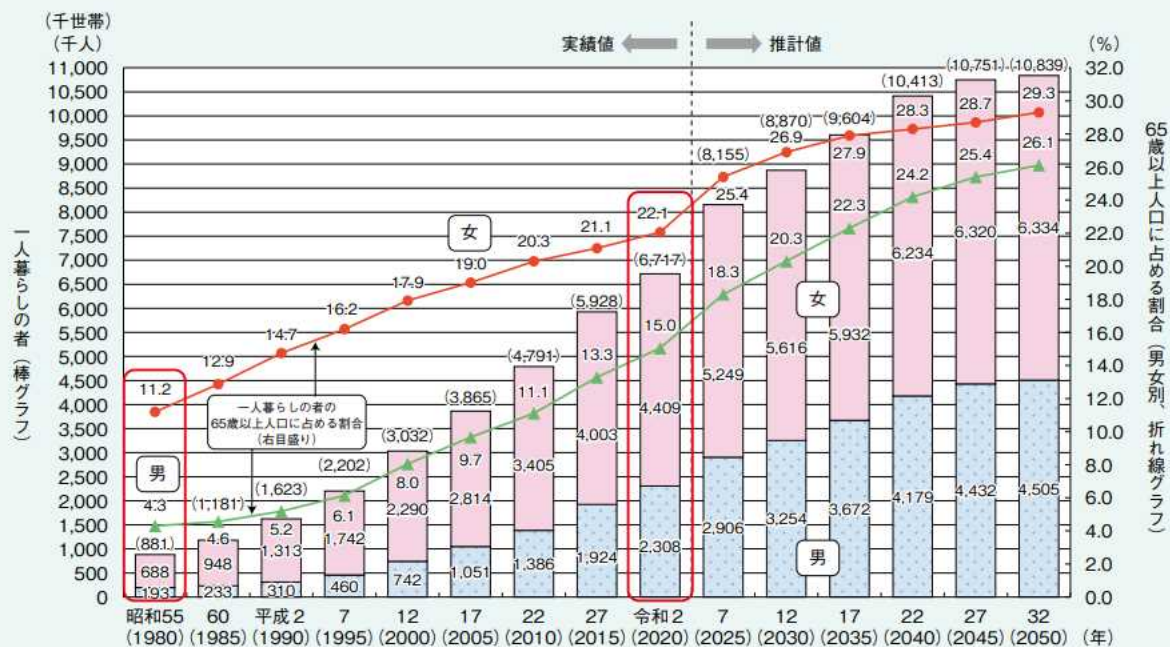


# 令和7年版高齢社会白書(概要版)(内閣府)

## ○65歳以上の一人暮らしの者は増加

- ・65歳以上の一人暮らしの者は男女ともに増加。
- ・昭和55年には65歳以上の男女それぞれの人口に占める一人暮らしの者の割合は男性4.3%、女性11.2%であったが、令和2年には男性15.0%、女性22.1%となり、令和32年には男性26.1%、女性29.3%となると見込まれている。

図4 65歳以上の一人暮らしの者の動向



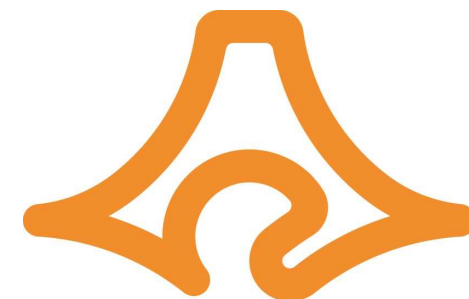
資料：令和2年までは総務省「国勢調査」による人数、令和7年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（全国推計）」（令和6（2024）年推計）による世帯数

（注1）「一人暮らし」とは、上記の調査・推計における「単独世帯」又は「一般世帯（1人）」のことを指す。

（注2）棒グラフ上の（ ）内は65歳以上の一人暮らしの者の男女計。

（注3）四捨五入のため合計は必ずしも一致しない。

（注4）2020年以前は家族類型不詳等を除いた値、2025年以降は家族類型不詳等をあん分した値にそれぞれ基づく。



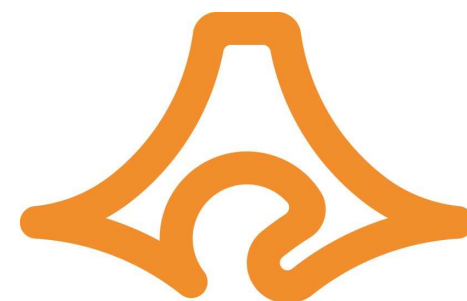
# 消費生活相談の状況③

## ○販売購入形態別相談件数の推移

- ・通信販売に関する相談が最も多く、店舗購入、訪問販売と続く

(単位：件)

区分	令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度		令和6年度		前年度比	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比		
店舗購入	4,946	26.6%	4,454	26.6%	4,900	25.9%	4,639	25.1%	4,530	24.6%	97.7%	
特殊販売	訪問販売 <sup>1</sup>	2,381	12.8%	2,262	13.5%	2,313	12.2%	2,446	13.2%	2,583	14.1%	105.6%
	通信販売	9,139	49.2%	8,018	47.9%	9,587	50.7%	9,058	49.0%	8,839	48.1%	97.6%
	ネット販売	6,765	36.4%	5,623	33.6%	7,115	37.6%	6,515	35.3%	6,528	35.5%	100.2%
	マルチ・マルチまがい <sup>2</sup>	290	1.6%	271	1.6%	204	1.1%	177	1.0%	110	0.6%	62.1%
	電話勧誘販売	1,330	7.2%	1,252	7.5%	1,340	7.1%	1,484	8.0%	1,693	9.2%	114.1%
	ネガティブ・オプション <sup>3</sup>	108	0.6%	91	0.6%	106	0.6%	86	0.5%	79	0.4%	91.9%
	訪問購入 <sup>4</sup>	238	1.3%	273	1.6%	361	1.9%	438	2.4%	408	2.2%	93.2%
その他無店舗	140	0.7%	107	0.7%	114	0.6%	150	0.8%	141	0.8%	94.0%	
合計	18,572	100.0%	16,728	100.0%	18,925	100.0%	18,478	100.0%	18,383	100.0%	99.5%	



# 消費生活相談の状況④

## ○年齢層別平均既支払額

- ・全体の平均額は488千円と、昨年度(492千円)と比べて4千円(0.8%)減少

<平均既支払額の推移>

(単位:件、千円)

区 分	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	前年度比
県・市町の消費生活相談件数	26,479	23,312	26,109	25,719	26,637	103.6%
既支払額回答件数(A)	11,639	10,265	11,500	11,074	10,605	—
既支払額合計金額(B)	3,823,877	3,930,390	4,539,304	5,445,163	5,179,656	95.1%
平均既支払額(B/A)	329	383	395	492	<u>488</u>	99.2%

<年齢層別の平均既支払額>

(単位:件、千円)

区 分	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	合計
相談件数	469	1,685	1,826	2,636	3,855	4,281	8,074	22,826
既支払額回答件数(A)	268	861	819	1,214	1,739	1,858	2,995	9,754
既支払額合計金額(B)	32,908	359,927	454,727	607,989	1,002,897	935,786	1,370,257	4,764,491
平均既支払額(B/A)	123	418	555	501	<u>577</u>	504	458	488



# 最近の消費者被害の事例 ①定期購入トラブル



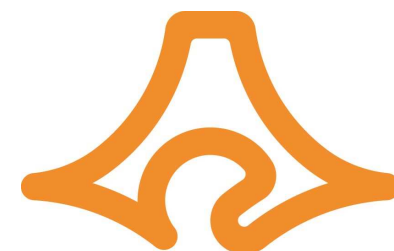
「初回無料」「お試し」など通常より低価格で購入できることを広告する一方で、**定期購入が条件となっている健康食品や化粧品等に関する相談件数が増加しています!**



## 最近の消費者被害の事例 ②点検商法トラブル



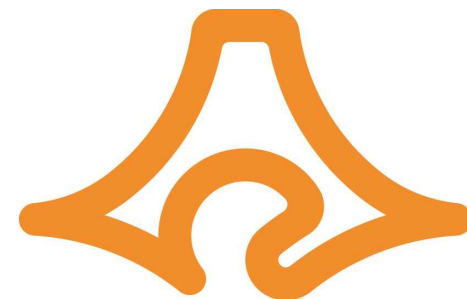
業者から「給湯器の無料点検をする」と電話があり、点検後に「古いためこのまま使用すると危険」と交換を勧められ、契約をしてしまったなど、ガス給湯器に関する相談が令和6年度から急増しています！



## 最近の消費者被害の事例 ③ ネット広告に関するトラブル



ネット広告のリンクから  
通販サイトに接続し、商品  
を購入をしたが商品が届か  
ないなどの、ネット広告に  
関する相談件数が増加して  
います！



## 高齢者の消費者被害の現状と県の取組

(静岡県暮らし・環境部県民生活局県民生活課)

## 1 高齢者の消費者被害の状況・特徴

令和6年度、県と市町に寄せられた消費生活相談26,637件の中で、相談者の年齢が判明している22,826件のうち、60歳以上の方からの相談が全体の50%以上を占める。高齢者の消費者被害が多い要因として以下のものが挙げられる。

## ○悪質業者に狙われやすい高齢者の特性

- ・若年世代に比べて資産を有している
- ・「お金」・「健康」・「孤独」の『3K』に不安を持っている
- ・平日の昼間、自宅に一人でいることが多い

## ○高齢化率、高齢者のみの世帯の増加

- ・令和7年4月1日時点の県内高齢化率：30.9%（福祉長寿政策課調査）  
加齢によって判断能力が衰える方も増加することが考えられる。
- ・県内における65歳以上の単身世帯数：16万6千世帯（令和2年度国勢調査）  
家族と離れて暮らす高齢者が増加していく中、家族だけで見守りを行うことが困難になっている。

## 2 被害防止に向けた課題と対応策

## (1) 消費者被害の特性から見える課題

- ・本人以外の方が、消費者被害に気づき、より早期の段階で消費生活相談窓口につなぐ。（関係機関との連携）
- ・身近な地域で、継続的に見守ることのできる体制を整える。（見守りネットワークの構築）
- ・近年では社会のデジタル化の進展により、スマートフォンやパソコンを利用する高齢者も増加しており、デジタル関連の消費者被害が増加している。

## (2) 対応策（県の取組）

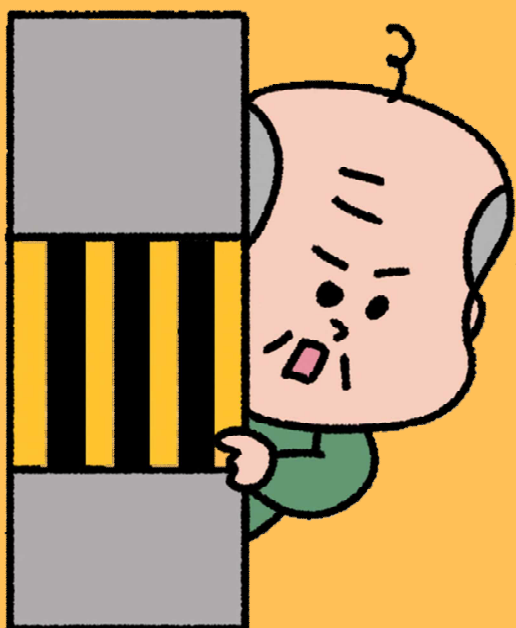
取組内容	概要
高齢者の見守り体制構築	・市町の見守り体制を強化するため、消費者安全法上の「消費者安全確保地域協議会」の設置を促進
リーフレット作成	・高齢者の被害が多い事例を掲載したA4版チラシを全戸回覧 ・靈感商法等の消費者被害防止に向けた啓発リーフレット（令和5年9月） ・ピン！トBOOK（令和6年度） ・消費者トラブル防止！ガイドブック～悪質商法被害に遭わないために～（令和7年度）
消費者教育出前講座	・高齢者、見守り者を対象とした出前講座の実施 ・「シニア向け消費者教育講師人材養成講座」（令和5年度） ⇒令和6年度以降、養成した講師による「シニア向けデジタル活用講座」（出前講座）を開始
啓発動画作成	・「ちょっと待った！やばみちゃん」の続編として、学生の参画により高齢者向け啓発動画「ちょっと待った！やばみちゃんファミリー」を制作、配信（令和6年度） ・勤労世代向け消費者トラブル防止動画「一寸待太（ちょいとまった）」を制作、配信（令和7年度）



～悪質商法被害に遭わないために～

# 消費者トラブル防止!

ガイドブック



とても慌てている……。何かあったんじゃないか。

注文してから、1ヶ月経つけど商品が届かないわ。業者に電話してもつながらないし……。困ったわ……。どうしましょう。



静岡県 暮らし・環境部 県民生活課

# 静岡県 高齢者向け 消費者教育出前講座



高齢者に多い  
消費者トラブルの  
事例や手口を知って、  
消費者被害から  
身を守りましょう！



講師の派遣に係る費用（旅費・報償費）は無料です

- 県民生活センターの消費生活相談員や職員のほか、静岡県消費者教育講師人材バンクに登録された消費者教育講師を派遣します。
- 町内会やシニアクラブ、趣味のサークルなど、概ね10人集まればどなたでも申込みできます。
- 会場は県内どこでもOK。会場は、申込者において御準備ください。
- 講座時間は原則60分程度。御希望に応じて時間は調整できます。
- 休日、夜間も対応可能です。
- 講座開催希望日の概ね1ヶ月前までに御連絡ください。
- 民生委員や介護事業所の職員等、高齢者を見守る立場の方向けの講座への派遣も行っています。

## 講座開催までの流れ

### 申込み

FAX又はインターネットでお申込みください。  
(できるだけ、予め電話で御相談ください)

### 打合せ

派遣講師をお知らせしますので、内容や進め方、  
教材等について、電話やメールで直接、講師と  
調整してください。

### 講座当日

講座会場に直接、派遣講師が訪問します。

### 講座終了後

講座の内容等に関するアンケートに御回答  
ください。

## 主な講座の内容

- 契約って何？
- クーリング・オフって何？
- 高齢者をねらう悪質商法  
の手口と対処方法は？

スマートフォン等のデジタル機器やネット  
サービスの基礎知識、上手な使い方、デジタ  
ルな消費者トラブルの実態とその対処法等に  
ついて知りたい方は、「シニア向けデジタル  
活用講座」の御利用も御検討ください！

＼裏面に申込書があります！

## お問い合わせ・申込み

静岡県東部県民生活センター  
静岡県中部県民生活センター  
静岡県西部県民生活センター

TEL 055-951-8214  
TEL 054-202-6016  
TEL 053-458-7116

FAX 055-951-8208  
FAX 054-202-6018  
FAX 053-452-2376

静岡県 高齢者向け消費者教育出前講座実施申込書

年 月 日

静岡県 県民生活センター所長 様

以下のとおり、静岡県消費者教育出前講座を申込みます。

申込者（団体名）							
希望日時	第1	年	月	日（ ）	:	～	:
	第2	年	月	日（ ）	:	～	:
	第3	年	月	日（ ）	:	～	:
講座・会合名							
対象 (シニアクラブ等)		主  な 年  齢  層	歳代	人数	人	男 女	人 人
希望テーマ	<input type="checkbox"/> 悪質商法と契約トラブル（訪問販売、通信販売など） <input type="checkbox"/> 消費者市民社会とエシカル消費 <input type="checkbox"/> その他（ ）						
会場	名 称				交通 手段	最寄（ ）駅）・ （ ）バス停）から 徒歩（ ）分 ※原則、公共交通機関を利用します。	
	住 所						
	設 備	パソコン(パワーポイント・DVD再生用) スクリーン プロジェクター モニター マイク			有 ・ 無(どちらかに○を付けてください) 有 ・ 無 有 ・ 無 有 ・ 無 有 ・ 無		
担当者 連絡先	氏 名			所 属			
	電 話			F A X			
	メー ル						
その他 要望など							

# インターネットとの上手な付き合い方を学びませんか？

いまはシニアの方でも半数以上がスマホを持つ時代です！

このスマホ時代に知っておきたい基礎知識やよくある消費者トラブルを学んで、上手にインターネットと付き合える賢い消費者を目指しましょう！

## 対象とする方

- 詐欺や消費者トラブルに気をつけながらスマホを楽しみたい方
- 高齢者を見守る立場の方(家族、民生委員、介護事業所の職員など)  
※主に高齢者の方を対象とした講座ですが、どなたでもお申込みは可能です。

