

富山県消費者基本計画

令和 7 年 6 月

富山県

目次

第1章 計画策定の基本的な考え方	1
1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置付け	1
3 計画期間	2
第2章 富山県における消費生活の現状と課題	2
1 消費者を取り巻く環境の変化	2
(1)人口減少と高齢化の進行	2
(2)デジタル社会の進展	4
(3)成年年齢の引下げ	6
(4)持続可能社会の実現	7
2 消費生活相談の状況	8
(1)県内の消費生活相談件数の推移	8
(2)ネット社会の急激な進展による消費者トラブル増加	9
(3)高齢化に伴う消費者トラブルの増加	10
(4)成人前後の相談件数(成年年齢引下げ)	11
(5)危害・危険に関する相談件数	11
(6)消費者金融に関する相談件数	12
(7)国際的取引に関する相談件数	12
(8)能登半島地震関係の相談件数	13
3 消費者の意識・行動	14
(1)消費者問題への関心度	15
(2)消費者トラブルへの対応	16
(3)商品・サービスを選択(利用)する際の意識	18
(4)エシカル(倫理的)消費について	19
(5)消費者教育に関すること	20
(6)重要な行政の取り組み	23
(7)新たな課題への対応	24
4 今後の課題	25
第3章 計画の基本理念・基本方針・施策の内容	26
1 基本理念	26
2 基本方針	26
3 施策の体系(一覧表)	27
4 施策の内容	29
基本方針1 消費生活における安全・安心の確保	29
(1)商品、サービス、取引の安全・安心	29
①商品、サービス、取引の安全・安心の推進	29
ア 商品等による危害の防止	30
イ 悪質商法等による被害の防止	30
ウ 商品等の規格・表示等の適正化	31

エ	特殊詐欺等による被害の防止	31
オ	機能性表示食品等を含む食の安全	31
カ	その他	33
②	事業者に対する適正な指導・法執行、苦情処理・紛争解決の促進	33
ア	法令等に基づく調査体制の強化と事業者指導・法執行	34
イ	解決困難な事案に係るあっせん又は調停等の実施	37
③	生活関連物資の確保	37
ア	地震等緊急時における生活関連物資の供給要請	37
イ	高齢者・障害者等いわゆる買物弱者への対応	38
(2)	効果的な情報収集・発信	38
①	消費者被害情報の収集と積極的な情報発信	38
ア	商品・サービスの安全性に関する情報提供	39
イ	特殊詐欺等被害防止に関する情報提供	40
ウ	不当な取引行為(契約の勧誘、契約の締結、契約の内容、債務の履行、契約の解除、与信契約に関する不当な行為、インターネット取引に係るトラブル等)に関する情報発信	41
エ	生活関連物資安定供給のための価格等情報提供	41
②	地震等緊急時における必要な情報発信	42
ア	地震等緊急時における正確な情報発信	42
イ	地震等緊急時に乗じた消費者トラブルへの対応	42
(3)	相談体制の充実と市町村・関係機関との連携強化	43
①	相談体制の充実	43
ア	消費生活相談体制の充実強化	44
イ	消費生活相談窓口の積極的な広報	44
ウ	相談を担う人材の確保及び資質向上	44
エ	消費生活相談のデジタル化	46
オ	多言語化など外国人向け対応の強化	46
②	市町村・関係機関との連携強化	46
ア	市町村との連携及び市町村相談体制の支援	48
イ	消費者団体及び福祉団体等との連携	48
ウ	弁護士会・司法書士会等の専門機関との連携	49
エ	特殊詐欺等被害防止のための警察等関係機関との連携強化	50
オ	消費者団体の活動の促進	51
カ	地域の見守りネットワーク構築(消費者安全確保地域協議会設置)の促進	51
キ	多重債務対策	52
ク	その他	52
基本方針2	消費者教育の推進と人材(担い手)育成	53
(1)	ライフステージに応じた様々な場における消費者教育	53
①	学校等における消費者教育の推進	53
ア	学習指導要領に基づいた消費生活に係る学習の実践	54
イ	成年年齢引下げに対応した消費者教育の推進	54
ウ	弁護士等による消費生活出前講座の実施	55

