

第5次大分県消費者基本計画

～おおいた消費者ホッとプラン2025～

素案

目次

第1章 計画の策定にあたって

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

第2章 第4次計画の評価

1 数値目標の達成状況	3
-------------	---

第3章 計画の基本的な考え方

1 基本的な方向性（目指すべき姿）	4
2 総合目標	4
3 基本目標	4

第4章 計画の内容

1 計画の体系	5
2 基本目標 I 社会環境の変化を踏まえた消費者行政の充実	
施策1 デジタル化への対応	7
①デジタル化に対応した啓発等の推進	8
②デジタル技術の活用による相談体制の充実	8
③青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備	8
施策2 国際化の進展への対応	9
①海外事業者との消費者トラブルへの対策	10
②外国人の支援体制の構築と関係機関の連携	10
③輸入食品の安全の確保	10
施策3 配慮を要する消費者への対応	11
①高齢者等の消費者トラブル防止に向けた見守り体制等の充実	12
②障がい者の特性を踏まえた施策の推進	12

基本目標 II 消費生活相談体制の充実・強化

施策1 消費生活相談員の確保と資質向上	13
①消費生活相談員人材の確保	14
②消費生活相談員に対する研修の実施	14
③消費生活相談体制の充実	14
施策2 他機関と連携した紛争の適切かつ迅速な解決	15
①他機関等との連携	15
②裁判外紛争解決機関の活用	16
施策3 市町村への支援・連携	17
①市町村における消費者行政推進に向けた支援	17
②市町村相談体制の充実に向けた取組	18

基本目標 Ⅲ 消費者の自立に向けた消費者教育の推進

施策1 ライフステージに応じた消費者教育の推進	19
①学齢期の消費者教育	19
②成人期における消費者教育	20
③金融経済教育	20
④カスタマーハラスメント対策	20
施策2 持続可能な消費行動の推進	21
①エンカル消費の普及啓発	22
施策3 消費者被害の未然防止	23
①多様な手段を用いた広報・啓発	24
②詐欺等の犯罪の未然防止	24

基本目標 Ⅳ 信頼できる消費環境の構築

施策1 消費者の安全・安心の確保	
【食の安全】	25
①食品の安全性の確保	26
②食の安心の醸成	26
【その他の安全】	27
①商品・サービスの安全性の確保	28
②悪質事業者の監視強化及び消費者被害情報の収集・分析	28
③事業者のコンプライアンス体制の確保	28
施策2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	29
①表示・規格・計量の適正化	29
②消費者取引の適正化	30
施策3 関係機関との連携	31
①国、国民生活センター等関係機関との連携・協力	32
②消費者団体との連携・支援の推進	32
施策4 大規模自然災害など緊急時における対応	33
①自然災害・感染症拡大などの緊急時における生活関連用品の価格の安定と円滑な供給への取組	34
②災害時における便乗行為等への対応	34

第5章 計画の進捗管理及び検証

1 第5次大分県消費者基本計画目標指標	35
---------------------	----

第1章 計画の策定にあたって

1 計画策定の趣旨

近年、消費者を取り巻く環境は、高齢化やデジタル化の進展等により大きく変化しています。

本県の高齢化率は34.4%（令和6年10月1日現在）と、全国の29.3%を上回り、県民の約3人に1人は65歳以上の高齢者となっています。このような中、高齢者を狙った悪質商法や特殊詐欺による被害は後を絶たず、消費生活センターに寄せられる高齢者からの相談の割合はこの5年間増加を続けています。

また、スマートフォンやタブレット型端末の普及により、誰もが、どこでも、いつでも商品やサービスを購入できるようになり、消費者に多くの利益がもたらされる一方で、意図せず定期購入になっていた、注文した商品が届かないなどの消費者トラブルも増加しています。

消費者トラブルの未然防止のためには、なにより消費者自身のデジタル社会に対応した「気づく・断る・相談する」という「消費者力」の向上が重要です。また、消費者が日々の消費を通じてより良い社会の形成に寄与するためには、自らの行動が社会に影響を与えることの認識や持続可能な消費の実践が求められており、消費者教育の一層の推進が欠かせません。

さらに、人口減少下においても、トラブルが生じた際に誰もが安心して相談できる体制の整備や、相談に適切に対応し、解決に導く相談員の資質の向上も重要です。加えて、消費者が安心して取引できる環境を構築するための適切な法執行の強化も必要です。

本県では、大分県民の消費生活の安定及び向上に関する条例（以下「消費生活条例」という。）第8条において、消費者施策の計画的・総合的な推進を図ることを目的とする基本計画の策定を義務づけており、この規定に基づき、平成18年に「21世紀型消費者の安全・安心なくらしの実現」を総合目標とする第1次計画を策定し、その後、5年ごとに新たな計画を策定しながら県民の消費生活の安定及び向上を図るための消費者施策を進めてきました。

今回、現行の第4次計画が令和7年度末をもって終了することから、第4次計画の成果や課題を踏まえるとともに、国の第5期消費者基本計画とも歩調を合わせ、また、新たな大分県長期総合計画「安心・元気・未来創造ビジョン2024」の実現に向け、目指すべき姿の見直しを行うなど社会の状況の変化に対応した「第5次大分県消費者基本計画」を策定します。

2 計画の位置づけ

- (1) 消費生活条例第8条の規定に基づく消費者基本計画として策定するもので、大分県における消費者施策の基本的方向と取組を明らかにするものです。
- (2) 大分県長期総合計画「安心・元気・未来創造ビジョン2024～新しいおおいとの共創～」の部門計画であり、消費者施策に関する事項を盛り込んだ他の計画との調和を図るものです。
- (3) 第4次計画を発展的に継承するとともに、国の消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）の基本的方向を反映させるものです。
- (4) 消費者教育推進法第10条の規定に基づく消費者教育推進計画として、大分県における消費者教育の基本的方向と取組を明らかにするものです。

3 計画の期間

令和8年度から令和12年度までの5年間とします。ただし、国の動向や県の実施状況等、新たに盛り込むべき事項が生じた場合等は、必要に応じて見直しを行います。

4 県民意見の反映

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

第2章 第4次計画の評価

1 数値目標の達成状況

第4次計画では、進捗管理のために28項目の数値目標を設定し、進捗状況の把握に努めてきました。

令和6年度の達成状況は次のとおりです。28項目中11項目において目標を達成し、未達成の項目についても11項目が80%を超えています。

第4次計画（おおいた消費者ホッとプラン2020）における数値目標の達成状況

指 標	単位	基準値 (令和元年度)	現況値 (令和6年度)	目標値 (令和7年度)	達成率	達成状況
食品衛生監視指導計画に基づく監視・検査件数の割合	%	101	100	100以上	100.0%	達成
GAP指導経営体数	戸	-	208	180	115.6%	達成
消費生活用製品安全法に基づく立入調査件数	件／年	58	57	65	87.7%	
液化石油ガス販売事業者への立入検査	件／年	57	60	60	100.0%	達成
住宅の耐震化率	%	75 (H25)	84 (H30)	92	91.3%	
ガソリン価格の店頭表示率	%	45.2	37.5	65	57.7%	
店頭における食品表示調査件数	件	26,178	15,333	29,000	52.9%	
啓発講座の参加者人数（県＋市町村）	人／年	19,861	16,811	25,000	67.2%	
SNS等による消費者被害に関する情報発信件数	回／年	-	117	50	234.0%	達成
あったか・はーと駐車場協力施設数	施設	1,213	1,271	1,500	84.7%	
消費者安全確保地域協議会設置市町村の県内人口カバー率	%	0	48	50	96.0%	
県内の消費生活相談窓口におけるあっせん解決率	%	93	94.5	96.6	97.8%	
巣立ち教育出前講座実施回数	回／年	23	36	40	90.0%	
社会への扉等の活用率	%	82	-	100	-	
消費生活出前講座実施回数（県＋市町村）	回／年	463	345	610	56.6%	
まなびの広場おおいたインターネット講座アクセス数	件	35,900 (H30)	50,364	50,000	100.7%	達成
環境教育参加者数（累計）	人	104,547 (H30)	169,634	143,000	118.6%	達成
おおいた食育人材バンクによる食育活動参加者数	人	2,538	2,940	3,000	98.0%	
二酸化炭素排出量	千t	5,651 (H29)	5,186 (R4)	5,415	104.2%	達成
ごみ総排出量	t／年	401,250 (H30)	368,495 (R5)	357,000	96.8%	
一般廃棄物リサイクル率	%	18.7 (H30)	18.1 (R5)	25.0	72.4%	
化学肥料の使用量	t／年	4,625 (H29)	3,122	4,422 (R5)	129.4%	達成
農薬使用量	t／年	1,196 (H29)	1,000	1,170 (R5)	114.5%	達成
消費生活センターを設置する市町村の割合	%	72.2	77.8	88.8	87.6%	
県内の消費生活相談における市町村分担率	%	66.8	64.5	70.0	92.1%	
フィルタリングサービスその他の方法によりスマートフォン等によるインターネット利用を監督している保護者の割合（小・中・高）	%	96.1	97.2	100	97.2%	
大企業のBCPの策定割合	%	68.1	100	100 (R6)	100.0%	達成
中小企業のBCPの策定割合	%	30.1	39.6	39 (R6)	101.5%	達成

第3章 計画の基本的な考え方

1 基本的な方向性（目指すべき姿）

誰もが、どこに住んでいても、質の高い消費生活相談を受けることができる

誰もが、ライフステージに応じた消費者教育を受け「消費者力」を身に付けることができる

誰もが、公正な取引環境のもと、安心して消費生活を営むことができる

2 総合目標

「安全・安心で、消費者が主役となる豊かな社会の実現」

消費者基本法や消費生活条例の基本理念である「消費者の権利の尊重及びその自立の支援」を実現するとともに、消費者教育推進法の基本理念における「消費者が公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者市民社会の実現」を目標とします。

3 基本目標

総合目標を達成するための基本目標は次のとおりです。

基本目標Ⅰ 社会環境の変化を踏まえた消費者行政の充実

基本目標Ⅱ 消費生活相談体制の充実・強化

基本目標Ⅲ 消費者の自立に向けた消費者教育の推進

基本目標Ⅳ 信頼できる消費環境の構築

【消費者の権利】

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

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

【消費者市民社会】

消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会のこと（消費者教育の推進に関する法律第2条第2項）

第4章 計画の内容

1 計画の体系

総合目標の達成に向けて、4つの基本目標、13の主要な施策により、具体的な取組を行います。

総合目標 「安全・安心で、消費者が主役となる豊かな社会の実現」

【基本目標Ⅰ】
社会環境の
変化を踏まえた
消費者行政の充実

【主要な施策】

1 デジタル化への対応

- ①デジタル化に対応した啓発等の推進
- ②デジタル技術の活用による相談体制の充実
- ③青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備