## スマホ教室では ありません！

スマホをこれから使い始める方、操作方法を知りたい方は、スマホショップ等で開催する教室を受講してください。

## 講座実施にあたって

- 町内会やシニアクラブなど、概ね10人集まればどなたでも申込可
- 1回あたりの定員は20人程度(受講者が多い場合は分割開催も可)
- 会場は県内どこでも可(会場や必要な機器は、申込者において準備)
- 講座時間は原則90分(調整可)



契約の基礎知識、インターネットサービス以外で高齢者に多い消費者トラブルの実態やその対処法等について知りたい方は、「静岡県高齢者向け消費者教育出前講座」の御利用も御検討ください！



## 主な講座の内容



ネット利用時に  
気をつけたいこと



インターネット上の消費者トラブルの  
事例と被害から身を守る方法



スマホを使用した  
実技あり

**カード教材を使って楽しく学べる講座です！**

※スマホ実技に係るデータ通信料は受講者の負担となります。

お問い合わせ・申込み

**まずはお電話ください！**

静岡県東部県民生活センター  
TEL 055-951-8214  
FAX 055-951-8208

静岡県中部県民生活センター  
TEL 054-202-6016  
FAX 054-202-6018

静岡県西部県民生活センター  
TEL 053-458-7116  
FAX 053-452-2376

裏面に  
申込書があります

講座開催希望日の1ヶ月前までにお申し込みください

## 静岡県 シニア向けデジタル活用講座 実施申込書

年 月 日

静岡県 県民生活センター所長 様

以下のとおり、静岡県シニア向けデジタル活用講座を申込みます。

申込者 (団体名)							
希望日時		第1	年 月 日 ( ) : ~ :	第2	年 月 日 ( ) : ~ :		
配布資料の送付 希望日・送付先		(送付希望日) 講座開催日の 日前頃		(送付先住所)			
講座・会合名							
対象 (シニアクラブ 等)		主 な 年 齢 層		歳 代	人 数	人	男 人 女 人
会場	名 称				交通 手段	最寄 ( 駅)・ ( バス停) から 徒歩 ( ) 分 ※原則、公共交通機関を利用します。	
	住 所						
	設 備	パソコン(パワーポイント用) 有・無(どちらかに○を付けてください) Wi-Fi (フリー、モバイル) 有・無 スクリーン 有・無 プロジェクター 有・無 モニター 有・無 マイク 有・無 ※パソコン、スクリーン及びプロジェクター (又はパソコン及びモニター) がない場合、 紙資料を使用して講座を行います。					
担当者 連絡先	氏 名			所 属			
	電 話			F A X			
	メー ル						
その他 要望など							

### <講座開始までの流れ>

- ①申 込 み 電話で相談の上、  
メール又はFAXでお申し込みください。
- ②打 合 せ 派遣講師と打合せしてください。
- ③講座当日 当日は派遣講師が会場へ直接訪問します。
- ④講座終了後 アンケートに御回答ください。

### <注意事項>

- ・基本テキストに沿って講座を実施します。  
内容の変更はできません。
- ・原則 90 分の講座です。  
60 分未満の講座はお受けできかねます。
- ・講座で扱う実技以外のスマホ・パソコン操作方法は  
教えておりません。
- ・インターネットで発生したトラブルへの対処方法の  
講座ではありません。

## 【静岡県暮らし・環境部県民生活課からのお知らせ】

### 高齢者に多い消費者トラブル防止啓発動画

静岡県では、高齢者の皆様や、高齢者を見守る周囲の皆様に気をつけていただきたい消費者トラブルについて、啓発動画を制作・公開しています。

消費者トラブルから身を守り、安全・安心な消費生活を送るためにも、ぜひ御覧ください。

#### ①ちょっと待った！やばみちゃんファミリー「定期購入トラブル編」(2分8秒)

<https://youtu.be/KnaLxxoTMOQ>

- ・「お試し価格」には要注意。
- ・最終確認画面で、「定期購入」になっていないか、必ず確認を！



#### ②一寸待太シリーズ「SNSで誘われる悪質商法編」(1分3秒)

<https://youtu.be/TLY4e28iFQQ>

- ・「必ず儲かる投資」は存在しない。
- ・投資資金の振込先が個人口座の場合は要注意。



#### ③一寸待太シリーズ「不安をあおる点検商法編」(1分5秒)

[https://youtu.be/lUMXk\\_a2-AU](https://youtu.be/lUMXk_a2-AU)

- ・突然訪ねてきた業者には点検させない。
- ・その場で契約せず、まず家族や周囲の人に相談する。



「これって消費者トラブルかも？」と不安に感じたら  
**消費者ホットライン188** にお電話ください！

※通話料がかかります(通話料金定額プランの対象外です)。

## 消費者安全確保地域協議会の概要について

(県民生活局県民生活課)

## 1 令和6年度の消費者被害の現状

- ・県及び市町における消費生活相談における高齢者の占める割合は、他の年代と比較して大きく、60歳以上の高齢者からの相談は全体の50%以上を占めている。
- ・高齢者の被害が他の年代より大きい理由として、①若い世代と比較し、多くの資産を有している、②「お金」、「健康」、「孤独」に不安を持っている、③平日一人で自宅にいることが多く悪質業者に狙われる機会が多いことが挙げられる。

＜参考：県内の消費生活相談の状況＞

区分	令和4年度		令和5年度		令和6年度		前年度比
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	
20歳未満	611	2.7%	516	2.3%	469	2.1%	90.9%
20歳代	2,025	9.1%	1,810	8.2%	1,685	7.4%	93.1%
30歳代	2,063	9.2%	1,910	8.7%	1,826	8.0%	95.6%
40歳代	3,005	13.4%	2,900	13.2%	2,636	11.5%	90.9%
50歳代	3,831	17.1%	3,670	16.7%	3,855	16.9%	105.0%
60歳代	3,914	17.5%	3,978	18.1%	<b>4,281</b>	<b>18.8%</b>	107.6%
70歳以上	6,921	30.9%	7,175	32.7%	<b>8,074</b>	<b>35.4%</b>	112.5%
合計	22,370	100.0%	21,959	100.0%	22,826	100.0%	103.9%

※合計値は年齢不明を除く。

## 2 配慮を要する消費者への見守りについて

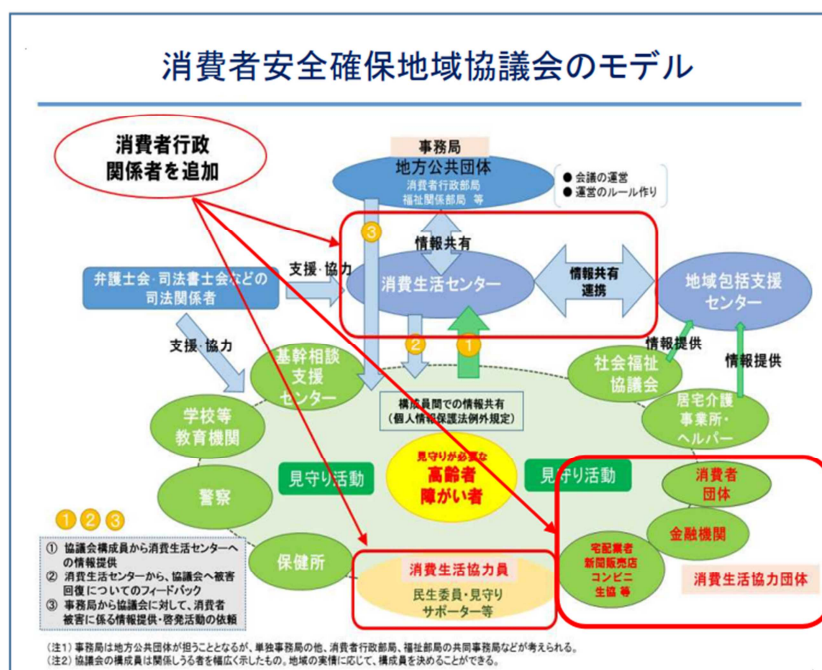
高齢者を始めとする消費者被害に遭いやすい特性を有する者を消費者被害から守るためには、**本人に対して消費者教育・啓発を行うだけでは不十分**であり、本人の周囲の方が見守り、早期に異変に気づき、消費生活センター等の相談窓口につながることを大切である。そのため、**本人の周囲の「見守り者」への情報提供・注意喚起や、地域での見守り体制構築が必要**である。

## 3 消費者安全確保地域協議会とは

消費者安全法では、平成26年6月の改正により、高齢者や障がい者、認知症等により判断力が不十分となった者の消費者被害を防ぐため、**地方公共団体に、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）」（以下、「協議会」という。）を設置できることとなった。**

協議会には、普段から見守り活動を行っている者（消費生活センター、地域包括支援センター、介護サービス事業者、民生委員・児童委員、病院、警察、弁護士、司法書士、宅配事業者等）が構成員となり、見守り活動に必要な情報交換や協議を行う。

## <協議会のイメージ図>



※出典:厚生労働省ウェブサイト 社会・援護局関係主管課長会議資料 5 ページ  
(<https://www.mhlw.go.jp/content/12201000/000908542.pdf>)

## 4 期待される効果

- ・ 消費者被害の早期発見
- ・ 迅速な情報収集による被害の拡大防止
- ・ 必要な福祉サービスへの円滑な移行
- ・ 構成員間で個人情報の共有による実効性の確保（個人情報保護法の例外規定）

⇒民間事業者・民間団体の協力を得ることによって、**効率的かつ効果的な見守り活動が展開**できる。消費者政策の観点から行う見守りは、普段の生活で日常的に関わりを持つ地域の事業者との参画が特に重要であり、連携体制の構築が進めば、**自治体の負担が減り**、民間事業者・民間団体にとっても、これまで以上に**地域とのつながりを深めていくチャンス**となる。

## 5 他分野のネットワークとの連携

※改正消費者安全法の実施に係る地方消費者行政ガイドライン P35 引用

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/local\\_cooperation/system\\_improvement/consumer\\_safety\\_act\\_amendment/pdf/guideline1.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/system_improvement/consumer_safety_act_amendment/pdf/guideline1.pdf)

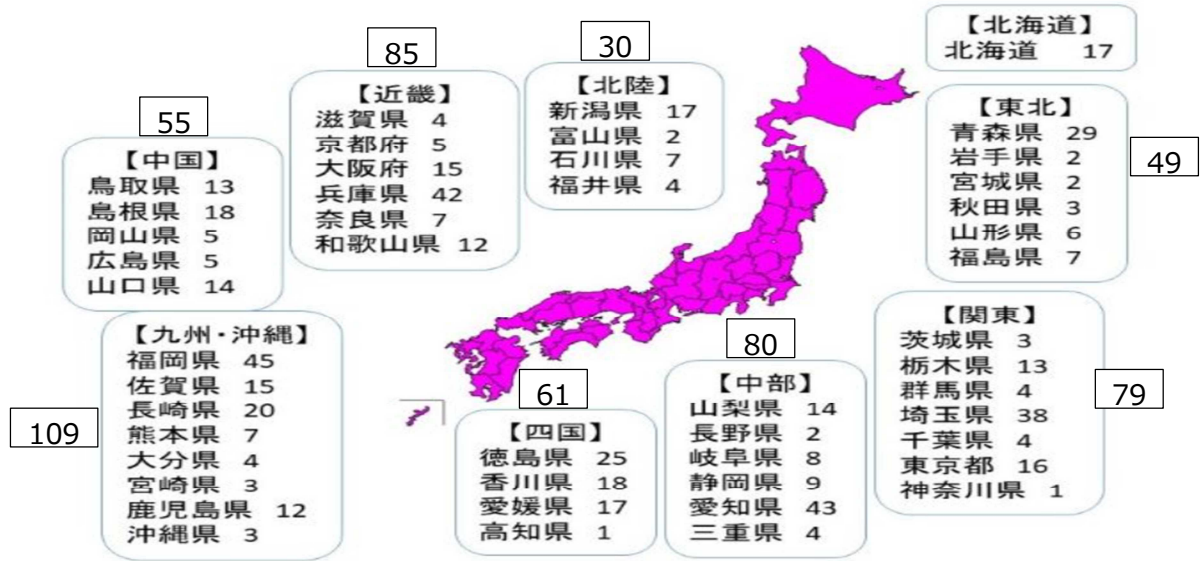
地域の現場では、消費者安全の確保以外の分野で、福祉、防災、孤立死対策等の様々な地域ネットワークが既に構築されており、それぞれ成果を挙げている。

様々なネットワークにおいて構成員が重複しているという地域の実情からすると、**見守り等の取組を効率的・効果的に行い、実効性を高めるという観点からは、地域協議会を一から立ち上げるよりも、他のネットワークと、それぞれの目的や役割の相違を十分に理解した上で連携し、場合によっては一体的に運営することが望ましい**と思われる。地域協議会は、他のネットワークと対立的・排他的な関係にあるのではなく、むしろ、**これらのネットワークと連携しながら、高齢者等を消費者被害から守ることを目指すものである。**



## 6 全国の設置状況

令和7年11月末時点で【565】の自治体に設置されている。(道府県設置を含む)



※出典:消費者庁ウェブサイト  
[\(https://www.caa.go.jp/policies/policy/local\\_cooperation/system\\_improvement/network/\)](https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/system_improvement/network/)

## 7 静岡県内における設置状況

項目	富士市	東伊豆町	南伊豆町	御殿場市	川根本町	沼津市	御前崎市	伊東市
協議名称	富士市消費者安全確保地域協議会	東伊豆町あんしん見守りネットワーク	南伊豆町高齢者見守りネットワーク	御殿場市消費者安全確保地域協議会	川根本町高齢者等見守りネットワーク	沼津市消費者安全確保地域協議会	御前崎市高齢者見守りネットワーク事業	伊東市消費者安全確保地域協議会
設置年月日	令和2年11月12日	令和3年8月24日	令和4年7月7日	令和5年8月21日	令和6年3月1日	令和6年4月1日	令和7年1月30日	令和7年8月6日
構成機関	市消費生活センター、市高齢者支援課、地域包括支援センター、社協、警察等	小売業者、新聞店、宅配業者、介護事業者、金融機関、ガス・電気事業者、民生委員等計	小売業者、運送業者、電気事業者、介護事業者、医師会、町内医療機関、社協、民生委員・児童委員協議会、警察、地区消防組合、金融機関等	市くらしの安全課、市社会福祉課、市長寿福祉課、市消費生活センター、市高齢者地域ケア会議、警察	新聞店、運送業者、ガス・電気事業者、介護事業者、民間事業者等	民生委員・児童委員協議会、社会福祉協議会、消費者協会、警察、県東部県民生活センター等	病院、消防署、社会福祉協議会、介護事業者、農業協同組合、商工会、消費生活センター等	伊東市民生委員児童委員協議会、社会福祉法人伊東市社会福祉協議会、伊東市消費生活センター、伊東警察署生活安全課、市民部市民課健康福祉部高齢者福祉課、健康福祉部社会福祉課
事務局	市市民安全課	町地域包括支援センター	町地域包括支援センター	市環境市民部のくらしの安全課	町地域包括支援センター	市生活安心消費生活センター	高齢者支援課地域包括支援センターはまおか	市民課市民生活係
要綱	富士市消費者安全確保地域協議会設置要綱	東伊豆町あんしん見守りネットワーク事業実施要綱	南伊豆町高齢者見守りネットワーク設置要綱	御殿場市消費者安全確保地域協議会設置要綱	川根本町高齢者等見守りネットワーク推進事業実施要綱	沼津市消費者安全確保地域協議会設置要綱	御前崎市高齢者見守りネットワーク事業実施要綱	伊東市消費者安全確保地域協議会設置要綱

# 資料 6

## 御前崎市消費者安全確保地域協議会



### 設立日

令和7年1月30日

### 構成員（事業所数115）

病院、介護事業所、金融機関、郵便局  
運送業者、コンビニエンスストア  
建設業者、新聞店、地区センター等

### 事業目的

地域全体で支える見守り体制を構築することで、高齢者等が住み慣れた地域で、いつまでも安心して暮らし続けられる安全・安心のまちづくりを目的としている。

### 事業内容

日常業務の中で、「あれ？ちょっと気になるな」と異変等に気付いた場合地域包括支援センターに連絡が入る仕組み。  
寄せられた情報をもとに状況を確認し、必要に応じて関連部局、警察等と連携し適切な支援につなげる。