エ	教育担当部署と消費者行政担当部署との連携強化	55
オ	消費者教育コーディネーターの配置・活用	56
②	地域社会、家庭、職域における消費者教育の推進	56
ア	ライフステージに応じた出前講座の実施	57
イ	高齢者及び障害者等要支援者への消費者教育の実施	58
ウ	職域における消費者教育の推進	58
エ	インターネットを活用した広報・情報提供の充実	58
オ	消費者教育を実施する関係機関との連携	59
カ	その他	59
(2)	消費者教育の人材(担い手)の育成・活用	60
①	地域人材の育成・活用	60
ア	消費者教育を担う人材育成	60
イ	消費者教育を行う団体及びグループへの支援	61
ウ	その他	61
②	小・中・高・特別支援学校等の教職員の指導力向上のための教育支援	61
ア	教職員向け研修会の開催	62
イ	実践事例及び消費者教育情報の提供	62
ウ	消費者教育に用いる実用的な教材の作成・提供	62
(3)	デジタル社会等新たな課題に対応した消費者教育の推進	63
①	消費行動におけるデジタルリテラシー(活用能力)の向上	63
ア	学校等におけるデジタルリテラシーの向上	63
イ	地域等におけるデジタルリテラシーの向上	64
ウ	高齢者におけるデジタルリテラシーの向上	64
②	金融経済教育の推進	64
ア	学校における金融経済教育の実施	65
イ	金融知識の普及啓発	65
ウ	金融トラブルの実情や対策についての普及啓発	65
基本方針3	連携・協働による持続可能な社会の実現	66
①	人や社会、環境、地域などに配慮した消費行動の推進	66
ア	エシカル消費の実践につながる普及啓発	66
イ	食品ロス・食品廃棄物削減、フードドライブ、地産地消、3R(リデュース・リユース・リサイクル)によるごみの削減	67
②	事業者との連携・協働	69
ア	事業系食品ロスの削減	70
イ	環境保全への配慮	70
ウ	消費者志向経営の普及啓発	71
エ	カスタマーハラスメントについて	71
オ	その他	71
③	消費者団体との連携・協働	72
	SDGs やエシカル消費に取り組む消費者団体の活動の支援	72
5	用語解説	73

(1) 消費者相談・消費者教育の担い手の説明.....	73
(2) その他	74
第4章 計画の推進体制と進行管理	77
1 計画の推進体制	77
2 計画の進行管理・評価	77
3 評価指標	77
富山県消費者基本計画策定スケジュール	79
富山県消費生活審議会委員名簿	80
富山県民の消費生活の安定及び向上に関する条例(抜粋)	82
富山県消費生活審議会規則(抜粋)	82

第1章 計画策定の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨

県では、消費者教育の推進に関する法律に基づき、2014(平成26)年12月に、2014(平成26)年度から2018(平成30)年度までの5年間を計画期間とする「富山県消費者教育推進計画」を策定しました。また、2019(平成31)年3月には、2019(平成31)年度から2023(令和5)年度までの5年間を計画期間¹とする「とやま消費者プラン～富山県消費者教育推進計画～」に改定し、「被害にあわない、合理的意思決定ができる消費者」や「自らの消費行動が社会経済情勢や地球環境に影響を与えることを自覚して行動できる消費者」を目指すべき消費者像として、これまで消費者教育の推進に取り組んできました。

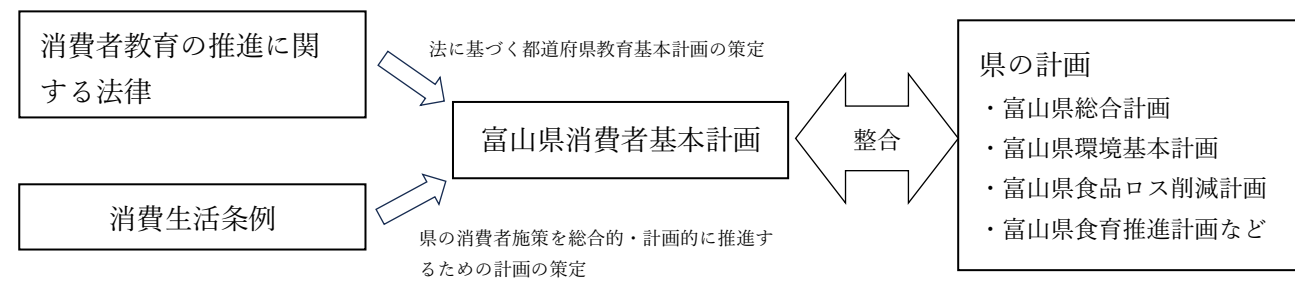
近年、高齢化の進行、高度情報化や消費生活におけるグローバル化の進展等により、消費者を取り巻く環境は、大きく変化しており、消費者ニーズに対応した商品・サービスが提供され、選択の幅が拡大している一方、消費者被害が複雑化・多様化しています。特に、本県においては、高齢者を狙った悪質商法や特殊詐欺²等の被害が多く見られます。

また、国では「地方消費者行政強化作戦2020(令和2年4月1日策定)」において「地方版消費者基本計画の策定」を政策目標の一つとして掲げています。

こうしたことを踏まえ、消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に対応した消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため、消費者教育推進計画の内容を包含する「富山県消費者基本計画」を策定します。

2 計画の位置付け

富山県民の消費生活の安定及び向上に関する条例³(以下「消費生活条例」という。)第4条に基づき、県の消費者施策を総合的かつ計画的に推進するための計画です。また、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項に基づく都道府県消費者教育推進計画の位置付けを兼ねる計画です。