2 国際化の進展への対応

- ①海外事業者との消費者トラブルへの対策
- ②外国人の支援体制の構築と関係機関の連携
- ③輸入食品の安全の確保

3 配慮を要する消費者への対応

- ①高齢者等の消費者トラブル防止に向けた見守り体制等の充実
- ②障がい者の特性を踏まえた施策の推進

【基本目標Ⅱ】
消費生活相談体制
の充実・強化

【主要な施策】

1 消費生活相談員の確保と資質向上

- ①消費生活相談員人材の確保
- ②消費生活相談員に対する研修の実施
- ③消費生活相談体制の充実

2 他機関と連携した紛争の適切かつ迅速な解決

- ①他機関等との連携
- ②裁判外紛争解決機関の活用

3 市町村への支援・連携

- ①市町村における消費者行政推進に向けた支援
- ②市町村相談体制の充実に向けた取組

【基本目標Ⅲ】
消費者の自立に向けた消費者教育の推進

【主要な施策】

1 ライフステージに応じた消費者教育の推進

- ①学齢期の消費者教育
- ②成人期における消費者教育
- ③金融経済教育
- ④カスタマーハラスメント対策

2 持続可能な消費行動の推進

- ①エシカル消費の普及啓発

3 消費者被害の未然防止

- ①多様な手段を用いた広報・啓発
- ②詐欺等の犯罪の未然防止

【基本目標Ⅳ】
信頼できる消費環境の構築

【主要な施策】

1 消費者の安全・安心の確保

【食の安全】

- ①食品の安全性の確保
- ②食の安心の醸成

【その他の安全】

- ①商品・サービスの安全性の確保
- ②悪質事業者の監視強化及び消費者被害情報の収集・分析
- ③事業者のコンプライアンス体制の確保

2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保

- ①表示・規格・計量の適正化
- ②消費者取引の適正化

3 関係機関との連携

- ①国、国民生活センター等関係機関との連携・協力
- ②消費者団体との連携・支援の推進

4 大規模自然災害など緊急時における対応

- ①自然災害・感染症拡大などの緊急時における生活関連商品の価格の安定と円滑な供給への取組
- ②災害時における便乗行為等への対応

施策1 デジタル化への対応

現状と課題

- 『令和6年度通信利用動向調査』（総務省情報通信政策研究所）によると、国内のモバイル端末保有率は87.0%であり、うちスマートフォンの割合が80.5%となっています。70歳代でも81.3%がモバイル端末を所持し、うち67.5%がスマートフォンです。また、インターネットの利用者の割合は85.6%で、13～69歳の各年齢層では9割を上回っており、年代を問わずインターネットが日常的なものとなっています。
- 大分県内では、スマートフォンやSNSの普及に伴い、消費生活相談件数が増加傾向にあります。令和6年度のSNSを端緒とする消費者トラブルは637件と平成27年の78件から大幅に増加しており、幅広い世代にリスクが及んでいます。
- デジタル化の進展は、消費者の利便性や生活の質を高める一方で、情報や取引手段の多様化によって取引環境が複雑化しています。また、ダーク・コマーシャル・パターン※¹のような消費者を欺く行為の拡大も見られます。
- 県民がトラブルを回避し、安心して消費活動を行うためには、自ら情報を収集し、デジタル社会に即した「消費者力」※²を身に着けることが重要です。
- 青少年による著作物の違法アップロードやデジタルコンテンツへの高額課金問題、チケットなどの高額転売問題等、消費者トラブルも増加しています。発達段階にある青少年には、利用者本人だけでなく保護者による見守りが大切であり、フィルタリングやペアレンタルコントロール等の機能制限の活用や家庭のルールづくりの必要性について啓発を行っていく必要があります。

SNSに関連する消費者トラブル 相談件数および平均年齢推移



出典：令和6年度消費生活相談の概要（大分県）

※1 ダーク・コマーシャル・パターン

事業者がウェブサイトやアプリ等の画面設計を行う際に、消費者が意図しない選択や契約をしてしまうように誘導する不適切な手法のこと。例）商品をカートに入れた後、最終確認画面で高額な送料が追加される。解約方法がサイト内で見つけにくく、複数の画面を経由しなければならない等

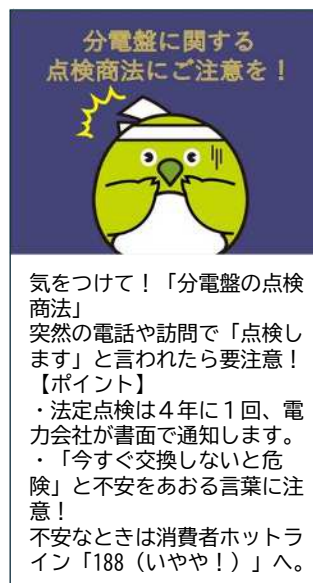
※2 デジタル社会に即した消費者力

「気づく・断る・相談する」の基礎的な力に加え、デジタルサービスの仕組みやリスクへの理解、情報を見極め活用する力等

主な取組

①デジタル化に対応した啓発等の推進

- ・県民が自ら消費トラブルに関する情報を入手できるよう、新たな広報活動の中心として、消費生活関連情報を統合した専用ホームページを制作
- ・トラブルの端緒となることが多いSNSを活用した注意喚起の実施
- ・消費生活出前講座における、インターネットを通じた取引に関する最新の事例の提供
- ・消費者と事業者との情報の不一致を防ぐため、事業者に対し、デジタル等を活用して質の高い情報を発信する取組等を支援



SNSを活用した注意喚起投稿例

②デジタル技術の活用による相談体制の充実

- ・ホームページでのFAQ※1の充実や、オンラインによる相談予約受付等による体制の整備
- ・電話及び対面による消費生活相談に加え、インターネットを活用したオンラインによる相談の実施

③青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備

- ・フィルタリングサービスを始めとしたペアレンタルコントロールの利用及びその他の方法による保護者の監督など、家庭におけるルールづくりの普及啓発の推進
- ・児童生徒・教職員・保護者等を対象に、安全な情報社会の形成に向けたネットトラブルや情報モラル、情報セキュリティに関する教育・啓発の推進

目標指標

指 標 名	基準値	目標値				
	R 6年度	R 8年度	R 9年度	R 10年度	R 11年度	R 12年度
大分県消費生活センターHPアクセス数	-	24,000※2	48,000	49,000	50,000	51,000
フィルタリング等によりインターネット利用を監督している保護者の割合（小・中・高）	97.2	98.0	98.5	99.0	99.5	100.0

※1 FAQ

Frequently Asked Questions（頻繁に尋ねられる質問）の略

※2 ホームページ整備が令和8年度中となることを踏まえて初年度の目標値を設定

施策2 国際化の進展への対応

現状と課題

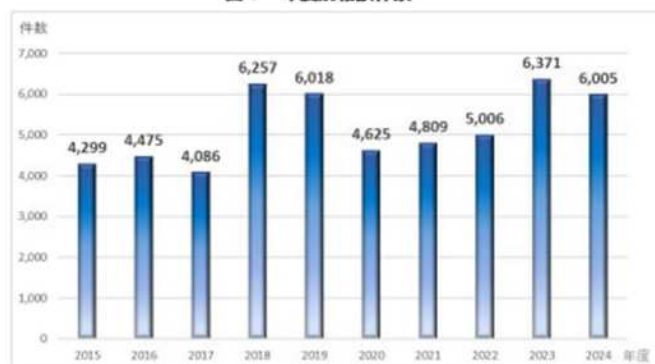
- デジタル技術の進展により、国内消費者が海外事業者と取引する機会が増加しています。国民生活センター越境消費者センター（CCJ※¹）には2024年度に6,005件の相談が寄せられており、越境取引に関する相談は高い水準で推移しています。
- 2024年度の相談事例では、取引の累計はオンラインでの契約が大半であり、意図せず誘導され契約してしまったサブスクリプションサービス※²の解約や返金に関するトラブルが多くなっています。また、商品が届かず連絡が取れない、模倣品が届いた等の悪質通販サイトに関する相談も寄せられています。
- 県内でも海外事業者との取引に関する相談が増加傾向にあり、海外事業者であることに気付かず契約してしまうケースもあり、商品の品質や契約条件を巡るトラブルが複雑化しています。
- また、近年の訪日観光客の増加や、外国人労働者の増加に伴い、外国人が被害者となる消費者トラブルの増加が懸念されます。
- 本県は、大学・短大などに在籍する人口あたりの留学生数が全国上位（令和6年度 全国3位、人口10万人あたり309.8人）であり、様々な国や地域の留学生が在住していますが、消費生活に不安を持つことも多く、引き続き行政の支援が必要です。
- 食品においては、世界各国からの輸入食品をはじめとした様々な食品が県内に流通しています。消費者が安全でかつ安心して購入できるよう、引き続き、輸入食品等の監視指導を行っています。

図1 年度別相談件数の推移



出典： 2024年度 訪日観光客消費者相談の状況
ー訪日観光客消費者ホットラインよりー
(2025年8月6日公表)
https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20250806_5.pdf
(独立行政法人国民生活センター)

図1 年度別相談件数



出典： 2024年度 越境消費者相談の状況
ー越境消費者センター（CCJ）よりー
(2025年8月6日公表)
https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20250806_4.pdf
(独立行政法人国民生活センター)

※1 CCJ

Cross-border Consumer center Japan（国民生活センター越境消費者センター）の略。海外の事業者との間での取引でトラブルにあった消費者のための相談窓口のこと。複数カ国の海外の窓口機関と連携しており、必要に応じて海外機関を通じて相手国事業者と相談内容を伝達するなどして海外事業者に対応を促す

※2 サブスクリプションサービス

定められた料金を定期的に支払うことにより、一定期間、商品やサービスを利用できるサービスのこと

主な取組

①海外事業者との消費者トラブルへの対策

- ・ SNSやデジタル広告を介した新たな手口を含め、海外事業者との取引で生じやすいトラブルに関する啓発の実施
- ・ 海外事業者とのトラブルについては、国民生活センター越境消費者センター（CCJ）や決済事業者相談窓口の紹介を行うなどの支援を実施