### 設置経緯

令和4年から既存ネットワーク活用を検討

- ・ 県担当者の強い要望を受け、副市長の判断で調整が加速
- ・ 既存見守りネットワークを基盤にした、効率的で実効性のある協議会として西部地域初の設置



### 事業効果

- ・ 機関連絡体制により、高齢者の異変を早期発見し、重度化を防止
- ・ 独居や高齢者世帯の不安を軽減
- ・ 情報が一本化され、支援につなぐまでの時間が短縮、対応の確実性が向上
- ・ 見守りが地域全体に広がり、地域コミュニティのつながりを強化

- ・ 被害の早期発見、早期対応が可能になる
- ・ 複雑化、巧妙化する消費者トラブルに対応できる体制が整う
- ・ 被害を発信することで、地域全体の被害抑止効果が期待できる
- ・ 既存の個別対応から、“地域ぐるみの消費者安全ネットワーク”への発展が図られ、持続的な仕組みが構築される





資料 8

# 貸金業の監督行政及び多重債務相談等 の状況について

---

2025年12月19日

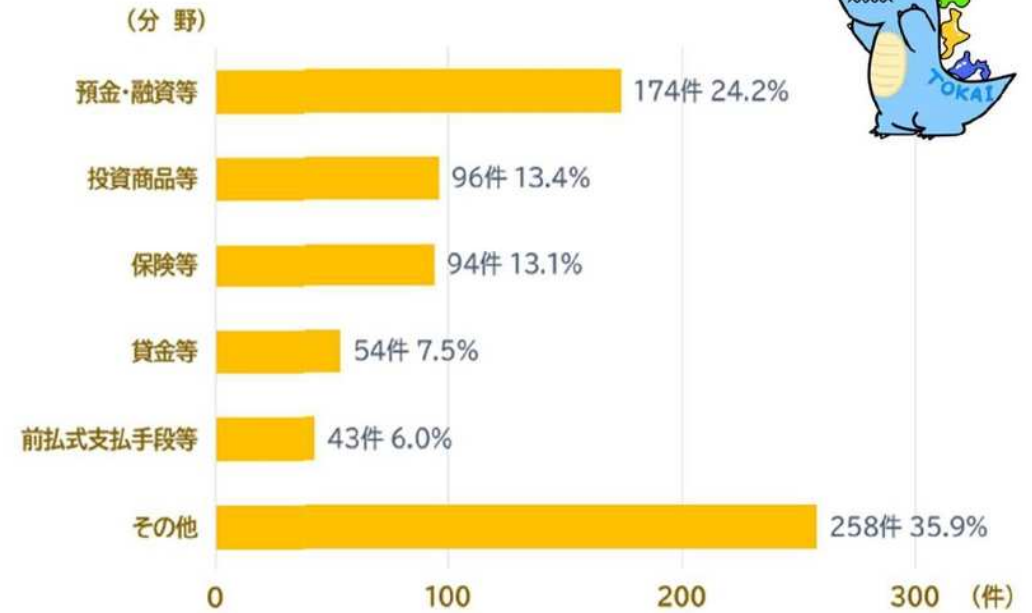
東海財務局 静岡財務事務所

# 金融ほっとライン（東海）の受付状況

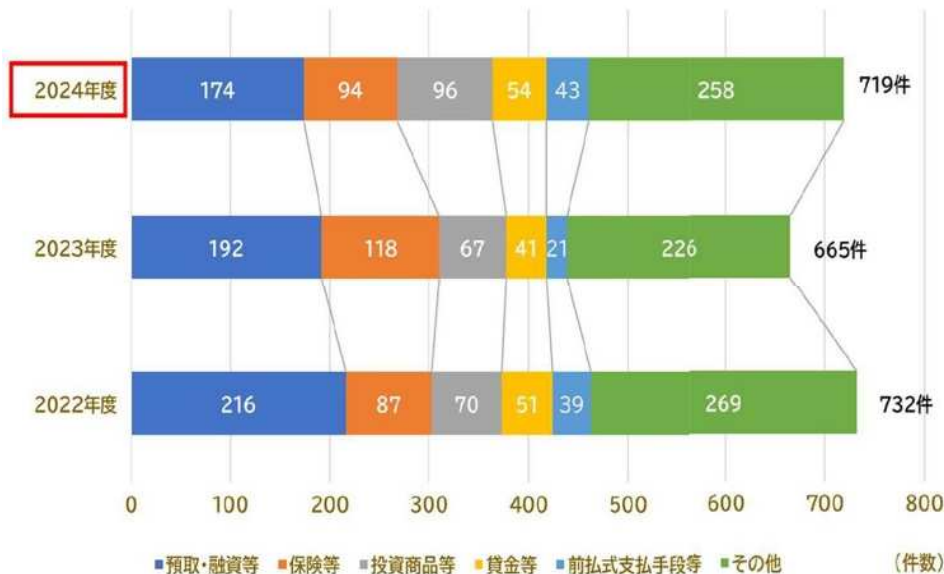
## 金融ほっとライン（東海）の受付状況（2024年度）

- 2024年度の受付件数は、719件（対前年度比8.1%）と増。
- 分野別にみると、「預金・融資等」に関するものが174件（全体の24.2%）と最も多い。
- 次いで、「投資商品等」が96件（全体の13.4%）、「保険等」が94件（全体の13.1%）、「貸金等」が54件（全体の7.5%）となっている。

### 【分野別受付件数】



### 【年度別受付件数】



分野	内容
預金・融資等	銀行、信用金庫、信用組合等に係る預金・融資の相談等
投資商品等	証券会社等金融商品取引業者等、無登録等に係る相談等
貸金等	貸金業者、ヤミ金融等に係る相談等
保険等	生命保険、損害保険、その他の保険等に係る相談等
前払式支払手段等	前払式支払手段発行者に係る相談等 暗号資産交換業者に係る相談等 資金移動業者に係る相談等
その他	上記以外の一般的な相談、その他

#### 金融サービスを利用される皆様

- ・預貯金
- ・融資
- ・保険
- ・貸金
- ・投資商品など

金融サービスに関する  
質問・相談・情報提供をお受けします



#### 金融サービスを利用される皆様へ

金融サービスは、さまざまな形で身の回りに存在し、暮らしに欠かせないものです。

金融商品の中には、複雑な仕組みを持つ商品もあります。理解できないまま契約することで、後々トラブルにつながる可能性があります。

金融サービスの内容について、不明な点、わかりにくい点があるときは、サービスを提供する金融機関等によく説明を求め、十分に理解し、納得して契約することをおすすめします。



**ご相談は無料！**

受付：月曜～金曜（祝日を除く）  
9:00～12:00/13:00～17:00

**052-951-9620**

# 東海財務局における多重債務相談の受付状況

## 東海財務局における 多重債務相談の受付状況 (2024年度)

- 2024年度の新規受付件数は、581件(対前年度比6.2%)と増加。
- 借り入れのきっかけは、「商品・サービスの購入」が最も多く448件、次いで「低収入・収入の減少等」が384件となっている。
- 「相談対応結果」としては、債務整理を目的として、「弁護士、弁護士会、日本クレジットカウンセリング協会等の専門家を紹介」したものが383件と最も多い。

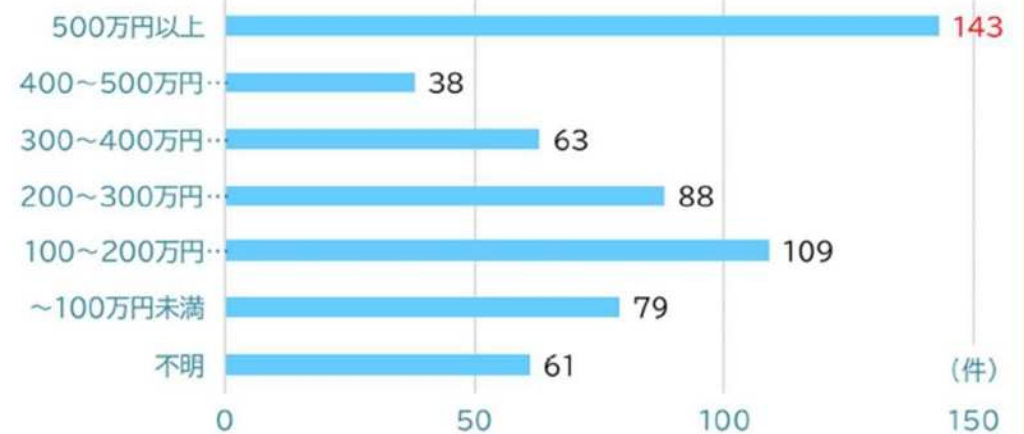


### ■ 新規受付件数の推移 ■

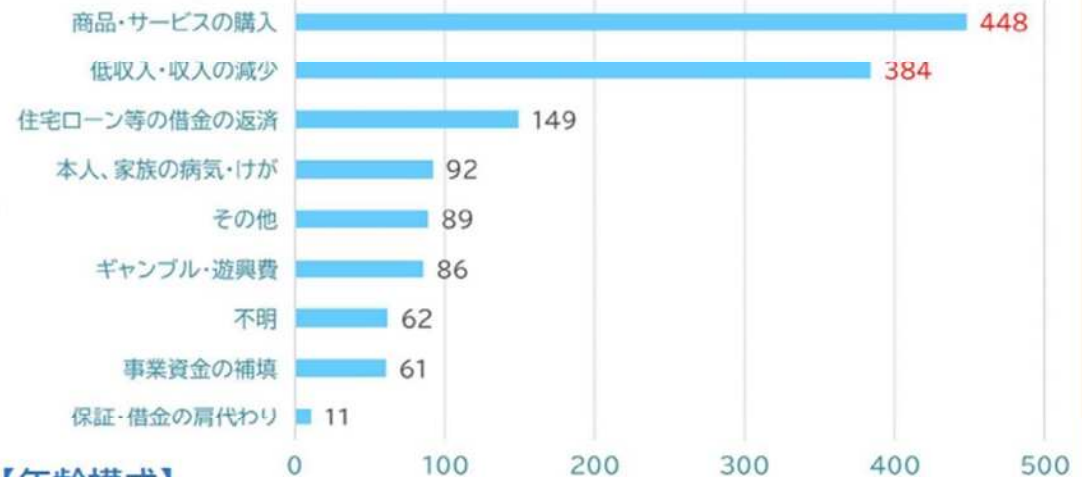


### ■ 相談者(債務者)の状況 ■

#### 【借入残高】



#### 【借入のきっかけ(重複回答あり)】



#### 【年齢構成】

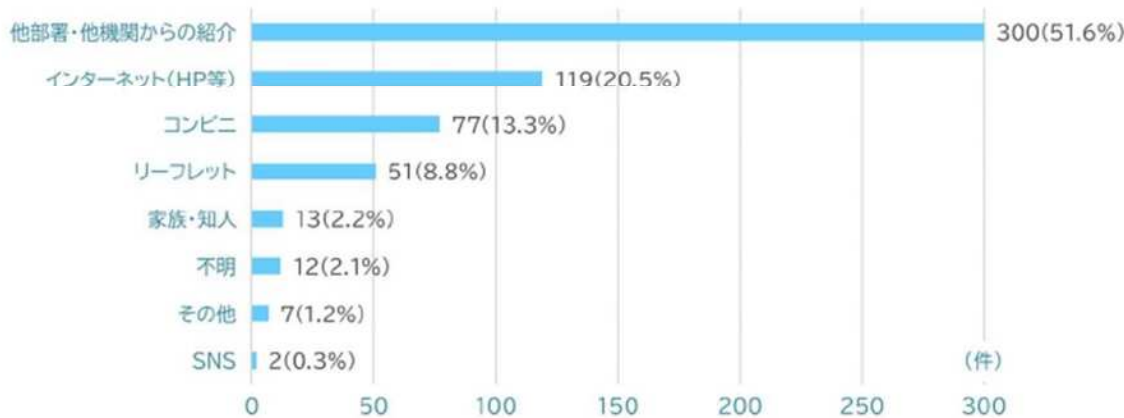


# 東海財務局における多重債務相談の受付状況

## ■ 相談対応等の状況 ■



### 【相談窓口の把握方法(相談のきっかけ)】



### 【相談対応結果(重複回答あり)】

相談対応結果	件数
弁護士、弁護士会、日本クレジットカウンセリング協会等の専門家を紹介	383
多重債務問題の根本的な解決のための専門的な相談機関を紹介	90
うち市区町村の生活保護担当窓口等を紹介	29
うち社会福祉協議会、生活困窮者自立支援相談窓口等を紹介	5
うち精神保健福祉センター、こころの相談窓口等を紹介	16
うちその他相談窓口を紹介	40
相談員による相談のみで解決	193

コンビニエンスストア(ファミリーマート様)のほか、金融機関や市区町村の消費生活センター、社会福祉協議会、総合病院、ハローワークなどにご協力いただき、東海財務局の多重債務相談窓口に係るカードやリーフレットを設置しています。

これらをきっかけにして、多重債務相談窓口にご相談いただくことも多く、多重債務問題の解決に大きく貢献いただいております。

財務省 東海財務局 | SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

## 家計のお悩み

相談無料

### 相談してみませんか?

安心して相談できる、国の相談窓口

事業資金  
の返済...

リボ払い

住宅  
ローン

奨学金

秘密は厳守  
します!

専門の相談員が  
お話をうかがいます

# 東海財務局における多重債務相談の受付状況



## 【特徴的な相談事例①】

### クレジットカードのリボルビング払い、おまとめローンに関する相談事例

複数のクレジットカードを利用し、リボルビング払いで支払いをしているが、毎月の返済額が多く、消費者金融で借金をして返済している状況だ。  
一向に返済も終わらないので、おまとめローンを利用したい。

#### ▼ 当局の対応

専門の相談員が、債務の状況や収入の状況を丁寧にお聞きし、問題点の整理を行うとともに、**必要な情報提供や適切なアドバイスを行います。**  
問題の解決に向けて、**専門の機関をご案内します。**

## 【ポイント及びアドバイスの内容】

- ✓ クレジットカードのリボルビング払いは、毎月の返済額が一定になるものの、手数料が高く、返済期間も長くなります。
- ✓ 複数のクレジットカードを利用することや、消費者金融で借金をして返済することは、債務額がさらに膨れ上がることとなります。おまとめローンを利用することで、毎月の返済額を抑えることができて、完済するまでの期間が長くなり、返済総額が大きく膨れ上がる場合も多いことから慎重な判断が必要です。
- ✓ 相談者の収入や債務額によっては、債務整理の方法をご説明し、法テラスや日本クレジットカウンセリング協会の窓口をご案内します。
- ✓ 多重債務に陥らないために以下の点等に注意が必要です。
  - **本当に借入れが必要か。**(必要としない借入れは行わない。)
  - **無理なく確実な返済が可能か。**(借入れ前に毎月の返済額等を計算してみる。)
  - **契約内容を理解できたか。**(契約前には必ず契約書の金利や手数料の額又は契約内容をよく確認してください。また、契約書はトラブル防止のために必ず保管してください。)

# 東海財務局における多重債務相談の受付状況



## 【特徴的な相談事例②】

### ギャンブル等依存症による借金についての相談事例

息子がギャンブルで作った借金について、母親が肩代りを繰り返していたが、これ以上の肩代わりが困難になった。

息子は、他の家族の年金までギャンブル費用として無心しており、家族関係が悪化している。どうしたらよいか。

#### ▼ 当局の対応

- ✓ ギャンブル等にのめり込んで借金を重ねてしまう人の中には、「ギャンブル等依存症」という精神疾患を抱えている人が少なくないため、まずは治療に向けて精神保健福祉センター等へ相談することをお勧めします。
- ✓ 債務の状況や収入の状況を踏まえ、可能な範囲で相談者のご意向に沿った債務整理の方法等をご提案するとともに、問題解決に向けて、各種相談機関や弁護士などの専門家をご紹介します。

## 【ポイント及びアドバイスの内容】

- ✓ ギャンブル等による債務であり、自己破産の免責不許可事由に該当する可能性があります。一方、債務者に安定的な収入がある場合には、個人再生による債務整理が可能な場合があります。個人再生をご希望される場合は、弁護士などの専門家をご紹介します。また、個人再生にあたり、毎月の収支の把握が必要な場合には、家計管理支援を行います。
- ✓ 一般的に、家族が借金の肩代りをしてしまうと、本人が借金の問題に向き合う機会を奪ってしまい、新たな借金の発生につながります。ご家族は、借金の代位弁済はせず、債務者本人が返済に向き合えるよう支援してください。
- ✓ 更なる借入れの防止のため、「貸付自粛制度」の利用をご検討ください。

(参考) ギャンブル依存症やアルコール依存症を理由とする借金の場合、多重債務問題の根本的な解決を図るため、債務整理よりも、依存症治療が優先される場合があります。



# 東海財務局における多重債務相談の受付状況

## ■ 東海財務局の多重債務相談窓口について ■

東海財務局では、2008年度から多重債務相談窓口を設置し、借金でお困りの方々からの相談を受け付けています。

## ■ ご相談の流れ ■

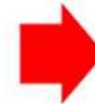
### STEP1

専門の相談員が債務の状況を把握・整理



### STEP2

債務者のご意向や状況のに基づき、債務整理の方法などについてアドバイス



### STEP3

ご相談内容に応じて、弁護士等の法律の専門家や信頼できる機関をご紹介します



(ご希望により家計管理支援も行います。)

## ■ 債務整理の方法 ■

- 任意整理： 裁判所を通さずに、相談者・法律専門家(弁護士等)と債権者(金融機関等)の間の交渉により、債務を整理する方法。債権者と合意しない限り、債務は整理されません。
- 特定調停： 裁判所が相談者と債権者の間に入り、債務整理を調整・仲介する方法。法律専門家に依頼することは必須ではありません。債権者と合意しない限り、債務は整理されません。
- 個人版民事再生： 裁判所の関与の下で再生計画を立て、計画に沿って借金を返済する方法。再生計画では、実現可能な返済スケジュールと借金の一部カットが計画されます。利用者は、定期的な収入がある者等に限られます。
- 自己破産： 裁判所の手続きを通して、借金をゼロにする方法。最低限の生活資財を除き、住宅等の財産は失うこととなります。過去7年以内に自己破産をした等の理由がある場合には、借金をゼロにしてもらえません。

# 東海財務局における多重債務相談の受付状況

東海財務局では、借金でお困りの方々からの相談を受け付けています。

## ■ 多重債務相談窓口 ■

電話: **052-951-1764**

受付時間: 月曜日から金曜日(除く祝日)  
9時から12時及び13時から17時

- 相談は無料、秘密は厳守いたします。
- 個人、事業者を問わず、どなたでもご相談いただけます。
- 専門の相談員が、債務の内容と現状、これまでの経緯などを丁寧にお聞きし、現状を把握した後、ご本人やご家族の希望を踏まえて、債務整理の方法などの情報提供や、必要に応じて、弁護士、司法書士などの法律の専門家をご紹介します。
- ご希望に応じて、債務整理後の生活再建のための家計管理を支援します。



多重債務問題で困っても、**ヤミ金融には絶対に手を出さないで!!**



正規の貸金業者とは、  
国(財務局)・都道府県で  
貸金業登録を受けています。



### 犯罪やトラブルの危険性



SNSなどを通じた個人間でのお金の貸し借りや、給与ファクタリング、後払い(ツケ払い)現金化においては、ヤミ金融業者による違法な貸付けや、個人情報の悪用などの犯罪被害やトラブルに巻き込まれる危険性があります。

ヤミ金融の手口は巧妙で手が込んでいます。  
実際の被害や手口、ヤミ金融業者の情報を確認し、被害にあわないようにしましょう。

ヤミ金融から連絡があっても、  
毅然とした態度で無視しましょう。

もし被害にあってしまったら...  
**一人で悩まず、まず相談しましょう**

東海財務局  
財務広報  
相談室

〒460-8521  
名古屋市中区  
三の丸三丁目3-1





静岡県消費者安全確保県域協議会 御中

2025年12月19日

**J-FLEC**

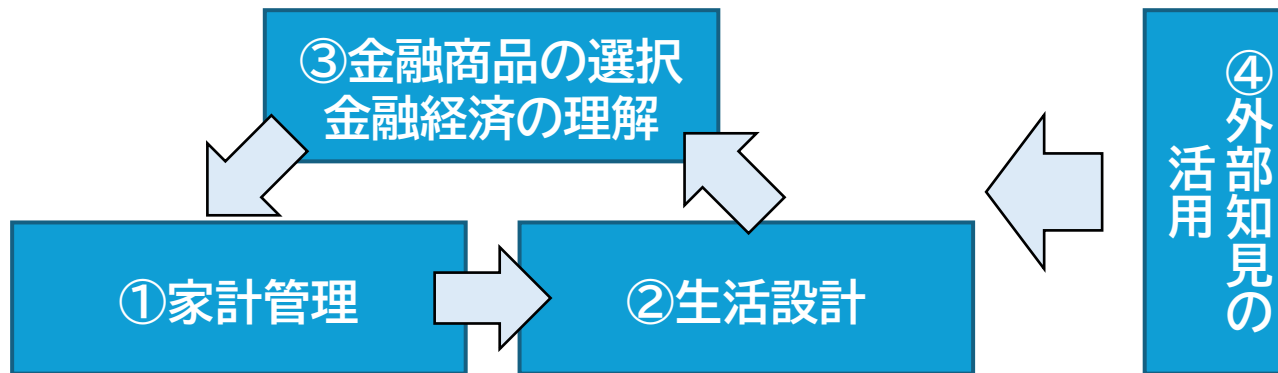
金融経済教育推進機構

# お金の知識を あなたの力に J-FLEC

- 日本人のライフスタイルが多様化するなか、個々人が生涯にわたって経済的に自立した豊かな生活を送るには、お金に関する知識や判断力、すなわち「金融リテラシー」を向上させることが重要です。
- J-FLECでは、全ての国民に対して、誰一人取り残さず、広く、定期的に金融経済教育を受ける機会が提供されるよう、学校教育にとどまらず、職域や公民館等の地域コミュニティでの教育など、「学びの場」の創出に取り組んでまいります。
- 日本全体で金融リテラシーを向上させていくには、行政機関、教育関係者、経済・業界団体、企業経営者や人事・福利厚生担当者、●●●●等の皆さまと連携しつつ、金融経済教育に関する取組みを加速させていくことが不可欠です。
- 本紙は、「金融経済教育の重要性」や「金融経済教育を巡る課題」、「J-FLECの事業概要」等について記載しています。ぜひご一読いただき、金融経済教育を取り巻く環境についてご理解を深めたうえで、J-FLECが提供するサービスを関係者の皆さまに周知あるいはご利用いただけますと幸いです。

- 国民一人ひとりが、経済的に自立し、安心かつ豊かな生活を送るためには、家計管理や生活設計といった基本的な金融知識に加え、それぞれのライフプランに合った金融商品・サービスをより適切に選択し、安定的な資産形成を行う必要性を理解するなど、**金融リテラシー(注)**を向上させていくことが重要です。

(注)金融リテラシーとは、経済的に自立し、より良い生活を送るために必要な「お金に関する知識や判断力」のことです。



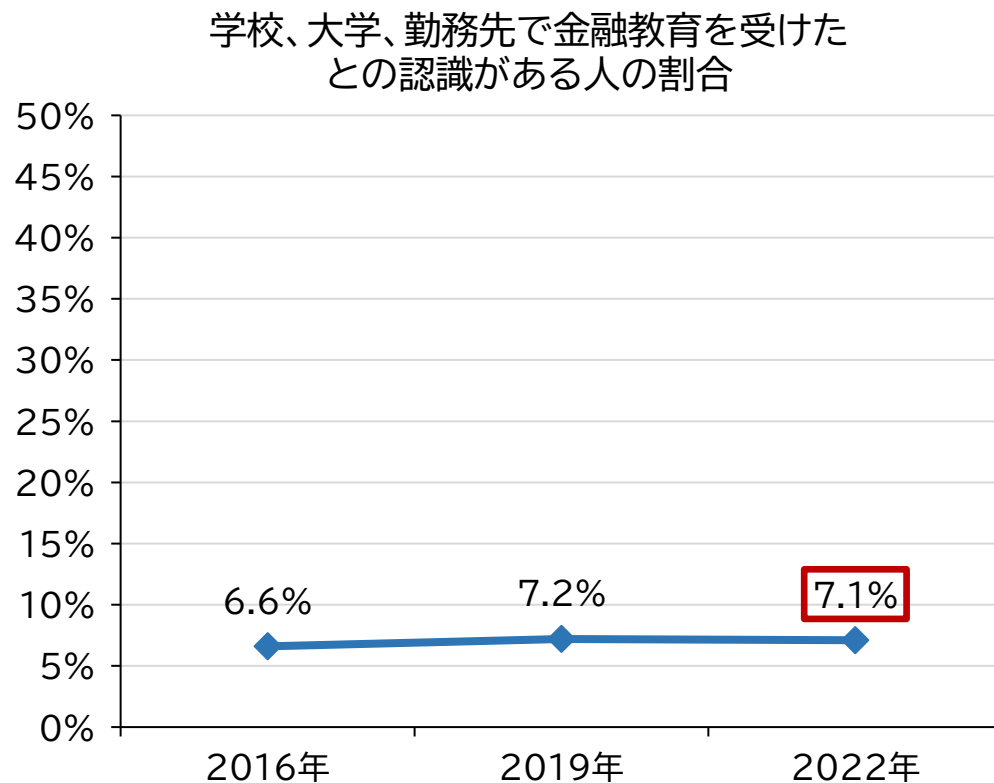
- 金融経済教育を通じて金融リテラシーを高めることは、一人ひとりが描く**ファイナンシャル・ウェルビーイング(注)**の向上に繋がります。

(注)自らの経済状況を管理し、必要な選択をすることによって、現在及び将来にわたって、経済的な観点から一人ひとりが多様な幸せを実現し、安心感を得られている状態。

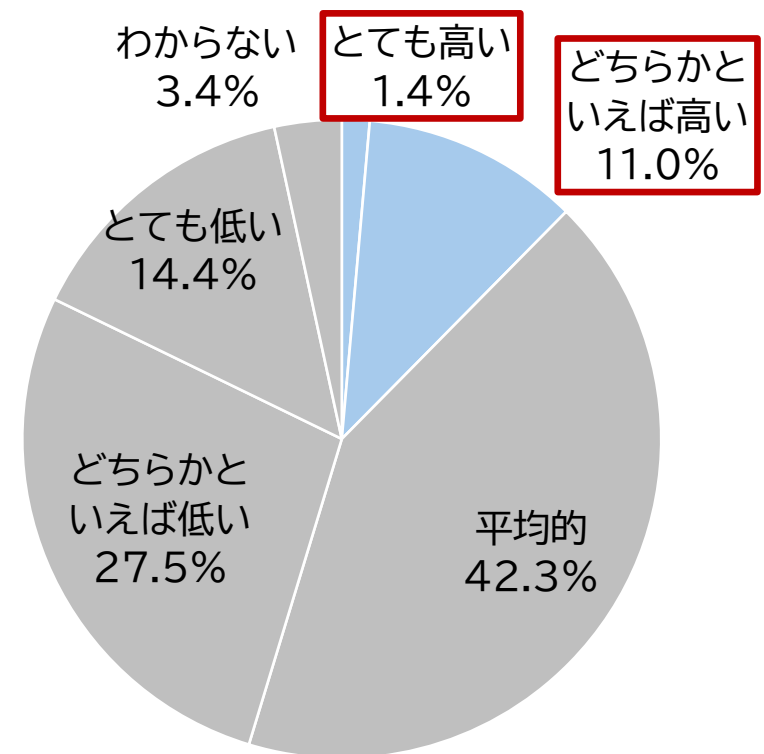


- 金融経済教育を受けたと認識している人は7%程度に過ぎず、その割合も横ばいで推移しており、**金融経済教育を受ける機会が国民に十分行き届いているとは言えない状況**にあります。
- そうした環境もあって、**金融知識に関して自信のある人は1割程度**にとどまっています。

(金融経済教育を受けたと認識している人の割合)



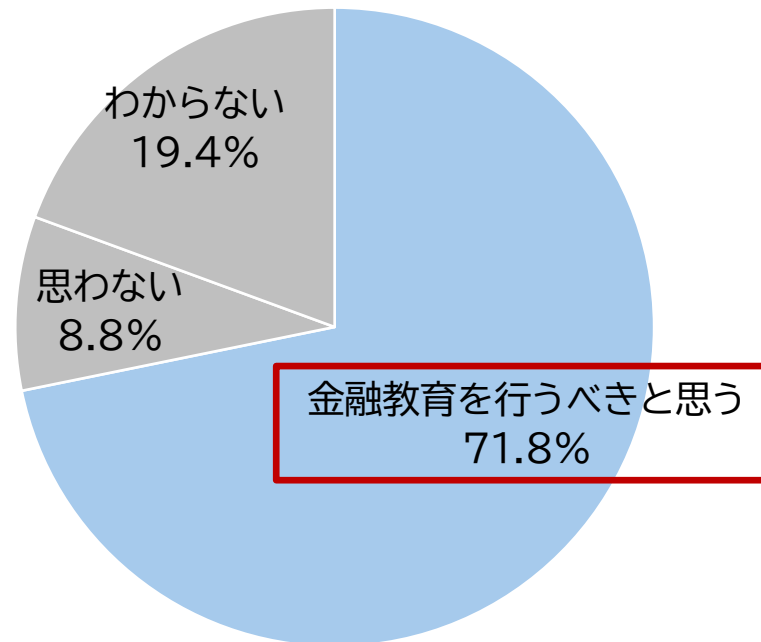
(金融知識に関する自己評価)



(出所)金融広報中央委員会「金融リテラシー調査(2022年)」

- 金融経済教育を受けたと認識している人は7%程度にすぎない一方、金融経済教育を行うべきと回答した人は7割を上回っており、金融経済教育に対するニーズは非常に強いと考えられます。

(金融経済教育を求める声)



The page features several decorative blue circular icons with stylized symbols. One icon in the top left shows a square with a plus sign. Another in the top center shows a smiley face with a curved arrow. A third in the top right shows a smiley face with a square and a curved arrow. In the bottom right, two icons are overlapping, one showing a smiley face with a square and a curved arrow, and the other showing a smiley face with a square and a curved arrow. The central text is in black.

## J-FLECに関する概要



## 名称

金融経済教育推進機構

(英)J-FLEC: Japan Financial Literacy and Education Corporation

## 設立

2024年4月5日

## 資本金

10億5,729万6千円

政府	:10億729万6千円	(5,000万円)
日本銀行	:2,500万円	(2,500万円)
全国銀行協会	:1,250万円	(1,250万円)
日本証券業協会	:1,250万円	(1,250万円)

(注)( )内は、政府による設立にかかる初期費用を除くベース

## 職員数

約70名

## ウェブサイト

<https://www.j-flec.go.jp/>



## J-FLEC公式Xアカウント

[https://x.com/J\\_FLEC?s=09](https://x.com/J_FLEC?s=09)



## 根拠法

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  
(2024年2月1日施行)


## 目的

適切な金融サービスの利用等に資する金融又は経済に関する知識を習得し、これを活用する能力の育成を図るための教授及び指導(金融経済教育)を推進すること。

## 所在地

室町古河三井ビルディング (コレド室町2)  
東京都中央区日本橋室町2-3-1 9F



The page features several decorative blue circular icons with stylized symbols. One icon in the top left shows a square with a plus sign. Another in the top center shows a smiley face with a curved arrow. A third in the top right shows a smiley face with a square and a curved arrow. In the bottom right, two icons are overlapping, one showing a smiley face with a square and a curved arrow, and the other showing a smiley face with a square and a curved arrow. The central text is 'J-FLECの事業概要' in a bold, black, sans-serif font.