②外国人の支援体制の構築と関係機関の連携

- ・ 県内に在住する外国人が安心して消費生活を送るための情報提供や相談対応に向けた「おおいた国際交流プラザ」との連携の推進
- ・ 旅行社、宿泊施設などのインバウンド事業者による訪日観光客消費者ホットラインの周知及びトラブル未然防止に向けた働きかけの実施
- ・ 大分県在住の留学生等の外国人に対する、生活関連契約トラブルの予防及び相談先周知に向けた重点的な啓発活動の実施

③輸入食品の安全の確保

- ・ 大分県食品衛生監視指導計画に基づき、輸入された農水産食品、加工食品を対象に残留農薬、動物用医薬品、食品添加物等の検査を実施
- ・ 検疫所や大分県が実施する輸入食品の収去検査結果等を参考とした事業者への指導・啓発を実施

悪質な海外通販サイトのトラブル事例

お目当てのブランドのバッグが通常価格より安くなっているSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）の広告を見ました。販売サイトにアクセスし、品切れになる前に、と急いで注文しました。その後、届いた商品は全く違うもので、事業者に連絡しようとメールを送りましたが返信はありません。どうしたらいいでしょうか。

○購入前に確認

- ・ 事業者の電話番号・住所が実在するか
- ・ サイト評判や信用性
- ・ 注文画面のスクリーンショット保存

○情報確認

- ・ CCJの悪質通販サイト情報も参考に、安全なサイトが見極めましょう。

○トラブル時は

- ・ クレジットカードで支払った場合：カード会社に相談
- ・ 銀行振込済みの場合：警察・金融機関に相談



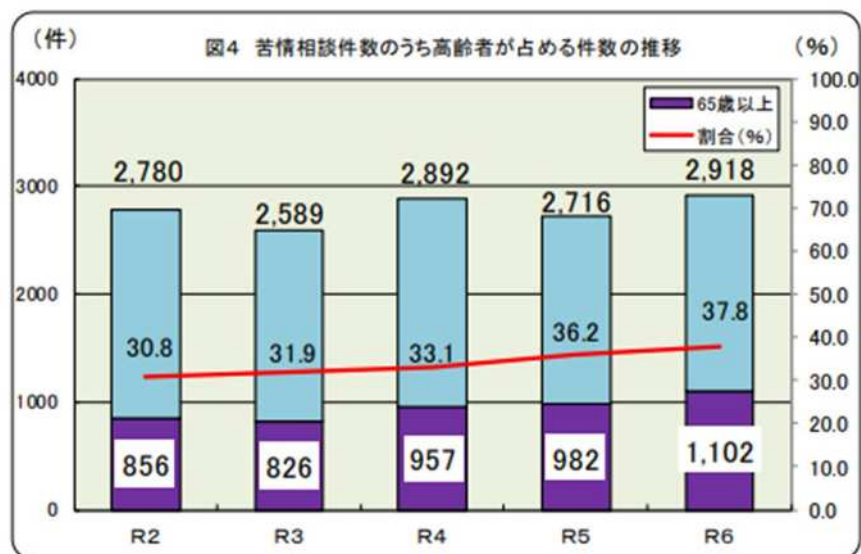
参考： 国民生活センター（CCJ）

https://www.ccj.kokusen.go.jp/jri_sysi?page=mhuhn（独立行政法人国民生活センター）

施策3 配慮を要する消費者への対応

現状と課題

- 本県の65歳以上の人口割合である高齢化率は、令和6（2024）年10月1日現在で34.4%と、県民の約3人に1人が高齢者となっています。これは、全国平均の29.3%を大きく上回っており、本県は全国でも高齢化が進んでいる県と言えます。
- 急速に高齢化が進む中、判断力が不十分となった高齢者を狙った悪質商法や架空請求が発生しており、トラブルの複雑化・深刻化が懸念されます。
- スマートフォンやインターネットの普及により、若者だけでなく高齢者においても、インターネット通販によるトラブルやデジタルコンテンツに関する消費者トラブルが増加しています。
- 消費者被害の未然防止・拡大防止のためには、何より消費者自身が危害を回避する能力を身に付けることが重要です。そのためには、世代や障がい等の特性に応じた啓発活動や情報提供を行う必要があります。
- 認知症等の高齢者や障がい者等の消費者被害の特徴には、「被害に遭っていることに気付きにくい」ことがあります。被害が表面化しにくく、周囲が気付くのが遅れることもあるため、契約を繰り返して被害が深刻化することもあります。そのため、障がい者等を見守る人々に対する啓発や情報提供等をするなど見守り体制の充実を図ることが重要です。
- 高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった消費者の消費者被害を防ぐためには、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）」等の活動の充実が大切です。
- 消費者行政部局のみならず、福祉部局や警察、地域包括支援センター等の連携や民生委員等の多様な主体との連携により、消費者被害の防止に資する情報が必要とされる消費者に着実に届くとともに、被害の発見や消費生活センター等への取次ぎにより被害の救済が可能となるネットワークの構築・強化が求められています。

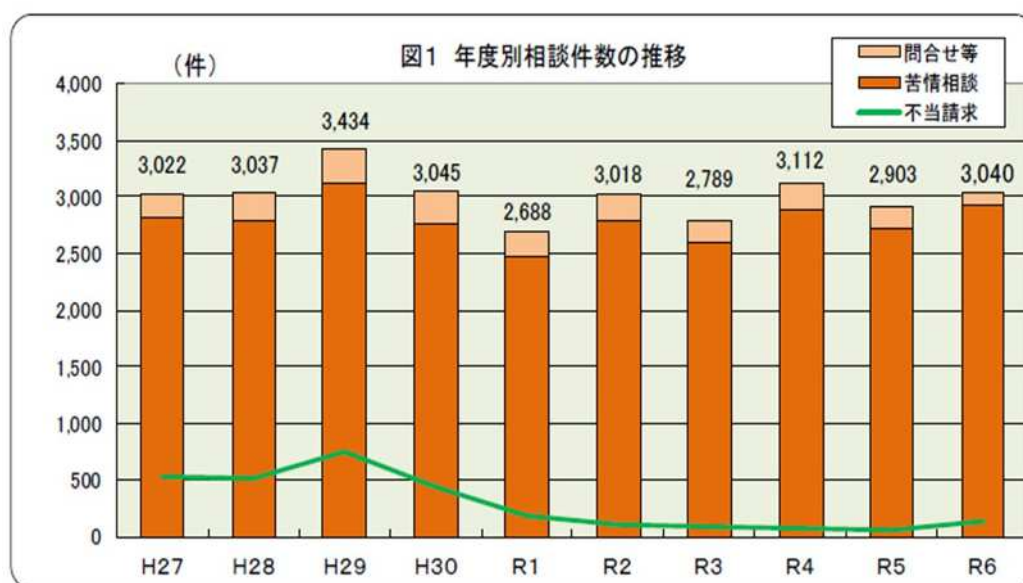


出典：令和6年度消費生活相談の概要（大分県）

施策 1 消費生活相談員の確保と資質向上

現状と課題

- 消費生活相談員は消費生活相談センター等で消費者からの苦情にかかる相談や事業者との交渉、消費者への啓発をおこなう専門職です。
- 人口減少等により人手不足の状況にある中、消費生活相談員の高齢化も相まって、今後も消費者にとって身近な消費生活相談体制を維持・強化していくために必要な消費生活相談の担い手確保が深刻な課題となっています。
- 令和6年度の県内における消費生活相談件数は8,297件で、前年度から345件（4.3%）増加しています。特にスマートフォンの普及により、高齢者を含む幅広い世代から電子商取引に関する相談が寄せられています。また、SNS広告や定期購入契約、サブスクリプションサービスなど新たな取引形態に起因する相談が増えており、相談内容は一層多様化・複雑化しています。
- 消費生活相談員には、これらの商品・サービスに関する消費生活相談に対応するため、関連する法的専門知識だけでなく、商品・サービスの品質や内容などに関する幅広い専門的知識が必要とされます。また、問題解決に向けて高い交渉力やコミュニケーション力も求められます。
- 県の消費生活センターは、県内の消費生活相談の中核的機関（センター・オブ・センターズ）として、市町村の窓口では対応困難な専門性の高い事案や広域的な案件への対応が求められます。そのため、豊富な知識と経験を備えるとともに、地域を支える市町村相談員への助言・指導力を持つ相談員の育成が求められます。
- 県民アンケート（令和7年度実施）では、身近な消費生活センターにつながる全国共通の消費者ホットライン「188」の認知度は約20%であり、一層の周知が必要です。



出典：令和6年度消費生活相談の概要（大分県）

主な取組

①消費生活相談員人材の確保

- ・消費生活相談員の職の周知を図るとともに、資格取得を希望する者に対する学習面・経済面での支援の実施
- ・大分県消費生活相談員人材バンクの活用による人材の確保
- ・資格取得者に対する研修・フォローアップを実施し、実際の消費生活相談業務で必要となる発展的な知識や実践力の習得を支援

②消費生活相談員に対する研修の実施

- ・国民生活センター等が主催する各種研修への相談員の参加促進による、専門知識と最新情報の習得
- ・相談員に対する研修の実施による、相談員人材の計画的な育成と相談体制の基盤強化
- ・各業界分野の協議会・会議への参加による、最新の業界動向や消費者トラブル事例の把握と共有



令和7年度指定消費生活相談員養成研修の様子

③消費生活相談体制の充実

- ・地域の消費生活センターにつながる全国共通の「188」の周知
- ・相談内容に応じた迅速・適切な対応およびあっせんの実施
- ・県・市町村間の連携体制の整備による相談ネットワークの充実
- ・新たな全国消費生活情報ネットワークシステム（P I O - N E T）※1への円滑な移行と活用による相談情報の集約・分析機能の強化
- ・人手不足や相談件数の少ない市町村について、隣接市町村や広域圏での連携体制を検討