## J-FLECの事業概要

1

## 講師派遣事業

- ◆ 全国の企業や学校等に、J-FLEC講師を派遣し、金融経済に関する出張授業(無料)を展開。

2

## イベント・セミナー事業

- ◆ 全国各地で、社会人の方や事業会社(経営者の方)、教員の方などを対象とした、お金に関する無料イベント・セミナーを開催。

3

## 「J-FLECはじめてのマネープラン」無料体験事業

- ◆ J-FLEC相談員(J-FLEC認定アドバイザー)による個別相談の無料体験を、J-FLECにおいて、対面またはオンラインで実施。

4

## 「J-FLECはじめてのマネープラン」割引クーポン配布事業

- ◆ クーポン対象事業者(J-FLEC認定アドバイザー)による有料の個別相談をはじめて利用する方を対象に、相談料が80%オフ(1時間あたり最大8,000円まで割引)になる電子クーポン(3時間分)を配布。

5

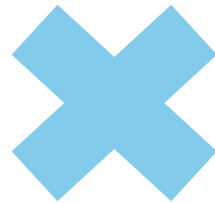
## 学校等への支援事業

- ◆ 金融経済教育に関する研究活動などに取り組む学校を指定し、教育研究費の助成やアドバイス提供を実施。

## 全国での 「学びの場」 の創出

- ✓ 講師派遣(出張授業)
- ✓ イベント・セミナー

等



## 全国の 教育の担い手 の拡充

- ✓ J-FLEC認定アドバイザー

各地方・都道府県に所在するJ-FLECの関係団体<sup>(注)</sup>によるサポート

(注)各都道府県金融広報委員会、日本証券業協会地区協会、各地銀行協会、財務局等



全国津々浦々に、身近な場での、定期的な  
金融経済教育の機会を敷き詰めます

- 全国の企業や学校、公民館等に、所定の審査を通過したJ-FLEC講師を派遣し、金融経済に関する出張授業(無料)を実施しています。
- 「金融リテラシー・マップ」に沿って、年齢層別に最低限身に付けるべき金融リテラシー(お金に関する知識・判断力)を習得いただけるよう、「標準講義資料」をもとに幅広いテーマで授業を実施しています。

年齢層	学べる主な内容
小学生	「おこづかいから学ぶお金の話」 ・おこづかいの使い方、貯め方、お金の流れ・トラブルの事例など ※ ドリル・ゲーム・クイズなども活用した参加型形式もあり
中学生・高校生	「大人になる前に知っておきたいお金の話」 ・収支管理の基本、お金の貯め方のコツ、資産形成と経済活動の関係性、クレジット・奨学金の仕組みと注意点、金融トラブルの防止など
大学生・若手社会人(10代~20代)	「社会人として知っておきたいお金の話」 ・家計管理や給与明細の見方、資産形成の基本(長期・積立・分散)や支援制度(NISAなど)、社会保険と民間保険、クレジット、奨学金、金融トラブルの防止など
中堅社会人(30代~40代)	「将来に向けて知っておきたいお金の話」 ・家計の現状把握から外部知見(お金の専門家)の活用を通じた将来設計・資産形成の考え方、社会保険と民間保険、各種ローン、金融トラブルの防止など
ベテラン社会人(50代以上)	「リタイア前後に知っておきたいお金の話」 ・定年退職後の生活を見据えた年金などの社会保険、退職金、税金の仕組みのほか、資産寿命の延伸、贈与・相続・終活などの概要
シニア層(60代以上)	「豊かな老後のために知っておきたいお金の話」 ・セカンドライフを有意義かつ快適なものとするために知っておきたい資産寿命の延伸やそのために活用できる制度、終活のポイント、贈与・相続の基本、外部知見の活用など



※ 特別支援学校向け、教員向けにも研修・授業を実施しています。

※ 上記の各標準講義資料は、J-FLECホームページにて公開しています。 149

- 全国各地で、社会人の方や事業会社(経営者の方)、教員の方などを対象とした、お金に関する無料イベント・セミナーを開催しています。
- 忙しくて時間がない方、遠隔地にお住まいの方にもご参加いただけるよう、イベント・セミナー会場だけでなく、オンラインによる参加やオンデマンド動画による視聴も可能としています。

## (イベント・セミナー例)

対象層	主な内容等
社会人	<p>「社会人として身に付けておきたいお金の話」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・収支管理・資産形成の基本や利用できる制度(NISA等)、社会保険と民間保険など</li> </ul>
事業会社(経営者)	<p>「職域における金融経済教育のメリット」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人材確保の観点からの金融経済教育の重要性、企業における取組み事例の紹介など</li> </ul>
教員向け	<p>「基礎から知りたいお金の話」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・先生自身に知っていただきたい、家計管理・資産形成などの基本とポイント</li> </ul> <p>「生徒に伝えたいお金の話」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・授業でお金について教える際のポイント、授業で使えるJ-FLEC教材の体験など</li> </ul>
親子向け	<p>「お金の使い方・貯め方体験プログラム」</p> <p>「会社の仕組みやお金の流れを学習できるワークショップ」</p>



## 対面・オンライン相談

- お金に関するアドバイスの価値や意義を知っていただくきっかけとするため、**J-FLEC相談員(J-FLEC認定アドバイザー)による個別相談の無料体験を対面またはオンラインで提供しています。**
  - ◆ 無料体験は最大1時間で、事前予約制です。  
個人の状況に寄り添ったアドバイスを提供するため  
事前予約の際に相談したいテーマ等を記入いただきます。

(相談テーマ例)

ライフプランの立て方、家計の見直し、教育資金の準備、  
住宅ローンの借入れ、金融資産の運用、リタイアメントプラン 等

- ◆ 個別具体的な税金等の計算、個別の金融商品等に関する相談はできません。

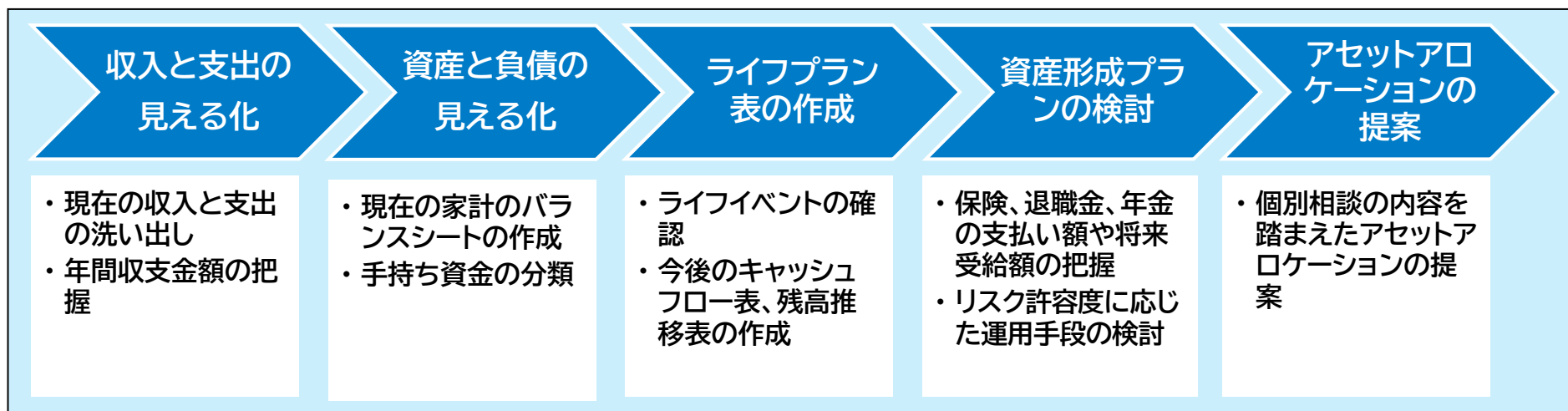


## 電話相談

- 上記の対面・オンライン相談とあわせ、「家計管理」やNISA・iDeCo等の「資産形成支援制度」、「金融商品・サービス」等に関する疑問や質問について**J-FLEC相談員(J-FLEC認定アドバイザー)が回答する電話相談窓口を設置しています。**
  - ◆ 電話相談は最大30分間で、事前予約は不要です。  
「家計の見直しは何から始めればいいのか?」、「NISAってどんな制度?」、「これって金融トラブル?どこに相談すればいい?」など、お気軽にご相談ください。
  - ◆ 個別具体的な税金等の計算、個別の金融商品等に関する相談はできません。

- お金に関するアドバイスの価値や意義を知っていただくきっかけとするため、クーポン対象事業者(J-FLEC認定アドバイザー)による有料の個別相談をはじめて利用する方を対象として、相談料が80%オフ(最大8,000円まで割引)になる電子クーポン(3時間分)を配布しています。
  - ◆ 相談料が1時間10,000円の場合、電子クーポンの利用で自己負担が2,000円になります。
  - ◆ 3時間でライフプランの作成からアセットアロケーション(金融資産の種類・配分調整)の提案までの個別相談が可能です。
  - ◆ 電子クーポンの利用対象となる個別相談は、J-FLECが行うアドバイス実践研修を通じて、一定のアドバイス技能を身に付けたJ-FLEC認定アドバイザーが行うものに限定されています。

### (3時間分の個別相談の内容<例>)



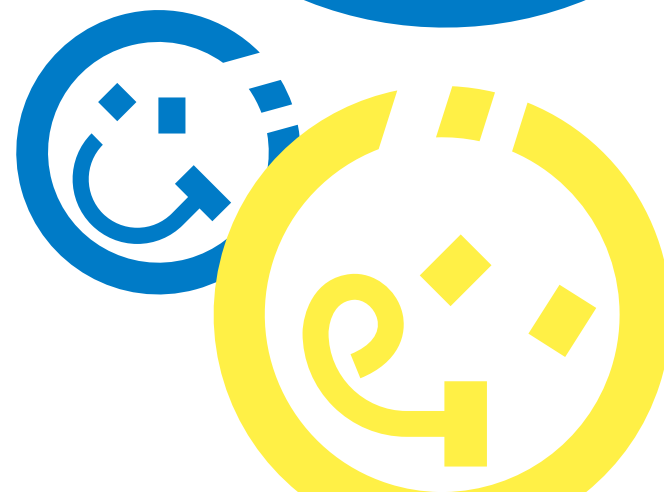




本資料でご案内した各事業は、  
J-FLECのホームページからお申込みいただけます。



<https://www.j-flec.go.jp/>



# お金の知識を あなたの力に



## J-FLEC

金融経済教育推進機構

J-FLEC（ジェイフレック）は、  
国民に広く金融経済教育を届けることを目的に設立された、  
金融庁所管の認可法人です。

一人ひとりが、経済的に自立し、安心かつ豊かな生活を送るために、金融リテラシー（お金に関する知識・判断力）を高められるよう、中立・公正な立場から以下の事業を推進しています。

講師派遣（出張授業）  
イベント・セミナー

全国各地での  
「学びの場づくり」

学 校

企 業

公民館等

個別相談  
（はじめてのマネープラン）

一人ひとりに応じた  
「お金の相談」の機会提供

無料の個別相談体験

有料相談の  
割引クーポン発行

ウェブサイト  
SNS

金融リテラシー習得に  
役立つ情報発信

金融を学べる教材

動画コンテンツ等

※他にも様々な事業を行っています。詳細は内側を確認ください。

## 講師派遣（出張授業）

全国どこでも  
派遣

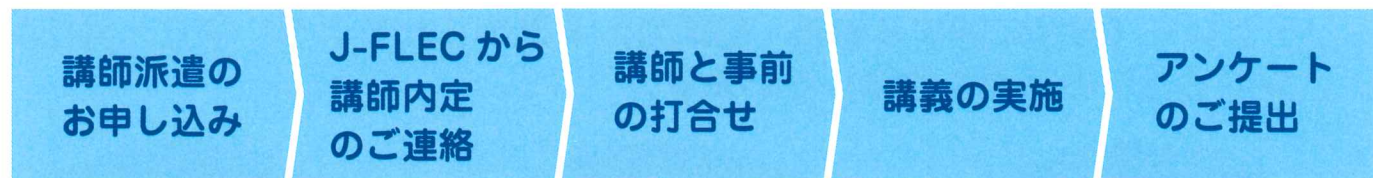
全国の学校や企業、公民館等にJ-FLEC講師を派遣し、金融経済に関するテーマの出張授業を無料で実施しています。

実施日時	土日・祝日を問わず、講師を派遣 年末年始期間（12/29～1/10）は除きます。
講義時間	45～120分程度 ご要望に応じて調整いたします。
講義方法	対面・オンライン オンライン講義で使用するURL・ツールは申込者にてご用意ください。
講義資料	年齢階層別の「標準講義資料」*を使用 サンプルをホームページからご確認いただけます。 *詳しくは「ウェブサイト・SNS」の「教材・コンテンツの無償提供」をご覧ください。 なお、高校生以下では上記以外のアクティブラーニング型の教材も利用可能です。
費用	講義料や派遣に係る交通費は無料 講義資料を印刷して配付する際の費用等は申込者のご負担となります。



詳細はこちら

### ●お申し込みから講師派遣までの流れ



### ●お申し込みにあたって

- ・ホームページの申込フォームから、講師派遣希望日の45日前までにお申し込みください。
- ・受講者数は原則として10人以上を確保するようにしてください。
- ・以下のようなご依頼はお受けできません。
  - ◆ 個社の営業活動やその他収益を得ることを目的とした活動への派遣依頼
  - ◆ 「金融リテラシー・マップ」から逸脱するテーマに関する講義での派遣依頼



詳細はこちら

※その他詳細はホームページをご確認ください。

※よくあるご質問等について解説を公表しています。

## J-FLEC はじめてのマネープラン

商品勧誘  
一切なし

お金に関するアドバイスを受けたことのない方に、アドバイスの価値や意義を知っていただくきっかけとするため、個別相談の無料体験の提供や割引クーポンの発行を行っています。

### 「J-FLEC はじめてのマネープラン」無料体験

ライフプランの立て方、家計の見直し、資産形成等お金に関する悩みごとについて、J-FLECが認定した相談員に無料で相談する機会を提供しています。

### ●選べる2つの相談方法

対面・オンライン相談

電話相談

最大1時間、ウェブ予約  
土曜相談あり

最大30分、予約不要、匿名可  
☎ 0120-55-1209 10:00～17:00  
(土日祝・年末年始除く)

※フリーダイヤルがご利用いただけない場合 03-3231-1209



詳細はこちら

### 「J-FLEC はじめてのマネープラン」割引クーポン

ご自身のお金の悩みに寄り添った、具体的なアドバイスが欲しい方向けに、クーポン対象事業者（J-FLEC認定アドバイザー）への相談料が最大8割引になるクーポンを発行しています。

### ●割引クーポン使用条件

相談内容	「収入と支出の見える化」「資産と負債の見える化」「ライフプラン表の作成」のほか、「資産形成プランの検討」「アセットアロケーションの提案」等
対象	クーポン対象事業者（J-FLEC認定アドバイザー）に初めて有料で相談する個人
時間	一人あたり最長3時間
割引率	相談料の80%（1時間あたり上限8,000円、最大3時間合計で上限24,000円）



詳細はこちら

### J-FLEC認定アドバイザーとは？

J-FLECでは、J-FLECが定める審査を通過した個人を、一定の中立性を有する顧客の立場に立ったアドバイザー（J-FLEC認定アドバイザー）として認定・公表しています。

- ・ J-FLEC認定アドバイザーは、家計管理、生活設計、NISA・iDeCo等の資産形成支援制度、金融商品・サービス、消費生活相談等についてアドバイスを行う者です。
- ・ J-FLECは、J-FLEC認定アドバイザーの氏名のほか、個人がアドバイスを依頼する際に参考となる情報（自己PR、保有資格、経歴、得意分野、報酬の目安等）を公表しています。

「認定アドバイザー検索」ページはこちら➡



## イベント・セミナー



詳細はこちら

社会人や経営者、親子、教員等を対象にお金の専門家を招き、イベントやセミナーを無料で開催しています。開催日時や場所は、ホームページからご確認いただけます。

また、各種イベントの後援や共催等をご希望の企業・団体様はホームページの問い合わせ・ご意見フォームよりご相談ください。



問い合わせ・  
ご意見フォーム

### 主なイベント・ セミナー（例）

- ・家計管理・資産形成セミナー
- ・お金について学べる親子向けイベント
- ・先生のための金融経済教育セミナー等

## ウェブサイト・SNS



詳細はこちら

ホームページから、金融を学べる教材やイベント・セミナー情報等、金融リテラシーの習得に役立つ情報をご覧いただけます。

### 教材・コンテンツの無償提供

小学生からシニア層まで、年齢層別に最低限身に付けるべき金融リテラシーを習得いただける「標準講義資料」を公表しています。

また、標準講義資料以外にも、さまざまな教材や動画を、ホームページやYouTubeの公式チャンネルにて公開しています。



YouTube 公式  
チャンネル



公式 X でも  
随時情報発信中

### 金融経済教育研究校の指定・支援

金融経済教育を研究・実践するため、各都道府県に所在する金融広報委員会と協力し、小学校～高等学校、特別支援学校等を金融経済教育研究校として指定・支援しています。

全国の学校等で金融経済教育を実施する際の参考としていただけるように、研究・実践の報告書を公表しています。ご関心のある学校の先生方は、各都道府県の金融広報委員会にお問い合わせください。



詳細はこちら



静司発第332号

令和7年12月1日

各 位

静岡県司法書士  
会長 井上 尚人



## 令和7年度消費者問題シリーズ研修会のご案内

初冬の候、ますますご盛栄のこととお慶び申し上げます。平素より当会に対しまして格別のご厚誼を賜り厚く御礼申し上げます。

さて、当会は、令和8年2月25日（水）に標記研修会を開催いたします。

参加いただきます場合には、会場・資料等の準備の都合がありますので、お手数ではございますが、裏面下部記載のURL（Google Forms）から申し込みをお願いします。多くの皆様のご参加をお待ちしています。

なお、本案内は下記の皆様に送付させていただきましたことを申し添えます。

静岡県くらし・環境部県民生活局県民生活課、経済産業部商工業局商工金融課、県内県民生活センター消費者相談窓口、県内各市区町役場 住民相談担当課 高齢者・障害者福祉業務担当課 子育て支援事業担当課、浜松市収納対策課、静岡県社会福祉協議会、県内各社会福祉協議会相談窓口、県内各財務事務所、法テラス静岡、静岡県労働金庫、しずおか市消費者協会、生活協同組合ユーコープしずおか、静岡県労働者福祉協議会、静岡県生活協同組合連合会、こくみん共済coop静岡推進本部、静岡県農業協同組合女性組織協議会、（公財）静岡県労働者福祉基金協会、（一財）静岡県年金福祉協会、（一財）静岡県勤労者信用基金協会、日本労働組合総連合会静岡県連合会

〒422-8062 静岡市駿河区稲川一丁目1番1号

静岡県司法書士会

TEL (054) 289-3700 FAX (054) 289-3702

Eメール syosikai@mail.chabashira.co.jp

## 開催要項

1. 開催日程 令和8年2月25日（水曜日）  
受付 13:00～（1階事務局にて）  
研修 13:30～13:40 開会挨拶  
13:40～14:40（60分）前半  
14:40～14:55（15分）休憩  
14:55～15:55（60分）後半  
15:55～16:00 閉会挨拶
1. 会場 静岡県司法書士会館（会場参加者：最大72名まで）  
Zoomによる配信も行いますのでオンライン受講も可能です
1. 研修内容 自然災害と契約トラブル
1. 講師 静岡県司法書士会 消費者問題対策委員
1. 開催趣旨

令和7年9月5日に牧之原市などで発生した台風15号に伴う竜巻災害では、多数の住宅や車両の損壊被害が確認されました。このような大規模自然災害の発生後には、被災した建物や車両の修理・撤去や、損壊した建物の賃貸借契約などに関するトラブルが顕在化します。本研修では、当会の消費者問題対策委員会のメンバーが、今後も起こりうる自然災害時の契約トラブルの概要、法的な論点、そして解決策を、具体的な事例を交えながら解説します。

1. 申込 下記URLまたは二次元コードよりお願いします  
（期限：令和8年2月6日）

<https://forms.gle/PcipTyL2t3GdSeZ5A>



※受講無料です。

※Zoom視聴用のURL及び研修資料は、申込時のメールアドレス宛にご案内いたします。  
会場受講の方の研修資料は当日会場で配布します。

※録音・録画はご遠慮願います。

# 資料11

## 事前アンケート結果まとめ

### 1 消費者被害の拡大防止のため、団体として取り組んでいること

団体名	回答
静岡県弁護士会	・無料相談会の実施、NPO法人「しずおか消費者ユニオン」への協力
静岡県司法書士会	・司法書士総合相談センターにて消費者問題等の相談に対応 ・行政職員向けに消費者問題をテーマとした研修を年1～2回実施 ・大学生や高校生向けの消費者問題に関する法律講座の実施 ・県内の消費者団体と連携
社会福祉法人 静岡県社会福祉協議会	-
静岡県民生委員児童委員協議会	-
静岡県地域包括・在宅介護支援センター協議会	・国民生活センター発行の「見守り新鮮情報」を当協議会ホームページに掲載し、情報提供、周知に努めている。
静岡県消費者団体連盟	・高齢者、小学生、一般県民に対して特殊詐欺被害防止等に対する出前講座を開催している。 ・直近の詐欺を参考にするため、また、被害防止の啓蒙の学習のために警察に講師を依頼している。 ・東中西の県民生活センターから各市町の相談事例を聞き(学習し)、出前講座実施に役立てている。
日本司法支援センター静岡地方事務所	・情報提供業務 お問合せ内容に応じ、解決に役立つ法制度や、相談機関・団体などに関する情報を提供しています。 ・民事法律扶助業務 経済的に余裕のない方が法的トラブルにあったときに、無料で法律相談を行い(事前予約制)、必要な場合には、弁護士や司法書士費用等の立替えを行います。
特定非営利活動法人 しずおか消費者ユニオン	・適宜法律相談などを実施している。
一般財団法人 静岡県銀行協会	・当協会が事務局を務める静岡県金融機関警察連絡協議会において、毎年静岡駅コンコースにて特殊詐欺等被害防止啓発活動(ティッシュ配布)を実施し、注意喚起啓発活動をしております。また定期的に各地区情報連絡会の開催。実務者レベルの情報交換会等、常に警察と情報共有し、御協力を得ながら金融被害拡大防止に努めております。
一般財団法人 静岡県労働者福祉協議会	・関連団体の公益財団法人静岡県労働者福祉基金協会が「暮らしなんでも相談」(電話相談)にて消費生活、トラブル等の相談に応じ、内容に適した公的期間などを照会している。 ・関連の高齢者団体の会報へ、特殊詐欺等の注意喚起を掲載し注意喚起を行っている。
静岡県労働金庫	・会員労働組合等における消費者教育・金融経済教育 ・高校、大学における消費者教育(財産形成と投資、クレジットカードの利用) ・「マネートラブルにかつ」の発行(労金協会)
公益財団法人 日本クレジットカウンセリング協会	・借金返済でお困りの方からの電話相談(多重債務ほっとライン)及び債務整理と生活再建に向けた無料カウンセリング注を実施。 (注)静岡相談室については令和6年4月から新規カウンセリングの受付を停止中
日本貸金業協会 愛知県支部	・貸金業界の指定紛争解決機関(金融ADR)として、相談対応・苦情処理・紛争解決など、中立公正な立場から支援しているほか、貸付自粛制度に係る登録受付事務を担っている。
東海財務局 静岡財務事務所 理財課	○金融犯罪防止に向けた講演 ・9月、翌年1月、焼津市の地域交流センターにて高齢者向けに「還付金詐欺」や「キャッシュカード詐欺等」について寸劇を交えながら講演。12月に静岡英和学院大学、翌年1月に静岡大学での寄附講座が予定されており、金融犯罪防止に向けた啓発を行う予定。
静岡県警察本部生活安全企画課	・各警察署、生活保安課等と共に県民に対する、広報啓発活動に取り組んでいる。
静岡県警察本部生活保安課	-
静岡県警察本部捜査第二課	-
静岡県警察本部警察相談課	-
静岡県教育委員会教育政策課	・成年年齢引き下げを契機に、学習指導要領での消費者教育の内容が充実されたこともあり、発達段階に応じて家庭科や社会科、情報等の教科において、指導要領の内容を踏まえて消費者教育を実施している。 ・また、県民生活課とも連携し、「教員向け消費者教育実践講座」(全教員向け及び家庭科教員)を開催しているほか、家庭科や情報の授業づくりの研修においても消費者教育について取上げ、内容の充実を図っている。
静岡県健康福祉部地域福祉課	-
静岡県健康福祉部福祉長寿政策課	-
静岡県経済産業部商工金融課	・貸金業者への指導・監督を通じて、法令遵守状況の検証や、顧客保護の視点で業務運営がされているかのチェックを行っています。
各県民生活センター	・消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)の市町設置推進 ・多重債務者相談推進月間キャンペーン(12/1～31)の実施 ・消費生活相談の受付 ・不当取引事業者に対する指導 ・被害拡大防止にかかる啓発活動(街頭キャンペーンの開催、SNSを活用した情報発信) ・消費者教育、啓蒙(出前講座・研修会の実施等) 情報提供(消費者月間キャンペーン、警察との担当者会議等)
賀茂広域消費生活センター	・現状管内2町において協議会を設置しており、主に高齢者の見守りを行っている。他の管内市町に対しては、消費者安全確保地域協議会の設置を働きかけている。 ・障害者については、賀茂地域1市5町と県及び関係機関で組織する「賀茂地区障害者自立支援協議会」に当センターが参画し、実質的に障害者への見守りを行っている。 ・協議会を設置している2町については、構成員間で連携した見守り活動を行っていくとともに、未設置の市町については、引き続き協議会設置に向けた働きかけを行っていくことで、賀茂地域における見守り体制の充実を図り、消費者被害の早期発見と未然防止に取り組んでいく。

## 事前アンケート結果まとめ

### 2 消費者被害の拡大防止のため、団体として協力できること、関係機関と連携して取り組みたいこと

団体名	回答
静岡県弁護士会	・弁護士による相談会の実施、消費者教育等
静岡県司法書士会	・行政の相談窓口や関係機関に寄せられた消費者問題等の相談の配転先、紹介先として司法書士総合相談センターに繋いでいただき、相談に対応できる。 ・相談員や行政職員向けの勉強会や講座を実施できる。
社会福祉法人 静岡県社会福祉協議会	—
静岡県民生委員児童委員協議会	—
静岡県地域包括・在宅介護支援センター協議会	—
静岡県消費者団体連盟	・従来通り出前講座開催を希望します。 ・高齢者だけでなく、若者を含めて特にSNSなどを利用した、なりすましや詐欺被害防止に県などと連携した取り組みや定期的に最近の被害の情報交換が必要だと思ふ。 ・企業における社員、特に若者に対して詐欺防止対策を社員教育として、取組をされているのを知りたい。
日本司法支援センター静岡地方事務所	・当センターの情報提供業務、民事法律扶助業務（法律相談援助、代理援助、書類作成援助）を通じて消費者被害に遭われた方の支援をいたします。民事法律扶助業務は、ご家族の人数に応じた収入の制限があります。詳しくは当地方事務所（電話050-3383-5400）までお問合せください。
特定非営利活動法人 しずおか消費者ユニオン	・構成員に法律専門家が多いことから、被害防止のための講義・講演、出張法律相談業務等は積極的にお引き受けできます。
一般財団法人 静岡県銀行協会	—
一般財団法人 静岡県労働者福祉協議会	—
静岡県労働金庫	・学校等における教育にとどまらず、実際に社会に出てから企業等による消費者教育・金融経済教育の有効性が高いものと認識しております。このため県からも企業等の研修カリキュラムにこうした内容を盛り込むこと等の働きかけをお願いします。
公益財団法人 日本クレジットカウンセリング協会	・電話相談をされた方の債務を詳しくお聞きして、その方に合った最善とされる関係公共機関（弁護士会・法テラス等）を積極的に紹介し、さらなる被害が出ないようにしていきたい。
日本貸金業協会 愛知県支部	・消費者への金融リテラシー普及活動として、金融の基礎知識に関する資料の配布や各種SNSを活用した注意喚起のための動画を配信しているほか、ヤミ金融・詐欺・悪質業者による被害の事例と防止策に係る出前講座を実施するなど、様々な啓発活動を展開している。
東海財務局 静岡財務事務所 理財課	—
静岡県警察本部生活安全企画課	・各警察署、生活保安課等と共に県民に対する、広報啓発活動
静岡県警察本部生活保安課	—
静岡県警察本部捜査第二課	—
静岡県警察本部警察相談課	—
静岡県教育委員会教育政策課	・引き続き、県民生活課とも連携し、児童生徒の消費者教育に取り組んでいく。
静岡県健康福祉部地域福祉課	—
静岡県健康福祉部福祉長寿政策課	—
静岡県経済産業部商工金融課	・「貸付自粛制度（※）」の周知を行う。 ※ギャンブル依存症等、借り癖のついている人が個人信用情報機関に「自分に融資をしないでほしい」という情報を登録する制度。新たな借入を防ぐための抑止的効果が期待できる。
各県民生活センター	・消費者教育出前講座の受入れ先の拡大（高校・大学、社会人講座等） ・相談窓口の知名度向上（キャンペーン、チラシ配架）
賀茂広域消費生活センター	—



令和7年10月2日

## リチウムイオン電池使用製品による発火事故に注意しましょう — 身に着ける、持ち歩く製品にも使用されています —

列車内でのモバイルバッテリーの発火事故や、スマートフォンの発火事故について、ご存じの方も多いかと思えます。このような発火事故の原因の一つとして、製品にリチウムイオン電池が使用されていることが挙げられます。

リチウムイオン電池は、モバイルバッテリーやスマートフォンのほか、ワイヤレスイヤホン、スマートウォッチ、携帯用扇風機など日常生活で身に着けたり、持ち歩いたりする様々な製品に使用されており、消費者庁にはこれらのリチウムイオン電池使用製品<sup>1</sup>についての発熱・発火等の事故情報が寄せられています。

また、リチウムイオン電池使用製品を他のごみと混ぜて廃棄することが、ごみ収集車やごみ処理施設での火災の原因になっていることがあり、問題となっています。

今回は、日常生活で身に着ける、持ち歩くリチウムイオン電池使用製品を中心に、発熱・発火等の事故情報と併せて、製品を使用・廃棄する際のポイントをご紹介します。



### 【使用の際のポイント】

- (1) 強い衝撃や圧力を加えないようにしましょう
- (2) 高温になる場所では使用・保管しないようにしましょう
- (3) 充電は、安全な場所で、なるべく起きている時に行いましょう
- (4) 異常を感じたら使用を中止しましょう
- (5) 発火した時はまず安全を確保し、できれば大量の水で消火しましょう
- (6) 製品情報、リコール情報を確認しましょう
- (7) 公共交通機関では、持ち込みルールを守りましょう

### 【廃棄の際のポイント】

- (1) リチウムイオン電池が使用されているかを確認しましょう
- (2) リサイクル可能なものは、リサイクルしましょう
- (3) 廃棄方法を確認して、廃棄しましょう
- (4) 廃棄する前にはなるべく電池を使い切りましょう

<sup>1</sup> 本資料中において、リチウムイオン電池が使用された製品のことを指します。

## 1. リチウムイオン電池使用製品での発熱・発火事故等について

現在、我々が日常生活で使用するスマートフォン、ノートパソコン、電動アシスト自転車、コードレス掃除機などの多くの製品には、小型でも十分な電力を確保することができ、使用した後に充電して繰り返し使用することができるリチウムイオン電池が使用されています（図1）。



図1 リチウムイオン電池使用製品の例

消費者庁には、これらのリチウムイオン電池使用製品（以下「製品」という。）についての様々な事故情報が寄せられており、事故の特徴として、リチウムイオン電池に由来する発熱・発火などが多いことが挙げられます。例えば、モバイルバッテリーやスマートフォンの発火事故については、報道等を通じてご存じの方も多いかと思えます。

今回は、発熱・発火等事故が見られる数ある製品の中から、日常生活で身に着けたり、持ち歩いたりして使用する製品であって、特に近年、より身近になったワイヤレスイヤホン、スマートウォッチ、携帯用扇風機について、事故の状況を取り上げます。

### (1) 発熱・発火等事故情報の件数

事故情報データベース<sup>2</sup>には、ワイヤレスイヤホン、スマートウォッチ、携帯用扇風機における発煙・発熱・発火・破裂・爆発等の事故情報<sup>3</sup>が、2020年度から2024年度までの5年間で計162件登録されています。