目標指標

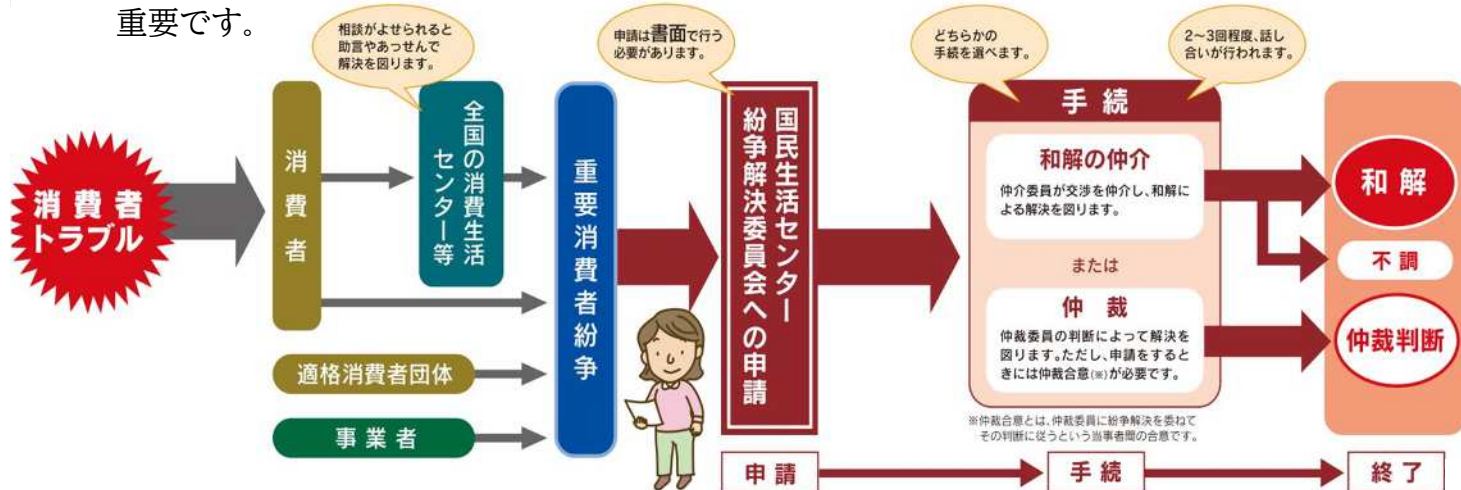
指 標 名	基準値	目標値				
	R 6年度	R 8年度	R 9年度	R 10年度	R 11年度	R 12年度
県内の消費生活相談窓口におけるあっせん解決率	94.5	97.0	97.1	97.2	97.3	97.4

※1 全国消費生活情報ネットワークシステム（P I O - N E T）
Practical Living Information Online Network Systemの略。国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センター等に寄せられる消費生活相談情報の収集を行っているシステムのこと。

施策2 他機関と連携した紛争の適切かつ迅速な解決

現状と課題

- 消費者トラブルや紛争は、多種多様な分野で発生しており、被害が拡大する前に適切かつ迅速に対応することが必要です。食品、医療、福祉サービスをはじめ、旅行サービスや金融、住宅の分野においても消費者からの相談が多く、他機関との連携が必要です。
- 警察では、本部広報課及び県下警察署に警察安全相談窓口を設ける等、警察活動のあらゆる機会を通じて、県民からの各種相談に対応しています。警察安全相談受理件数は、ここ数年、年間17,000件前後で推移していますが、特殊詐欺や悪質商法事案の相談が依然として後を絶たず、年々手口が悪質・巧妙化しています。
- 消費生活相談の内容が複雑・多様化、深刻化する中、消費生活センターの相談員による通常のあっせんでは、解決が困難な場合があります。しかし、裁判制度は手続が複雑で、費用や時間がかかるうえ、経過や結果が公開されることから、利用をためらう消費者も少なくありません。このため、国民生活センター紛争解決委員会※¹などのADR※²（裁判外紛争解決手続）を活用した解決も進められています。
- 製造物責任法では、製造業者等に「過失」がなくても、製品に「欠陥」があれば賠償責任を負わせることとしています。製品事故の被害救済については、製品分野ごとに専門的知見を活かし、公平性・中立性に配慮し整備された製品分野別裁判外紛争処理機関の周知も重要です。



出典：『消費者トラブル解決のためのADR』を一部加工して作成 https://www.kokusen.go.jp/adr/pdf/adr_lf.pdf（独立行政法人国民生活センター）

主な取組

①他機関等との連携

- ・専門的知見を必要とする相談や対応困難な案件については、以下のような各専門機関と連携し早期解決を図ります。

分 野	相 談 機 関	相 談 内 容
医療・福祉	大分県医療安全支援センター・各保健所	患者・家族等からの医療に関する相談・苦情
	大分県国民健康保険団体連合会 介護サービス苦情処理事務局	介護サービスに関する不満、苦情等
	シルバー110番（大分県高齢者総合相談センター）	高齢者の生活全般に関する相談
	大分県障がい者差別解消・権利擁護推進センター	障がい者の総合相談

※1 国民生活センター紛争解決委員会

重要消費者紛争(消費者と事業者との間で起こる紛争のうちその解決が全国的に重要であるもの)について、和解の仲介や仲裁を行う

※2 ADR

Alternative Dispute Resolution（裁判外紛争解決手続）の略。身の回りで個々の様々な法的トラブルについて、裁判を起こすのではなく、当事者以外の第三者に関わってもらいながら解決を図る手続きのこと

分 野	相 談 機 関	相 談 内 容
保険	大分県生命保険協会	生命保険に関する相談・照会・苦情
	そんぽADRセンター（一般社団法人 日本損害保険協会）	損害保険に関する相談対応、苦情・紛争の解決
金融	日本貸金業協会熊本県支部	貸金業に係る金融トラブル
	銀行とりひき相談所（一般社団法人 大分県銀行協会）	銀行取引に関する相談
	九州財務局 大分財務事務所	国（財務局）登録貸金業者に関する相談多重債務相談
	大分県商工観光労働部経営創造・金融課	大分県知事登録貸金業者に関する相談
警察	大分県警察本部総合相談・各警察署	DV、ストーカー、特殊詐欺、ヤミ金、悪質商法、近隣トラブル等の相談
司法	日本司法支援センター 大分地方事務所 法テラス大分	法制度や手続き、関係機関の相談窓口の案内 民事法律扶助による無料法律相談（要予約）
	大分県弁護士会 法律相談センター	法律相談 ・クレサラ相談（要予約）
	大分県司法書士総合・相続相談センター	法律相談（要予約）
住宅関係	公益社団法人 全日本不動産協会 大分県本部事務局	不動産に関する相談
	大分県土木建築部建築住宅課 建築担当窓口のある6土木事務所 （別府、大分、白杵、豊後大野、日田、中津） 又は建築住宅関係窓口のある6市役所 （大分市・別府市・宇佐市・中津市・日田市・佐伯市） ※市役所の窓口については、各市役所にお尋ねください。	建築や住宅等に関する相談
	住まいるダイヤル （公益財団法人住宅リフォーム・紛争処理支援センター）	住宅に関するあらゆる相談
	公益社団法人 大分県宅地建物取引業協会	不動産に関する相談
	一般財団法人 大分県建築住宅センター	住宅に関する相談
生活衛生	公益財団法人 大分県生活衛生営業指導センター	飲食業、理・美容業、クリーニング業、ホテル・旅館業など10業種の相談
L P ガス	大分県L P ガス消費者相談所	L P ガスに関する相談
薬	おくすり110番 （公益社団法人 大分県薬剤師会（薬事情報センター））	医薬品に関する相談
旅行	一般社団法人 全国旅行業協会 大分県支部	「旅行会社」を利用した場合の苦情・相談
自動車	一般社団法人 自動車公正取引協議会 消費者相談室	クルマ・バイクの購入等に関する相談
	大分県中古自動車販売協会 中古車相談室	中古車に関する相談
情報	独立行政法人情報処理推進機構 情報セキュリティ安心相談窓口	情報セキュリティに関する相談
新聞	大分県支部新聞公正取引協議会	新聞の訪問販売に関する相談・苦情

②裁判外紛争解決機関の活用

- ・消費生活センターによる解決が著しく困難な事案については、大分県消費者苦情処理委員会へ付託
- ・同種の被害が相当多数の者に及び、または及ぶおそれがある事件に係るものや、国民の生命・身体・財産に重大な危害を及ぼし、または及ぼすおそれがあるものなど重要消費者紛争については、国民生活センター紛争解決委員会の活用を促進
- ・製品分野ごとの専門的知見を必要とする紛争については、製品分野別裁判外紛争処理機関と連携
- ・金融トラブル解決のため、金融分野における裁判外紛争解決制度（金融ADR制度）の周知を実施
- ・建設工事の請負契約をめぐる紛争については、建設業法に基づく「大分県建設工事紛争審査会」によるあっせん、調停、仲裁

施策3 市町村への支援・連携

現状と課題

- どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保されるためには、消費者にとって最も身近な市町村の消費者行政の推進体制が整備されていることが必要です。そのためにも、消費生活センターの設置や消費生活相談員・行政職員の適正な配置・確保などが望まれます。
- 相談者の中には、電話では聞き取りづらかったり、対面で話をしたいというニーズも多く、実際に窓口で契約書面などを確認しながら相談できる体制が、県民にとって安心につながっています。現在、県内すべての市町村において消費生活相談窓口が設置されており、このうち13の市では消費生活センターが設置されています。
- 一方で、消費生活相談員のなり手不足や高齢化が進んでおり、後継者の確保・育成が課題となっています。今後、近隣市町村との広域的な連携等、持続可能な相談体制の構築を検討していくことが必要です。
- 年々、相談受付件数が増加し、相談内容も複雑・多様化しています。これらに適切かつ迅速に対応するためには、相談員の資質向上や継続的な育成が重要です。
- 地域の実情や特性に応じた消費者教育・啓発活動を担うことができる人材の育成も課題となっています。
- また、市町村は、地域との密接なつながりや機動性を活かして、自治会や地域の福祉関係団体等との連携を図り、相談や被害の「掘り起こし」を行うなど、消費者一人ひとりの立場に立った、きめ細かな消費者施策を担っています。