<sup>2</sup> 関係機関から「事故情報」及び「危険情報」を広く収集し、事故防止に役立てるために、消費者庁が独立行政法人国民生活センターと提携して運用しているデータ収集・提供システム（平成22年4月運用開始）のことです。なお、収集した情報には、事実関係及び因果関係が確認されていない事例も含まれます。

<sup>3</sup> 火災事故につながったものを含みます。件数及び分類は、本件のために消費者庁が特別に精査したものであり、「事故情報」、「危険情報」の両者を含むとともに、事実関係や因果関係が確認されていない情報を含みます。

① 発熱・発火等事故情報の年度別登録件数

発熱・発火等の事故情報 162 件のうち、リチウムイオン電池に起因すると考えられるものは5年間で計 136 件と 84.0%を占め、近年増加傾向にあります(図2)。

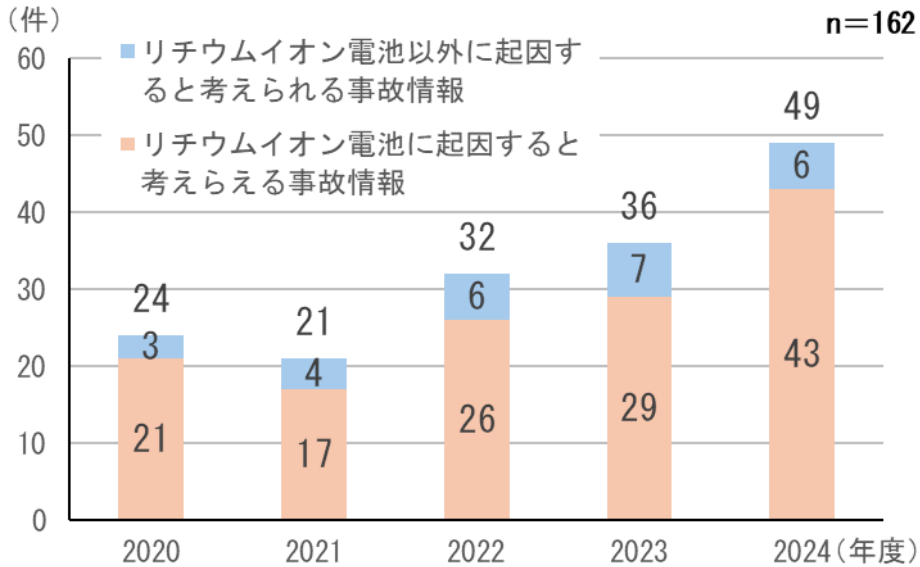


図2 年度別事故情報登録件数

(ワイヤレスイヤホン、スマートウォッチ、携帯用扇風機の合計)

② 発熱・発火等事故情報の製品別内訳

リチウムイオン電池に起因すると考えられる発熱・発火等の事故情報 136 件の製品別内訳は、5年間でワイヤレスイヤホンは64件、スマートウォッチは46件、携帯用扇風機は26件となっており、いずれも増加傾向が見られます(図3)。

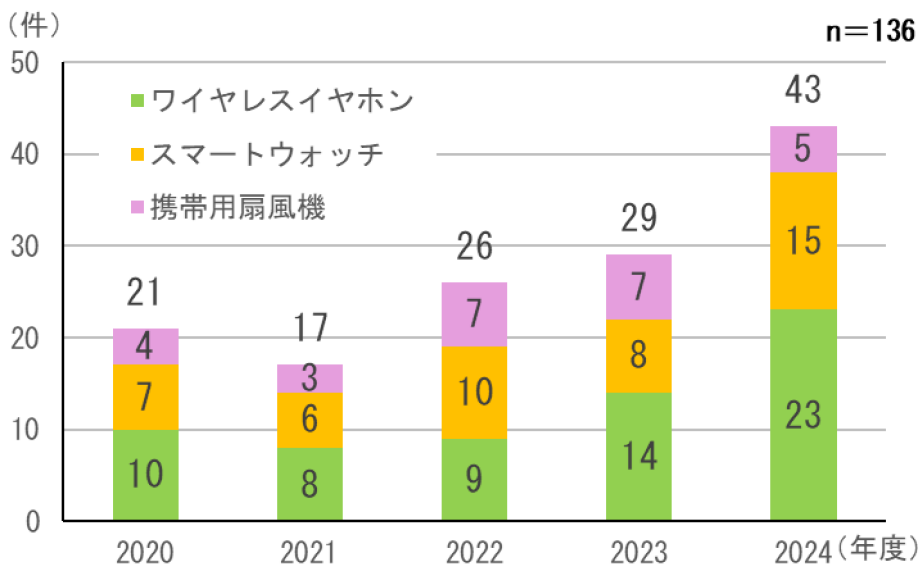


図3 発熱・発火等事故情報の製品別内訳

### ③ 事故発生時の充電状況

事故が発生した時に充電中だった件数は、5年間でワイヤレスイヤホンでは37件（75.5%）、スマートウォッチでは9件（20.5%）、携帯用扇風機では16件（84.2%）でした（図4）。

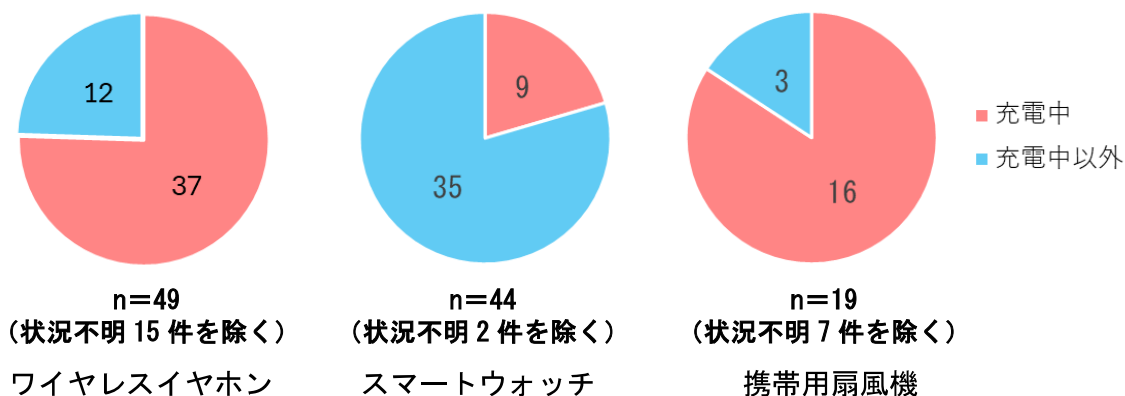


図4 事故発生時の充電状況

## (2) ワイヤレスイヤホン、スマートウォッチ、携帯用扇風機の事故事例

### ○ワイヤレスイヤホン

#### 【事例1】

4年前に購入したワイヤレスイヤホンが充電後に発火し、一緒にかばんに入れていた水筒などを焦がした。

#### 【事例2】

ワイヤレスイヤホンを使っていたら爆発し、首をやけどして衣服が少し焦げた。

#### 【事例3】

ワイヤレスイヤホンを充電したまま出かけたが、帰宅したら充電器が爆発したようになっており床が焦げ、部屋中に粉が散っていた。

### ○スマートウォッチ

#### 【事例4】

ネット通販で購入したスマートウォッチが充電中に熱で溶けた。

#### 【事例5】

スマートウォッチを腕につけたまま寝ていたところ、深夜に突然発火して、腕にやけどをし、シーツが焦げた。

## ○携帯用扇風機

### 【事例6】

パソコンの USB ポートに接続し使用していた携帯用扇風機が突然火柱を上げ発火した。

### 【事例7】

携帯用扇風機の充電中に熱で本体やUSBが一部溶け、ひどいにおいがした。

### 【事例8】

かばんに充電済みの携帯用扇風機を入れていたところ、かばんから煙が出てきて異臭があった。慌てて取り出したところ発火した。

## 2. リチウムイオン電池の構造、発熱・発火の仕組みについて

### (1) リチウムイオン電池の構造

リチウムイオン電池の基本的な構造は図5のとおりです。正極板と負極板をセパレータで隔離するとともに、内部を引火性の有機溶媒で満たした構造となっており、正極板と負極板の間でリチウムイオンと電子をやりとりすることで電気エネルギーを生み出しています。

リチウムイオン電池には図6のとおり円筒形・ラミネート形・角形の3種類の形状があり、用途に応じて使い分けられています。例えば、ワイヤレスイヤホンやスマートウォッチにはラミネート形が、携帯用扇風機には円筒形が多く使われています。

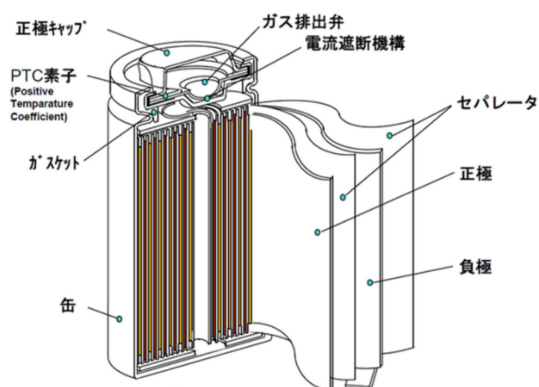


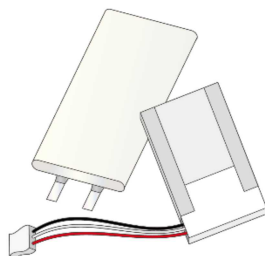
図5 リチウムイオン電池の基本的な構造 (円筒形を例に)

(イラスト提供：(一社)電池工業会「リチウムイオン電池 (円筒形) の断面図」)



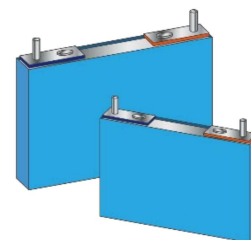
円筒形

(ノートパソコン、携帯用扇風機 等)



ラミネート形

(モバイルバッテリー、ワイヤレスイヤホン、スマートウォッチ 等)



角形

(デジタルカメラ、携帯ゲーム機 等)

図6 リチウムイオン電池の形状

(出典：独立行政法人製品評価技術基盤機構 (NITE) 『夏バテ (夏のバッテリー)』にご用心～「リチウムイオン電池搭載製品」の火災事故を防ぐ3つのポイント～)

## (2) リチウムイオン電池の発熱・発火のしくみ

リチウムイオン電池が発熱や発火に至るにはいくつかの原因がありますが、原因の一つとして、外部から強い衝撃や圧力が加わることにより、セパレーターが破損し、正極板と負極板が電気的につながってしまう（ショートする）ことで、異常発熱が起こり、発火に至ることがあります（図7）。

また、高温により内部の化学反応が異常に進んでしまい、リチウムイオン電池の発熱を制御できなくなることも起こります。

このようなことから、一般に、リチウムイオン電池は強い衝撃、圧力や熱に弱いという特性を有することとなります。

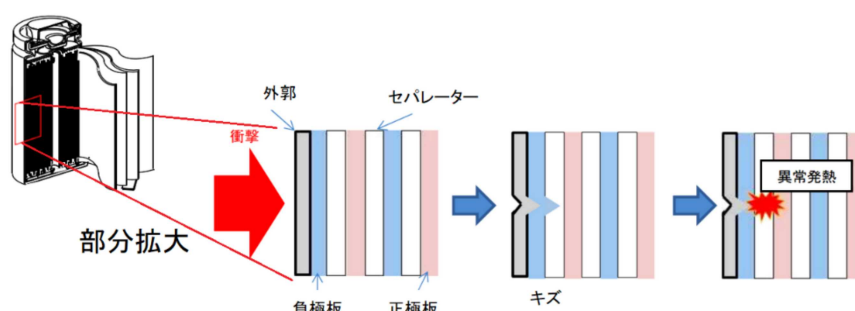


図7 リチウムイオン電池のショート

(出典：独立行政法人製品評価技術基盤機構 (NITE) 『夏パテ(夏のバッテリー)』にご用心～「リチウムイオン電池搭載製品」の火災事故を防ぐ3つのポイント～)

## 3. 製品を使用する際の注意ポイント

製品の取扱いを誤ると、リチウムイオン電池の破損等により発熱・発火といった事故につながる危険性があります。

製品の使用に当たっては、発熱・発火等事故が発生する危険性を常に意識するとともに、以下のような点に注意しましょう。

### (1) 強い衝撃や圧力を加えないようにしましょう

リチウムイオン電池は、強い衝撃や圧力により損傷し、発煙・発熱・発火・破裂・爆発する場合があります。製品を落としてしまったり、ポケットの中に入れてそのまま座ってしまったりすることのないようにしましょう。

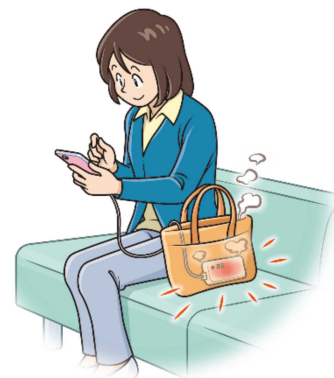
また、強い衝撃や圧力が加わった後、時間が経ってから発熱・発火等することもあるため、この点にも注意が必要です。

変形した製品を元に戻そうと力を加えることも危険です。



## (2) 高温になる場所では使用・保管しないようにしましょう

リチウムイオン電池は、高温環境に置かれることで、内部で異常な反応が進み、発熱・発火等に至る場合があります。炎天下の車内、直射日光の下、暖房器具の近く、かばんや布の中などの熱のこもりやすい場所などでは製品や充電器を使用・保管しないようにしましょう。



## (3) 充電は、安全な場所で、なるべく起きている時に行いましょう



充電したまま就寝し、気が付いたら製品から発熱・発火していたなどの事故が起こっています。充電は、周囲に可燃物のない安全な場所で、なるべく起きている時、製品の様子を確認できる時間に行いましょう。

なお、スマートウォッチをつけたまま就寝したところ、発熱によりやけどしたなどの事故も起こっているため、就寝時の使用・保管にも注意しましょう。

## (4) 異常を感じたら使用を中止しましょう

熱くなっている、膨らんでいる、液漏れする、変なおいがする、異音があるなど異常が見られた場合は、そのまま使い続けることで、発煙・発熱・発火・破裂・爆発につながる場合があります。他にも、充電が遅くなった・できなくなった、充電時に以前より熱くなる、突然電源が切れるといった変化にも注意が必要です。

いつもと違うことに気が付いたら直ちに使用・充電を中止し、事業者の修理窓口などに相談してください。

## (5) 発火した時はまず安全を確保し、できれば大量の水で消火しましょう

製品が発火したなどの場合は、まずは離れるなどにより自身と周囲の人の身の安全を確保してください。火勢が収まった後など、可能であれば、小型の製品は、消火器を使う、大量の水をかける、水をためたバケツに投入するなどして被害の拡大を防ぐことが望ましいです。なお、少量の水をかける程度では、かえって火勢が増すおそれがあり危険なため、注意してください。

大きな火炎により対処が困難と判断した場合は、直ちに 119 番通報してください。

## (6) 製品情報、リコール情報を確認しましょう

製品の欠陥による発熱・発火等も発生しています。製造・輸入事業者や販売事業者、型式、仕様、事業者の連絡先などが確かな製品を購入しましょう。また、モバイルバッテリーには「PSE マーク<sup>4</sup>」が付いているかも確認しましょう(図8)。なお、モバイルバッテリーの性能によっては PSE マークを付ける必要のないものもあります<sup>5</sup>。

モバイルバッテリー表示の例



図8 モバイルバッテリーに付される PSE マークの例

(出典：経済産業省ウェブサイト「電気用品安全法（モバイルバッテリーに関する FAQ）」)

購入後は、取扱説明書に沿って使用するとともに、充電器は純正品又は推奨されているものを使用しましょう。

購入前に加え、購入後も定期的に「消費者庁リコール情報サイト」(図9)、独立行政法人製品評価技術基盤機構(NITE)のリコール情報等検索サイトである「SAFE-Lite」<sup>6</sup>や事業者のウェブサイトなどを確認するようにしましょう。



図9 消費者庁リコール情報サイト (<https://www.recall.caa.go.jp/>)

<sup>4</sup> PSE マークは、電気製品を製造・輸入した事業者が電気用品安全法に定められた義務を履行していることを自ら証明するもので、「国から取得」したり、「PSE 認証取得」したりするようなものではありません。

<sup>5</sup> 内蔵する単電池 1 個当たりの体積エネルギー密度が、400Wh/L (ワット時毎リットル) 以上のものが対象となります(経済産業省ウェブサイト「電気用品安全法「モバイルバッテリーに関する FAQ」」([https://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/denan/mlb\\_faq.html](https://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/denan/mlb_faq.html))を参照。)

<sup>6</sup> NITE SAFE-Lite (<https://www.nite.go.jp/jiko/jikojohou/safe-lite.html>)



### (7) 公共交通機関では、持ち込みルールを守りましょう

多くの人を利用する公共交通機関での事故は被害も甚大になります。特に、航空機では見えない場所で発火する恐れがあるため、受託手荷物としての預入れは禁止されています。機内持込みに関しては各航空会社に御確認ください。

## 4. 製品を廃棄する際の注意ポイント

近年、ごみ処理施設やごみ収集車において、製品に含まれるリチウムイオン電池が押しつぶされたことなどに起因する火災事故等が頻繁に発生しており、環境省によれば、消火活動が必要となった火災事故の件数は全国の市区町村において約8,500件（令和5年度）にも上ります<sup>7</sup>（図10）。

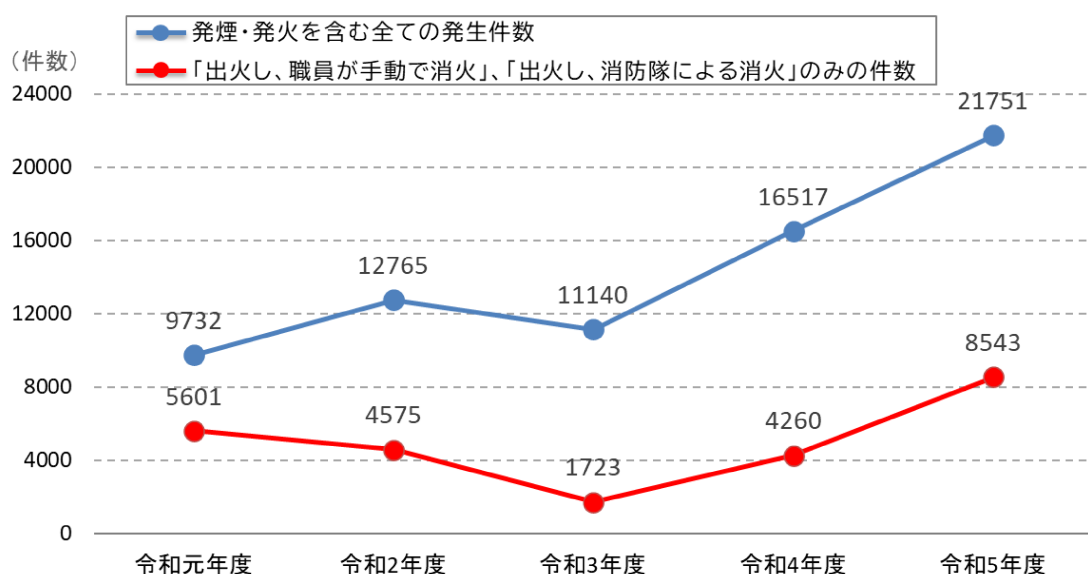


図10 ごみ収集車やごみ処理施設における火災事故等の発生件数推移

（出典：一般廃棄物処理実態調査（環境省））

これによりごみ処理施設の多額の修繕費用が必要となったり、ごみ処理の受け入れが滞ったりと、市民の生活にも大きな支障をきたすこととなります。

日常生活で身に着ける、持ち歩くワイヤレスイヤホンや携帯用扇風機のような小型の製品であっても大きな火災に発展することがあります。

製品を廃棄する際は、安易に他のごみに混ぜて捨てるようなことはせず、以下のような点に注意しましょう。

<sup>7</sup> 環境省「市区町村におけるリチウム蓄電池等の適正処理に関する方針と対策集」（令和7年3月31日）

### (1) リチウムイオン電池が使用されているかを確認しましょう

本体、パッケージや取扱説明書からリチウムイオン電池が使用されているかを確認してください。記載がなくても、充電できるものや電源につながなくても動く・光るなどするものには、リチウムイオン電池が使われている可能性があるため、注意しましょう。リサイクルマークの有無も目安になります（図 11）。



図 11 リサイクルマーク

### (2) リサイクル可能なものは、リサイクルしましょう

一般社団法人 JBRC では会員企業<sup>8</sup>のモバイルバッテリーやリチウムイオン電池<sup>9</sup>を回収しているため、排出協力店（家電量販店、ホームセンターなど）や協力自治体に持ち込みましょう<sup>10</sup>。このほか、メーカーや販売店による製品の回収サービスを利用しましょう。

### (3) 廃棄方法を確認して、廃棄しましょう

製品を分別せずにプラスチックごみ等として廃棄すると、ごみ収集車やごみ処理施設で火災につながるおそれがあります。リチウムイオン電池に限らず家庭からのごみはお住まいの地域により捨てる方のルールが異なります。分別方法などを含め、各自治体の指示に従って捨てるようにしてください。

「〇〇市 リチウムイオン電池 捨てる方」などで検索してみましょう<sup>11</sup>。

### (4) 廃棄する前にはなるべく電池を使い切りましょう

発火のリスクや火災の被害を軽減するため、しばらく放置する、製品を最後まで使用するなどにより、なるべく電池を使い切ってから捨てるようにしてください。

なお、危険ですので、製品から無理にリチウムイオン電池を取り外すことはしないでください。

<sup>8</sup> (一社) JBRC 「『JBRC 会員』企業リスト」 ([https://www.jbrc.com/member/member\\_list/](https://www.jbrc.com/member/member_list/))

<sup>9</sup> 破損・水濡れ・膨張等異常のある電池や外装なしのラミネート形の電池を除く。また、電池以外の製品本体は回収対象外。

<sup>10</sup> (一社) JBRC 「『協力店・協力自治体』検索」 ([https://www.jbrc.com/general/recycle\\_kensaku/](https://www.jbrc.com/general/recycle_kensaku/))

<sup>11</sup> 自治体のホームページやごみカレンダー、自治体によっては「ごみ分別アプリ」などでも確認することができます。

## 5. 参考

### (1) 消費者庁

- 令和6年12月5日「リチウムイオン電池使用製品のトリセツ ―暖をとる製品にもリチウムイオン電池が使われています!―」  
( [https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_safety/caution/caution\\_080/assets/caution\\_080\\_241205\\_01.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/caution/caution_080/assets/caution_080_241205_01.pdf) )
- 令和6年6月27日「低価格・高リスク」の非純正バッテリーに注意～建物が全焼に至った火災も～」  
( [https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_safety/caution/caution\\_077](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/caution/caution_077) )
- 令和6年3月15日「コラム Vol.6 ノートパソコン等の身近な製品に内蔵されるバッテリーの火災に注意! ―こどもの学習用端末も―」  
( [https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_safety/child/project\\_001/mail/20240315/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/child/project_001/mail/20240315/) )

### (2) 総務省消防庁

- 令和6年9月9日「リチウムイオン蓄電池からの火災に対する注意喚起について」  
( <https://www.fdma.go.jp/laws/tutatsu/items/20240909jimurenaku.pdf> )
- 「住宅における電気火災に注意」  
( [https://www.fdma.go.jp/publication/movie/juutaku\\_bouka/items/r06\\_denkikasai\\_jyuden\\_3m.mp4](https://www.fdma.go.jp/publication/movie/juutaku_bouka/items/r06_denkikasai_jyuden_3m.mp4) )

### (3) 経済産業省

- 「電気用品安全法によるモバイルバッテリーの規制」  
( <https://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/denan/topics.html#t9> )
- 「リチウムイオン電池の安全性に関する国際共同啓発キャンペーン」  
( [https://www.meti.go.jp/product\\_safety/consumer/system/06-oecd-kyouryoku.html](https://www.meti.go.jp/product_safety/consumer/system/06-oecd-kyouryoku.html) )
- 令和7年9月30日「製品安全小委員会（リチウムイオン蓄電池の製品事故対策）」  
( [https://www.meti.go.jp/shingikai/shokeishin/seihin\\_anzen/024.html](https://www.meti.go.jp/shingikai/shokeishin/seihin_anzen/024.html) )
- 「資源有効利用促進法によるリチウムイオン電池等小形二次電池のリサイクル」  
( [https://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/admin\\_info/law/02/index05.html](https://www.meti.go.jp/policy/recycle/main/admin_info/law/02/index05.html) )
- 令和7年8月12日「第12回 産業構造審議会 イノベーション・環境分科会 資源循環経済小委員会（指定再資源化製品の選定）」

( [https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/sangyo\\_gijutsu/resource\\_circulation/012.html](https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/sangyo_gijutsu/resource_circulation/012.html) )

(4) 環境省

- 「リチウム蓄電池関係|環境再生・資源循環|環境省（リチウムイオン電池特設サイト）」  
([https://lithium.env.go.jp/recycle/waste/lithium\\_1/index.html](https://lithium.env.go.jp/recycle/waste/lithium_1/index.html))
- 「リチウム蓄電池関係|環境再生・資源循環|環境省」  
([https://www.env.go.jp/recycle/waste/lithium\\_1/index\\_00001.html](https://www.env.go.jp/recycle/waste/lithium_1/index_00001.html))
- 令和6年3月13日「ecojin's EYE リチウム蓄電池」  
(<https://www.env.go.jp/guide/info/ecojin/eye/20240313.html>)
- 令和5年3月1日「ecojin's EYE リチウム蓄電池火災防止」  
(<https://www.env.go.jp/guide/info/ecojin/eye/20230301.html>)

(5) 東京消防庁

- 令和7年8月7日「住宅でも注意！リチウムイオン電池関連火災」  
([https://www.tfd.metro.tokyo.lg.jp/lfe/kasai/lithium\\_house.html](https://www.tfd.metro.tokyo.lg.jp/lfe/kasai/lithium_house.html))
- 「リチウムイオン電池搭載製品の出火危険」  
([https://www.tfd.metro.tokyo.lg.jp/lfe/kasai/lithium\\_bt.html](https://www.tfd.metro.tokyo.lg.jp/lfe/kasai/lithium_bt.html))
- 「誤ったごみの分別により火災が発生！」  
([https://www.tfd.metro.tokyo.lg.jp/lfe/bou\\_topic/gomi.html](https://www.tfd.metro.tokyo.lg.jp/lfe/bou_topic/gomi.html))

(6) 独立行政法人国民生活センター

- 令和7年6月19日「見守り新鮮情報 第514号「リチウムイオン電池の膨張、発煙・発火に注意」」  
([https://www.kokusen.go.jp/mimamori/mj\\_mailmag/mj-shinsen514.html](https://www.kokusen.go.jp/mimamori/mj_mailmag/mj-shinsen514.html))
- 令和3年3月18日「リチウムイオン電池及び充電器の使用に関する注意」  
([https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20210318\\_1.html](https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20210318_1.html))

(7) 独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE）

- 令和7年7月22日「PS マガジン Vol.481 7月22日号「リチウムイオン電池搭載製品の事故」」  
([https://www.nite.go.jp/jiko/chuikanki/mailmagazin/2025fy/vol481\\_250722.html](https://www.nite.go.jp/jiko/chuikanki/mailmagazin/2025fy/vol481_250722.html))
- 令和7年6月26日「『夏バテ(夏のバッテリー)』にご用心～「リチウムイオン電池搭載製品」の火災事故を防ぐ3つのポイント～」  
(<https://www.nite.go.jp/jiko/chuikanki/press/2025fy/prs250626.html>)

(8) 関係団体

- 一般社団法人電池工業会「リチウムイオン二次電池の安全で正しい使い方」  
(<http://www.baj.or.jp/safety/safety16.html>)
- 一般社団法人 JBRC「『協力店・協力自治体』検索」  
([https://www.jbrc.com/general/recycle\\_kensaku/](https://www.jbrc.com/general/recycle_kensaku/))

<本件に関する問合せ先>

消費者庁消費者安全課

TEL : 03 (3507) 8800 (代表)

URL : <https://www.caa.go.jp/>

<有識者からのコメント>

リチウムイオン電池を使用している製品の安全な使用と廃棄を心がけましょう

国立研究開発法人国立環境研究所

寺園 淳

リチウムイオン電池は、ノーベル賞を受賞された吉野彰先生らによって開発された充電式電池で、軽量でありながら高電圧・大電力、しかも自己放電率の少ない優れた電池です。パソコン、スマホなど多くの電気電子製品のほか、電気自動車にも使用されています。最近では、ワイヤレスイヤホン、Wi-Fi ルーター、携帯型扇風機、ファン付き作業服などにも用途は拡大し、充電式の製品のほとんどはリチウムイオン電池を使っていると言えます。

リチウムイオン電池はその構造上、熱や衝撃に弱いことも知られています。正極と負極の間に電解液とセパレーターがありますが、電解液の多くに用いられる有機溶媒は石油製品と同様の引火性で燃えやすい性質を持っていることや、セパレーターが衝撃で破れて内部短絡（電池の内部でショート）を発生したりするためです。暑い自動車内や倉庫に置かれたリチウムイオン電池の火災事故が今年も発生していますので、リチウムイオン電池は暑い場所に放置したり、落として衝撃を与えたりしないように気をつけましょう。

他にも、過充電や過放電をすると発火や性能低下する場合があります。完全に充電されたら充電をやめるのが望ましいです。普通のリチウムイオン電池は安全保護回路のおかげで過放電や過充電の心配は少ないのですが、非純正で非常に安い製品などは粗悪品の場合もあります。今年の電車内で充電中のモバイルバッテリーから発火した事故では、リコール対象の製品だったことがわかっており、原因は不明ながら過充電の可能性も考えられます。信頼ができる純正の電池と製品を購入することを強くお勧めします。

リチウムイオン電池の事故は、廃棄された後にもよく発生しています。収集車で圧縮されたり、不燃ごみなどの処理施設で破碎されたりするためです。一般的な廃棄物処理ではほぼ必ず破碎などの衝撃を与えますので、リチウムイオン電池を使った製品を混ぜてはいけません。

残念ながら、全国あちこちの廃棄物処理施設で発火や火災事故が発生しており、年間の事故発生件数は2万1千件以上（2023年度、環境省調査）、被害額は100億円以上と考えられます。施設が被害を受けたことで、他の処理施設への処理委託をしたり、数か月間以上の収集停止を余儀なくされたりしている自治体もあり、市民生活への大きな影響が出始めています。事故の件数や被害額はピンと来ないかもしれませんが、毎日のように必ずどこかで小さな発火は起こっています。それが拡大しないようにごみ処理施設の作業者の方々が日夜奮闘していることと、皆様のお住まいの自治体でも突然の大きな火災事故で収集停止の事態になるかもしれないことを想像して下さい。

リチウムイオン電池の回収は元々、資源有効利用促進法（資源の有効な利用の促進に関する法律）という法律で定められ、メーカーなどが一般社団法人 JBRC という団体の回収ボックスを通じて自主回収・再資源化する枠組みが、2001年から始まっていました。しかし、回収ボックスがどこにあるかわかりにくい、集めてもらえない電池がある、リチウムイオン電池を取り外せない製品が多くなってきたなどの課題がありました。その結果として、消費者には廃棄方法がわかりにくくなり、自治体の不燃ごみなどに混ざってしまった経緯があります。自治体によるリチウムイオン電池の分別回収も新しく始まりつつある取り組みです。安全確保と資源回収に配慮しながら、自治体とメーカーが協力して分別回収に取り組むことが求められます。

今後もリチウムイオン電池の消費と廃棄は増え続けると考えられます。モバイルバッテリーなどでは充電が長持ちする高容量の製品が多く出るようになっており、容量（mAh で表記）や電力量（電圧と容量の積、Wh で表記）が大きなリチウムイオン電池が危険であることは私たちの研究でもわかってきています。充電したままだと電池の中に電気が残って特に危険なため、廃棄することを決めた電池はわざわざ充電せずに、自治体などの指示に従って絶縁をして廃棄してください。リチウムイオン電池はとても便利な電池ですが、できるだけ安全な製品の購入と使用を心がけ、廃棄の際の分別回収にもご協力ください。