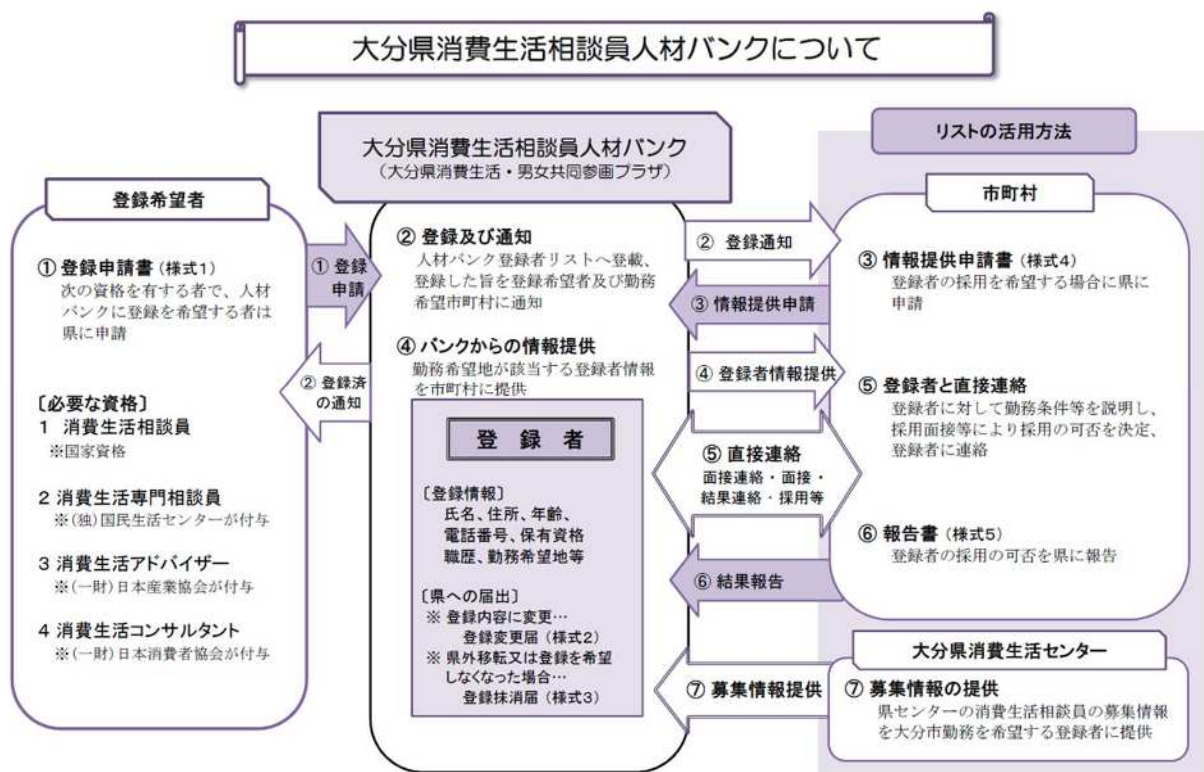
主な取組

①市町村における消費者行政推進に向けた支援

- ・市町村における消費者行政推進のために必要な消費生活関連法令や相談事例、消費者教育・啓発活動等に関する様々な情報提供の迅速化
- ・消費者教育・啓発活動における県と市町村の協力体制の構築
- ・市町村に対して、地域の実情を踏まえた消費生活条例の制定や基本計画、消費者教育推進計画の策定の働きかけの実施

②市町村相談体制の充実に向けた取組

- ・ 指定消費生活相談員による、専門的な事案や対応困難な相談事案等に対する市町村消費生活相談員等への助言・指導等の実施
- ・ 市町村消費者行政担当職員や消費生活相談員の資質向上を目的とした研修や情報交換・共有の実施
- ・ 消費生活センターを設置を目指す市町村に対する、センター組織及び運営等に係る条例整備に向けた、必要に応じた情報提供等の実施
- ・ 人口規模等の観点から、市町村単独での消費生活センター設置が難しい場合などは、地域の実情に応じた広域連携の在り方を検討
- ・ 広域連携を実施した際、連携に係る全ての構成市町村が相談、啓発、見守り等の施策に参画できるよう援助・調整を実施
- ・ 消費生活相談員の確保に向けた、人材バンク情報の市町村への提供
- ・ 地域における消費者教育・啓発活動を担う人材育成のための市町村消費生活相談員を対象とした情報提供や研修の実施



目標指標

指標名	基準値	目標値				
	R 6年度	R 8年度	R 9年度	R 10年度	R 11年度	R 12年度
消費生活センターの広域連携を含めた市町村設置率	77.8	83.3	88.9	94.4	100	100

施策1 ライフステージに応じた消費者教育の推進

現状と課題

- 消費者被害を未然に防止できる自立した消費者を育成するためには、消費生活に関する知識を適切な行動に結び付けることができる実践的な力、すなわち「消費者力」の育成・強化が不可欠です。消費者自身が、違和感に「気づく力（批判的思考力）」、きっぱりと「断る力」、一人で抱えず「相談する力」を身に付ける必要があります。
- また、家族や周囲の異変に気づき、相談を促す「働きかける力」や、社会的課題の解決に向けて主体的に参画・協働する「社会へ働きかける力」を育む視点も重要です。そのためには、幼児期から高齢期まで、ライフステージに応じた体系的かつ継続的な消費者教育を推進していくことが求められます。
- 消費者教育は、学校、家庭、地域社会が連携して取り組むことで、より効果的なものとなります。現代社会における新たなニーズに対応するためには、これら関係機関が連携し、情報共有を強化することが不可欠です。
- 令和4年から成年年齢が引き下げられたことに伴い、学校教育における消費者教育の重要性が増し、小学校・中学校・高等学校・特別支援学校での消費者教育に関する内容の充実が図られています。今後は大学、社会人も含めた切れ目のない消費者教育が重要です。
- 金融に関する知識や判断力を身に付けることは、日常生活の安定や将来設計に欠かせません。キャッシュレス決済やネット取引の普及など、金融環境の変化が進む中で、適切に判断・行動できる力（金融リテラシー）の向上が求められています。
- 近年、事業者に対する過度な要求や不当な言動など、いわゆる「カスタマーハラスメント」が社会問題となっています。消費者自身が自らの権利と責任を正しく理解し、自立した責任ある行動を取ることが求められており、消費者が消費者市民社会の一員としての役割を認識できるような教育・啓発を行うことが課題となっています。

主な取組

①学齢期の消費者教育

- ・学齢期に応じた消費者教育を、教育委員会や学校現場、市町村、その他関係機関、地域住民等と連携し、体系的に実施
- ・消費者教育に適した啓発教材の作成・活用方法の紹介や教育現場のニーズに応じた啓発講座等の実施
- ・小中学校では、児童生徒が発達段階に応じて、情報通信ネットワーク等を利用した物資やサービスの購入におけるルールやマナー、及び、消費者の権利と責任について、社会科や家庭科、技術・家庭科等の時間に指導
- ・特別支援学校では、生活科や社会科、家庭科等の時間において、児童生徒が消費生活に必要な知識や技能が身に付くように消費者の基本的な権利や責任等についての指導を実施



県が作成した啓発動画の一場面

- ・高等学校では、持続可能な社会を見通して、自立した生活を営むために必要な生活における経済の計画や消費行動と意思決定、持続可能なライフスタイルと環境、多様な契約及び消費者の権利と責任などを公民や家庭科等を中心に各教科等において指導
- ・高等学校の情報教育においては「情報活用の実践力」、「情報の科学的な理解」、「情報社会に参画する態度」の育成を目指した指導を充実
- ・「巣立ち教育出前講座」において、成年となる高校生への消費者教育を消費生活相談員が実施
- ・大学生を対象とした出前講座による、消費者被害防止のための啓発教育の実施
- ・学校現場における教職員の研修等への参加、消費生活や消費者教育について専門的知識を有する外部人材の活用、消費生活センター等との連携等を推進
- ・PTA等を通じた保護者に対しての消費者教育の実施



保護者向け消費者生活出前講座

②成人期における消費者教育

- ・経済団体等を通じた企業への消費生活出前講座の活用促進と、社会に出たばかりの若年層から中堅層、退職前のベテラン層まで、ライフステージに応じた講座や啓発パンフレットの配布等による、働く世代の消費者教育の推進
- ・生涯学習情報提供システム「まなびの広場おおいた」のホームページにおいて消費者教育に係る講座情報を配信し、県民の学習を支援

③金融経済教育

- ・金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）の向上のため、大分県金融広報委員会※¹の実施する金融経済教育と連携した消費者教育の推進

④カスタマーハラスメント対策

- ・カスタマーハラスメント対策として、どのような行為が該当するのか等の消費者への啓発を行い、適切な意見表明の権利・責任の理解を促す教育・啓発を推進

目標指標

指 標 名	基準値	目標値				
	R 6年度	R 8年度	R 9年度	R 10年度	R 11年度	R 12年度
学齢期向け消費生活出前講座実施回数 (県+市町村)	132	93	101	109	117	125
消費生活出前講座実施回数(県+市町村)	345	375	397	419	441	463

※ 1 大分県金融広報委員会

県知事を会長として、大分県、日本銀行大分支店、九州財務局大分財務事務所、県内の金融機関などによって構成され、中立・公正な立場で県民のくらしに身近な金融広報に関する幅広い広報活動を行う組織

施策2 持続可能な消費行動の推進

現状と課題

- 「持続可能な開発目標（SDGs）」は、17の目標と169のターゲットで構成され、2030年までの国際目標として2015年に採択されました。
- 国内では2016年に実施指針を策定し、「持続可能で強靱、誰一人取り残さない社会」の実現を目指し、エシカル消費※¹の普及啓発や食品ロス削減に取り組んでいます。特に、SDGs目標12「つくる責任つかう責任」に基づき、県民一人ひとりに対し、人や社会、環境に配慮した消費行動（エシカル消費）の実践を促進することが求められています。
- しかし、県民アンケートにおいてエシカル消費について43%の県民が「知らない」と回答しており、一層の啓発が必要です。
- 地球温暖化により、極端な気象現象の増加や自然生態系、農林水産業、健康への影響が、今後一層深刻化してくることが懸念されるため、世界共通の喫緊の課題である地球温暖化防止に向けて、二酸化炭素などの温室効果ガスの排出抑制による温暖化の進行を緩和する取組（緩和策）を促進し、「脱炭素社会」の実現を進める必要があります。
- 私たちの暮らしの中にあふれているプラスチックは様々な用途に使われていますが、使っては捨てるという生産と廃棄を繰り返しています。循環を基調とする地域社会の構築のため、廃棄物のリデュース（発生抑制）、リユース（再使用）、リサイクル（再生利用）の3Rに沿った減量化・再資源化を推進する必要があります。
- 本来食べられるにも関わらず廃棄される「食品ロス」の削減は、家計の負担や市町村の財政支出の軽減、CO₂排出量の削減による気候変動の抑制にもつながります。食品ロス削減に向けて、事業関係者と連携・協働した取組や消費者の意識改革など、事業者と消費者の双方に向けた対策が必要です。
- 食育や環境への取組を通して、食品ロスの削減に取り組むことは、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育の課題ともいえます。



※1 エシカル消費
より良い社会に向けて、地域の活性化や雇用等を含む人や社会・環境に配慮した消費行動

主な取組

①エシカル消費の普及啓発

- ・人や社会、環境、地域等に配慮した消費行動であるエシカル消費について、その意義などの普及啓発の推進
- ・県民が環境について学ぶことができる機会を充実し、参加者に学んだ内容を家庭で話題にするよう促すことで、環境に配慮した暮らしを実践しようとする機運を醸成
- ・家庭向けエコ診断（うちエコ診断）や環境アプリ（エコふぁみ※¹）等を活用し、節電や環境に配慮した製品の購入、宅配を1回で受け取る方法の周知による再配達の削減など、県民一人ひとりの身近な省エネ行動を促進
- ・環境アプリのポイント付与や、ペットボトル回収による参加型啓発運動、民間団体と連携したごみ拾い大会の実施などを通じて、プラスチックごみ削減行動の促進及び県民意識の醸成
- ・限りある資源を未来につなぐため、3R推進に向けた普及・啓発、情報提供の実施やリユースの普及推進に向けた修理店等への情報提供の実施
- ・再生資源を有効利用したりサイクル製品のうち、県内で製造された優れた製品を「大分県リサイクル認定製品」として認定し、製品の積極的な利用を促進
- ・食品ロス削減のため、食材をおいしく食べきることを呼びかけ家庭での食べ残しを減らす取組や、家庭ですぐ食べる食品は消費期限・賞味期限が近いものから購入することを促すキャンペーンの実施、外食時の料理の食べきりを促す30・10運動※²の推進など、食べ物を無駄にしない県民意識の醸成
- ・食生活、食文化、生産体験交流、環境の各分野について、調理実習等の体験や講義を希望する学校、団体に食育を推進する講師を派遣
- ・生産者と消費者の交流促進による県産農林水産物の地産地消の推進



エコふぁみ

目標指標

指標名	基準値	目標値				
	R6年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度
環境教育参加者数	13,437	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000
ごみ総排出量	368,495 (R5)	361,800 (R7)	355,500 (R8)	350,300 (R9)	343,300 (R10)	337,500 (R11)
一般廃棄物リサイクル率	18.1 (R5)	19.0 (R7)	19.0 (R8)	20.0 (R9)	20.0 (R10)	20.0 (R11)
食育活動参加者数	3,834	3,934	4,000	4,000	4,000	4,000

※1 エコふぁみ

九州エコファミリー応援アプリの通称。九州7県で共同運営している環境アプリ。毎日エコチェックやエコ記録等の取組を行うことでポイントがたまり、景品等が当たる

※2 30・10運動

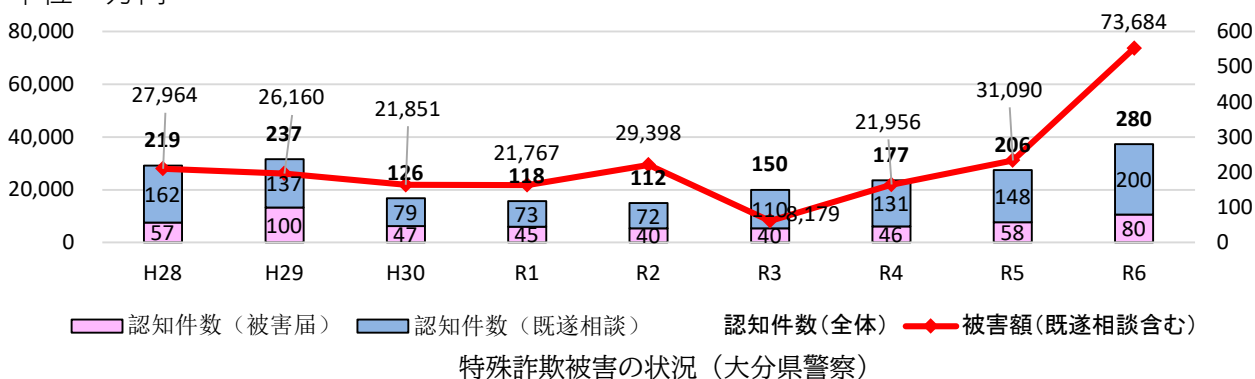
宴会等から出る食べ残しを削減するため、乾杯（開始後）30分と終了前10分は、席を離れず食事を楽しみ、食べ残しをなくするという運動

施策3 消費者被害の未然防止

現状と課題

- 強引な訪問販売などの悪質商法や、情報通信の利便性や匿名性を利用した架空請求詐欺、販売サイト等で低価格のお試し購入と思わせ複数回の契約を結ばせる定期購入などは依然として横行しており、その手口は年々悪質化・巧妙化する一方です。
- これらの多様な消費者トラブルを防止するには、様々な機会を利用し、多様な広報媒体を活用して、迅速かつきめ細かな広報・情報提供を行うとともに、消費者の特性に合うよう創意工夫した啓発活動が重要になります。また、誰もがいつでも情報や知識を習得できるような環境を整備することも大切です。
- 令和6年における県下の特殊詐欺※¹被害は、被害件数280件（前年比+74件）、被害金額約7億3,684万円（同+約4億2,593万円）となり、いずれも、現在の統計となった平成24年以降では過去最大の被害となっています。
- SNS等を通じて対面することなく、交信を重ねるなどして関係を深めて信用させ、指定した口座への振込み等で金銭をだまし取るSNS型投資・ロマンス詐欺被害※²が令和6年に急速に加速し、令和6年は被害件数279件（前年比+103件）、被害金額16億1,237万円（同+6億116万円）となり、特殊詐欺やSNS型投資・ロマンス詐欺の被害が重大な社会問題となっています。
- 被害者は65歳以上の高齢者が約40%と最も多いものの、20歳代の被害が増加するなど、被害が全世代に拡大しています。
- 家族や警察官を装った「オレオレ詐欺」や、副業を名目にした「架空料金請求詐欺」の被害が増加しています。また、詐欺の手口も巧妙化・複雑化しており、犯人が固定電話から携帯電話に接触手段を変えたり、「+（プラス）」から始まる国際電話やSNSを利用したりするケースも見られます。
- 県民の貴重な財産を奪う特殊詐欺等の犯罪を抑止するためには、被害の未然防止に関する情報提供や広報啓発活動を、一層推進していく必要があります。また、犯人の手口が巧妙化していることから、手口を知っていても被害に遭う県民がいることから、犯人と話をしない対策や水際対策が必要です。

単位：万円



※1 特殊詐欺

家族や警察官などになりすまし振込を要求するオレオレ詐欺やメールなどで有料サイト未払い料金や手数料などを請求する架空料金請求詐欺等の10種類の詐欺の総称

※2 SNS型投資・ロマンス詐欺

SNSを利用し、投資で利益が得られると誤信させ、架空の投資や出金手数料名目で金銭をだまし取ったり、恋愛感情や親近感を抱かせながら、投資に誘導して投資金や出金手数料名目当で金銭をだまし取る手口

主な取組

①多様な手段を用いた広報・啓発

- ・若者、勤労者、高齢者、障がい者等、対象に応じた啓発資料を使用した出前講座の実施
- ・各種媒体およびデジタルコンテンツを活用した広報活動や消費者被害防止情報の提供・注意喚起
- ・市町村等と連携した悪質商法・不適正取引・欠陥商品等に関する情報発信・注意喚起及び重大被害のおそれのある事案や事業者情報の提供・周知
- ・「犯人から騙されない対策」として、特殊詐欺被害防止コールセンターの設置や被害に遭いやすい手口を掲載したチラシの配布、まもめーる・公式SNSによる発信などあらゆる広報媒体を活用した広報啓発の実施
- ・高齢者サロン、防犯セミナーなどの出前講座の開催及び防犯ボランティア、事業者等の関係機関と連携した広報啓発の実施
- ・ホームページや新聞等の広報媒体を利用した悪質商法等の犯行手口や消費者被害に関する情報の迅速かつ効果的な提供
- ・大分県警察電子メール情報配信システム「まもめーる」を活用した特殊詐欺等被害防止情報の提供

②詐欺等の犯罪の未然防止

- ・「犯人と話をしない対策」として、市町村と連携した警告・録音機能付き電話機等の購入費用補助や、国際電話番号からの着信を拒否するための国際電話不取扱受付センターへの申請の促進及び携帯電話対策の推進
- ・「犯人にお金を渡さない対策」として、金融機関やコンビニエンスストア等と連携した水際対策の強化



警告・録音機能付き電話機購入補助のチラシ

施策 1 消費者の安全・安心の確保（食の安全）

現状と課題

- 近年、食品流通の広域化、国際化の進展により、多種多様な食品が流通するとともに、世界情勢の影響を受けて食の安全を取り巻く環境は大きく変化しています。
- 大規模食中毒、違反食品等の回収事案及び食品への異物混入等の食品に係わる問題が発生し、消費者の食品に対する不安や不信感はますます高まり、安心と信頼の確保が重要になっています。食中毒、食物アレルギー等による健康被害を未然に防ぐには、原材料の生産から加工・流通・販売までの一連の流れ（フードチェーン）の各段階における対策が重要です。
- 令和3年6月から原則全ての食品等事業者が、国際的な衛生管理手法HACCP※¹（ハサップ）に沿った衛生管理を行うこととなりました。
- 消費者が安全でかつ安心して食品を購入できるよう、食品衛生に係る監視指導を行っています。
- 米穀については、生産から流通に至る過程の履歴を明確にする手法（トレーサビリティシステム※²）を用いて、消費者の食品への信頼確保を図っているところです。お米、米加工品に問題が発生した際に流通ルートをややかに特定するため、生産から販売・提供までの各段階を通じ、取引等の記録を作成・保存し、お米の産地情報を取引先や消費者に伝達しています。
- いわゆる健康食品※³については、食品と称して販売されているにも関わらず、医薬品成分が検出されるなど、本来であれば医薬品として販売されるべきものが食品として流通している事例が国内外で報告されています。このため、国は、都道府県へ無承認無許可医薬品等買上事業を委託しており、大分県も継続して調査を行っているところです。

※1 HACCP（ハサップ：Hazard Analysis and Critical Control Point）
食品の衛生管理に導入されている方式。食品製造のすべての工程における危害の発生を分析して、重要な管理点を設定し重点的にチェックすることにより、衛生的で安全な食品を製造する

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

※3 いわゆる「健康食品」
法律上の定義は無く、医薬品以外で経口的に摂取される、健康の維持・増進に特別に役立つことをうたって販売されたり、そのような効果を期待して扱われている食品全般を指す

主な取組

①食品の安全性の確保

- ・食の安全等に関する講習会等の開催による情報提供
- ・大分県食品衛生監視指導計画に基づく食品等事業者への監視・指導・検査の実施と結果の公表
- ・より安全性の高い食品を供給するため、食品等事業者に対しHACCP方式の相談・指導による支援を実施
- ・食物アレルギー事故対策としての事業者向け食物アレルギー事故防止研修会及び消費者向け食品表示講座の開催
- ・科学的知見に基づく食品安全情報のSNS等各種媒体による提供及び食の安全に関する理解向上の促進
- ・食中毒の未然防止を目的とした夏季食中毒注意報、ノロウイルス食中毒注意報の発令、情報の迅速な伝達
- ・大分県食品衛生監視指導計画に基づく農水産食品・加工食品を対象とした残留農薬、動物用医薬品、食品添加物等の収去検査の実施及び検疫所が実施した輸入食品の収去検査結果等を踏まえた食品関係事業者への指導・啓発
- ・米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律（米トレーサビリティ法※¹）に基づく指導及び啓発
- ・強壮用健康食品等に関する医薬品成分の分析調査の実施および、医薬品、医療機器等の品質・有効性・安全性の確保等に関する法律に基づく、必要に応じた事業者への回収等の指導並びに広告等に関する監視の実施



ノロウイルス予防ハンドブック

②食の安心の醸成

- ・大分県食品安全推進県民会議で施策に関する県民の意見交換を行うとともに、県内各地での様々な立場の県民参加によるリスクコミュニケーション※²を実施し、食を取り巻く関係者の相互理解による信頼を構築
- ・食中毒の発生や違反食品の回収等の食品衛生に関する情報の公開による迅速で分かりやすい情報提供の実施

※1 米トレーサビリティ法

米、米加工品に問題が発生した際に流通ルートを速やかに特定するため、生産から販売・提供までの各段階を通じ、取引等の記録を作成・保存することを義務付ける法律

※2 リスクコミュニケーション

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

施策1 消費者の安全・安心の確保（その他の安全）

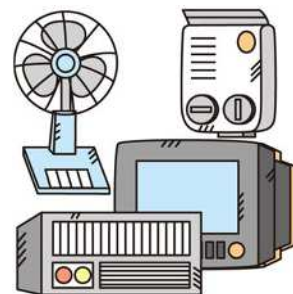
現状と課題

- 消費者と事業者との間には情報量や交渉力の格差が存在し、多くの消費者は受動的な立場で取引に応じることから、商品やサービスの取引や安全性に関する深刻な被害が発生しています。このような消費者被害の未然防止・拡大防止のため、消費生活相談窓口や関係機関が連携して被害情報を早期に把握・共有・分析することが重要です。
- 消費者安全法では、生命・身体为消费者事故等を専門的に調査し、事故の予防・再発防止策を講じる仕組みとして「消費者安全調査委員会」による事故調査や他の法律で対応できない場合の行政措置など、消費者の安全につながる施策が行われています。
- 製品事故による火災や、玩具等の子供用製品による誤飲事故などが後を絶ちません。事故の未然防止に役立つ、迅速かつ的確な事故情報の収集と消費者への発信を進めていく必要があります。
- 液化石油ガスは、取扱いが容易で環境負荷が少ないことから、家庭用エネルギーとして広く普及していますが、取扱いを誤ると大きな事故につながりかねない危険性を有しているため、事業者の法令の遵守と自主保安体制の強化が必要です。
- 入浴施設や理・美容施設などの生活衛生関係営業施設では、高度化・多様化する消費者の需要に応じた新しい形態の営業施設が出現していることから、従来の衛生措置の基準の適用が難しい事例も増加しており、衛生管理の不備等による苦情や健康被害が発生することがあります。そのため、消費者がこれらの施設を安心して利用できるよう、衛生水準の確保や向上を進めていくことが求められています。
- 住宅の品質確保を図るために、建設業者や建築士の資質の向上、建設工事の請負契約の適正化、行政の指導監督及び検査体制の充実・強化が必要です。
- 悪質化・巧妙化する様々な悪質商法や詐欺商法等による消費者被害は依然として後を絶たないため、悪質事業者に対する指導・監視を徹底し、厳正な対処とその横行の阻止に取り組む必要があります。
- 消費者被害に係る犯罪は、被害が潜在化したり、短期間に大きく被害が広がったりする傾向があるため、関係機関の連携を強化して被害情報の早期把握に努めるとともに、取締りを強化することが重要です。
- 安全で安心な消費生活を確保するためには、企業の不祥事防止が重要であり、そのため改正公益通報者保護法の周知・啓発や公益通報窓口の整備を通じて、企業内部の通報者を不利益な取扱いから保護し、制度の利用を促進する必要があります。
- デジタル化の進展やA I技術の普及に伴い、消費生活の利便性が向上している反面、個人情報利用範囲はますます拡大し、個人情報の流失や悪用といった深刻な問題も発生しています。このような被害を未然に防止するためには、個人情報の保護に対する意識啓発と、事業者による個人情報の適正な取扱いが必要です。

主な取組

①商品・サービスの安全性の確保

- ・製品事故の再発防止や安全確保のため、事業者への立入調査や販売指導を行うとともに、事故の危険性が認められる商品に対しては供給中止や回収等を要請
- ・国や関係機関からの事故情報を速やかに周知し、県民への注意喚起を行うとともに、県内で発生した重大事故については国への報告・情報提供を迅速に実施
- ・液化石油ガス販売事業者等に対して定期的な立入検査を実施
- ・液化石油ガス販売事業者及び液化石油ガス設備工事業者に対して消費者の保安の確保に関する研修会・講習会を実施
- ・生活衛生関係営業施設における安全・安心・衛生を認定する「Sマーク」制度の普及・周知と自主衛生管理体制の強化
- ・建設業者に対する研修会等の実施による資質向上及び請負契約の適正化の推進並びに指導監督の実施
- ・建築時における法定検査及び工事監理の適正確認の実施
- ・建築士事務所への定期立入調査及び相談・苦情対応に基づく重点調査と指導監督の実施



消費者庁イラスト集より

②悪質事業者の監視強化及び消費者被害情報の収集・分析

- ・関係機関・団体との連携による消費者被害情報の早期収集・分析及び市町村等との連携による被害防止
- ・県民の安心・安全を脅かす悪質犯罪等の重点的取締りの推進

③事業者のコンプライアンス体制の確保

- ・改正公益通報者保護法の周知及び会議・研修等による制度理解や利用の促進
- ・個人情報の流出や悪用の防止に向けた制度の周知と事業者による自主的な取組の支援

目標指標

指 標 名	基準値	目標値				
	R 6 年度	R 8 年度	R 9 年度	R 10 年度	R 11 年度	R 12 年度
食品衛生監視指導計画に基づく監視・検査件数の割合	100	100	100	100	100	100
消費生活用製品安全法に基づく立入調査件数	57	60	60	60	60	60

施策2 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保

現状と課題

- 消費者が、自主的かつ合理的な選択をする機会が確保されることは消費者の権利の1つです。そのためには消費者取引や商品を選択する上での情報源となる表示が適正に行われる必要があります。
- 過大な景品類の提供や虚偽・誇大な不当表示の事案は後を絶ちません。事業者への監視指導を行うとともに事業者への啓発を行う必要があります。
- 分かりやすい食品表示を行い食品を摂取する際の安全性と消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を確保するため、食品衛生法・JAS法・健康増進法の表示に係る部分が統合された食品表示法が施行され①衛生事項②品質事項③保健事項に整理されました。
- いわゆる健康食品は、医薬品と異なり病気の治療・予防を目的とするものではないため、疾病の治療や予防効果の表示・広告はできません。食品に効能効果を標榜して販売している事例があるため、食品販売店への立入検査により、表示等の監視指導を行う必要があります。
- 消費者への計量制度の啓発、スーパー・商品製造事業者等への立入検査による計量制度の普及啓発又は適切な指導を通じて、正確な計量を確保し、消費者の不利益を防いでいくことが必要です。事業者に対する法令遵守の徹底を求めていく必要があります。
- 貸金業に関する資金需要者からの苦情等件数は減少傾向にありますが、引き続き貸金業者には、同法を遵守した適正な業務を行うよう指導監督を徹底し、資金需要者の利益の保護を図っていく必要があります。
- 旅行サービスや介護サービス、消費者にとって人生で一番大きな買い物となる不動産売買におけるトラブルが多発しているほか、第一種動物取扱業者によるペット動物の売買に関する問題も増加しています。事業者に対する法令遵守の徹底を求めていく必要があります。
- 家庭用品の購入に際し、消費者が不測の損失を被ることのないよう、事業者に対して、特定の家庭用品の品質に関する適正な表示を要請するとともに、消費者の利益を保護するために事業者へ監視を行う必要があります。

主な取組

①表示・規格・計量の適正化

- ・過大な景品類の提供や虚偽・誇大な表示による不当な顧客勧誘など景品表示法に違反する事例の発見と事業者指導の強化および事業者団体等向け研修の実施など消費者が適正に商品・サービスを選択できる環境の確保
- ・消費生活に身近な石油製品等の販売価格について、消費者の選択の機会確保のため、事業者団体に対して価格の店頭表示協力を要請
- ・高度化・複雑化する家庭用品に対する市町村連携による立入調査・事業者指導
- ・医薬品的効能効果を謳った食品に対する立入検査や監視及び必要に応じた事業者への指導

- ・食品表示に関する調査及び指導の実施による、衛生・品質・保健各事項の適正な表示の推進
- ・食品関連事業者を対象とした食品適正表示基礎講習会の開催等による食品関連事業者への適切な表示指導
- ・製造・販売事業者に対する食品の保健機能等に関する表示の適正な指導と、消費者に対する表示の正しい理解・活用方法の普及啓発
- ・消費者が計量による不利益を受けないよう、商品の内容量表示への関心喚起を目的とした計量教室の実施および計量制度の啓発
- ・スーパー・販売店等事業者に対する立入検査の実施と、商品量目および計量器の正確な計量確保に関する指導

②消費者取引の適正化

- ・公正な消費者取引の推進と消費者被害防止のための事業者への特定商取引法周知及び消費生活相談等に基づく報告徴収・立入検査による不適正取引是正並びに法に基づく適正事業活動指導
- ・貸金業者の業務の適正な運営確保を図るため、営業所への立入検査の強化や資金需要者が安心して貸金業者を利用できる環境の整備
- ・旅行業等を営もうとする者に対する、登録及び各種届出に係る事務指導及び、無登録業者等の調査及び情報収集等による、無登録業者による旅行業の防止
- ・旅行業者及び旅行業務取扱管理者等を対象とした、旅行業務の適切な運営に関する講習の実施
- ・有料老人ホーム入居者への適切なサービス提供の確保に向けた、事業者への研修・立入検査及び入居者の利益を侵害する行為に対する事業者指導等の実施
- ・不動産取引の知識や経験が乏しい消費者のトラブル防止に向けた、宅地建物取引業者への調査・指導による公正な取引の確保
- ・第一種動物取扱業者への監視・指導と動物取扱責任者研修会を通じた適正な情報・知識の提供



消費者庁イラスト集より

目標指標

指 標 名	基準値	目標値				
	R 6年度	R 8年度	R 9年度	R 10年度	R 11年度	R 12年度
ガソリン価格の店頭表示率	37.5	65	65	65	65	65
適正な食品表示のための情報提供、指導(講習会実施回数)	56	56	56	56	56	56

施策3 関係機関との連携

現状と課題

- 消費者の権利が尊重され、消費者が安全な商品・サービスを安心して消費できるためには、様々な関係機関が連携することが重要です。
- 県においては、消費者行政の司令塔・エンジン役である消費者庁や、消費生活に関する情報の収集・提供や相談等の中核的な機関である国民生活センター、市町村、その他消費者問題に取り組む様々な関係機関と、さらなる連携・協力を図る必要があります。
- 消費者団体は、消費者の埋もれがちな声を集約し、具体的な意見にまとめて表明するほか、消費者教育の担い手や消費者被害の防止及び救済のための活動を行うなど、消費者行政の推進において重要な役割を果たしています。
- 行政と消費者団体等との協働を推進するとともに、消費者が行政や事業者に対して積極的に意見表明できる環境づくりも重要です。
- 消費者トラブルの未然防止・拡大防止及び被害回復のため、直接の被害者ではない消費者団体が消費者に代わって、事業者の不当な行為をやめさせるように裁判で請求する消費者団体訴訟制度や、その担い手である適格消費者団体及び特定適格消費者団体に期待される役割が十分に果たされることが重要です。
- 大分県内では適格消費者団体である特定非営利活動法人大分県消費者問題ネットワークが、消費者被害の発生、拡大を防止するため、事業者の不当な事業活動に対し差し止めや申入れを行っています。さらなる周知が必要です。
- 県行政においては、食品、医薬品、住居などの生活の主要な業務の連携により県民の安全・安心な生活が確保されることはもちろん、県民の幅広い生活ニーズに関わる各行政分野の横断的連携をより進め、切れ目のない消費者保護と利便性の向上が図られる必要があります。

【消費者団体訴訟制度とは】

消費者団体訴訟制度とは、内閣総理大臣が認定した（特定）適格消費者団体が、消費者のために事業者に対して訴訟等を行うことができる制度で、「差止請求」と「被害回復」の2つがあります。

「差止請求」は、事業者の不当な勧誘、契約条項、表示等に対して、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、当該行為の停止等を求めることができる制度です。

「被害回復」は、事業者の不当な行為によって多数の消費者に共通して財産的被害等が生じている場合に、特定適格消費者団体が、消費者に代わって被害の集団的な回復を求めることができる制度です。

【大分の適格消費者団体】

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



消費者団体訴訟制度のキャラクター ここりす

主な取組

①国、国民生活センター等関係機関との連携・協力

- ・国民生活センターが実施する各種研修や広報・啓発事業、商品テスト等を活用
- ・消費者トラブルの予防、消費者被害の救済、再発防止のため、国民生活センターと地方公共団体の消費生活センター等をネットワークで結んだ「全国消費生活情報ネットワーク・システム（P I O - N E T）」の運用について連携・協力
- ・日本司法支援センター大分地方事務所（法テラス大分）や九州財務局大分財務事務所、大分県弁護士会、大分県司法書士会、大分県金融広報委員会等の様々な関係機関と連携による、消費者被害の救済や被害防止・拡大防止
- ・消費者行政関連法令を所管する各部局の関係所属職員を県民生活・男女共同参画課の兼務職員として配置し、情報の共有や適用法令の調整等を迅速に行うとともに、すき間事案について適切に対応

②消費者団体との連携・支援の推進

- ・消費生活に関する情報提供や交流の場の提供による、消費者団体の自主的な取組と活動の活性化の支援
- ・大分県消費者団体連絡協議会との連携による、消費者団体間の交流・連携促進
- ・消費者と事業者の相互理解の促進及びそれぞれの意見を消費者施策等に反映する取組を実施
- ・適格消費者団体と連携した、消費者被害防止のための人材育成及び取組の強化
- ・消費者団体訴訟制度の周知による、不当取引の抑止および消費者被害の未然防止・拡大防止

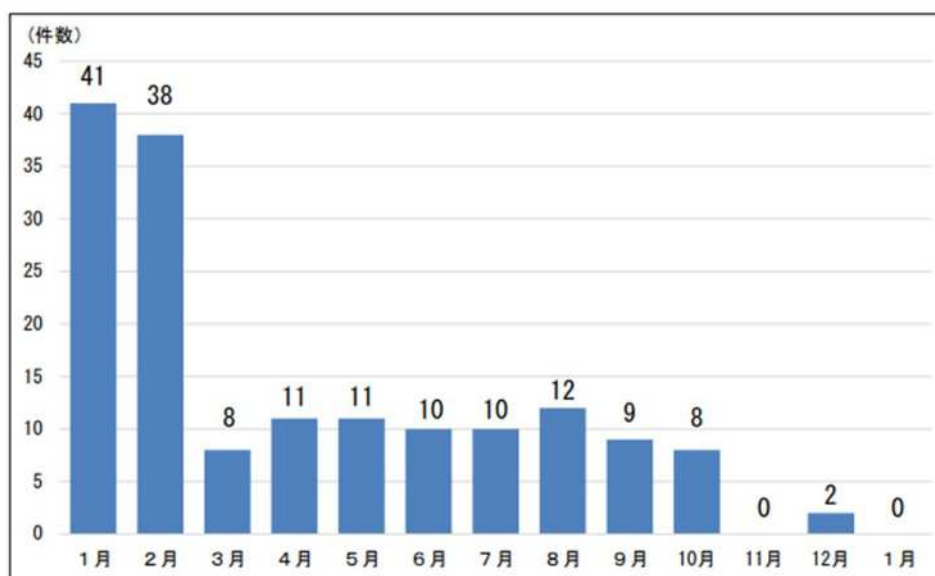


消費者団体と連携した消費者月間の啓発活動

施策4 大規模自然災害など緊急時における対応

現状と課題

- 頻発する大規模自然災害は、我が国の社会や人々の意識に大きな影響・変化を与えています。自然災害発生直後には、消費者による必要以上の購入等により、生活必需品等の品不足が生じるなどの事態が起こり、大きな社会問題となっています。
- 新型コロナウイルス感染症拡大時には、マスクやアルコール消毒製品などが一時的に品薄となり、不確かな情報の影響を受けて買いだめを行うといった消費行動や、インターネット上での高額転売が見受けられ、国民生活安定緊急措置法（昭和48年法律第121号）に基づき購入価格を超える価格による転売が禁止されました。
- 令和6年能登半島地震においては、被災者の心理につけ込んだ保険金請求代行、自宅屋根や設備等の悪質な補修など、災害に便乗した悪質商法についての相談の報告がありました。
- 今後も大きな災害の発生の可能性が指摘されており、災害時や感染症拡大期等の非常事態における生活関連商品等の確保は、県民の生活に不可欠な課題であるといえます。
- また、災害その他の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、平常時の消費者教育が重要です。
- 災害時や感染症拡大期等には、行政による災害時の消費生活（生活必需品、復旧資材等）に関する情報提供や相談体制の充実、生活必需品の安定供給に係る支援だけでなく、地域における日常的な連絡・連携、消費者や事業者における平時からの物資の備えや災害時の冷静な判断・行動も重要です。



出典： 「能登半島地震関連 消費者ホットライン」開設後1年間のまとめ
(2025年1月31日公表)
https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20250131_2.pdf
(独立行政法人国民生活センター)

主な取組

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

- ・生活関連商品の円滑な流通と価格の安定確保のため、必要に応じた事業者への協力要請
- ・生活関連商品の買占めや売惜しみ事業者への必要に応じた商品の売渡し勧告と生活関連商品の確保
- ・不確かな情報の拡散等による物資の買いだめといった消費行動への注意喚起
- ・災害時や感染症拡大期等における関係部局との連携による救助物資の給与又は貸与の迅速な実施および生活必需品等の不足解消への対応

②災害時における便乗行為等への対応

- ・不当な価格形成や災害便乗型悪質商法等に関する情報収集及び注意喚起や、必要に応じた適切な対応
- ・災害時や感染症拡大期等における消費者被害の未然防止・拡大防止及び被害救済のため、災害時等の相談体制を整備
- ・災害発生時には、空き巣や災害に便乗した悪質事犯の発生が予想されるため、パトロール、巡回連絡、まもめーる、ラジオ等を活用した防犯広報活動の実施



出典：「見守り新鮮情報」第472号
(2024年1月16日公表)

<https://www.kokusen.go.jp/mimamori/pdf/shinsen472.pdf>
(独立行政法人国民生活センター)

第5章 計画の進捗管理及び検証

1 第5次大分県消費者基本計画目標指標

第5次計画（おおいた消費者ホッとプラン2025）における指標及び目標値

主要な施策	番号	指 標	単位	現況値 (令和6年度)	目標値 (令和12年度)
デジタル化への対応	1	大分県消費生活センターHPアクセス数	セッション数	-	51,000
	2	フィルタリング等によりインターネット利用を 監督している保護者の割合（小・中・高）	%	97.2	100.0
配慮を要する 消費者への対応	3	消費者安全確保地域協議会設置市町村の 県内人口カバー率	%	48	90
	4	高齢者向け出前講座実施回数	回	19	38
消費生活相談員の 確保と資質向上	5	県内の消費生活相談窓口におけるあっせん解決率	%	94.5	97.4
市町村への 支援・連携	6	消費生活センターの広域連携を含めた市町村設置率	%	77.8	100
ライフステージに 応じた 消費者教育の推進	7	学齢期向け消費生活出前講座実施回数（県+市町村）	回	132	125
	8	消費生活出前講座実施回数（県+市町村）	回	345	463
持続可能な 消費行動の促進	9	環境教育参加者数	人	13,437	13,000
	10	ごみ総排出量	t	368,495 (R5)	337,500 (R11)
	11	一般廃棄物リサイクル率	%	18.1 (R5)	20.0 (R11)
	12	食育活動参加者数	人	3,834	4,000
消費者の 安全・安心の確保	13	食品衛生監視指導計画に基づく監視・検査件数の割合	%	100	100
	14	消費生活用製品安全法に基づく立入調査件数	件	57	60
消費者の自主的かつ 合理的な選択の機会 の確保	15	ガソリン価格の店頭表示率	%	37.5	65
	16	適正な食品表示のための情報提供、指導 (講習会実施回数)	回	56	56