¹ 国の第5期消費者基本計画の計画期間と合わせるため「とやま消費者プラン～富山県消費者教育推進計画～」の計画期間を1年延長し、2024(令和6)年度までとした。

² 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

³ 巧妙化する悪質商法による消費者トラブルの複雑化など、消費者を取り巻く環境の変化に対応するため、消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援を基本理念とする条例。

3 計画期間

計画期間は、2025(令和7)年度から、2029(令和11)年度までの5年間です。なお、期間中に情勢の大きな変化等が生じた場合は、必要に応じて見直すこととします。

第2章 富山県における消費生活の現状と課題

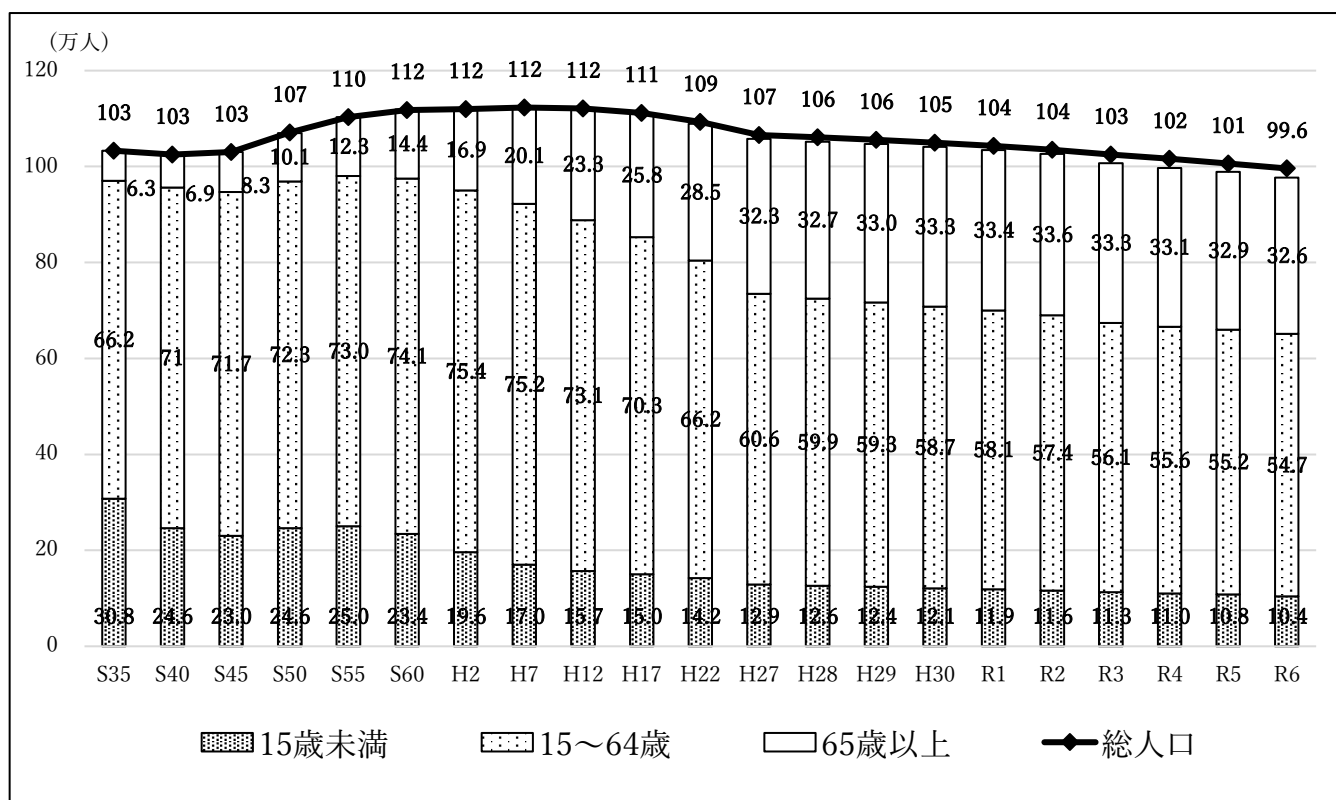
1 消費者を取り巻く環境の変化

(1) 人口減少と高齢化の進行

本県の人口は、全国より10年早い1998(平成10)年に112.6万人をピークに減少に転じ、2025(令和7)年4月1日現在の総人口は、989,474人となりました。また、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(令和5(2023)年推計)」によると、本県の人口は、2030(令和12)年に94.2万人に減少し、2050(令和32)年には76.2万人にまで減少すると推計されています。

人口構成を見ると、65歳以上が拡大する一方、15歳未満は減少が続いており、本県の人口構成が大きく変化しています。図1

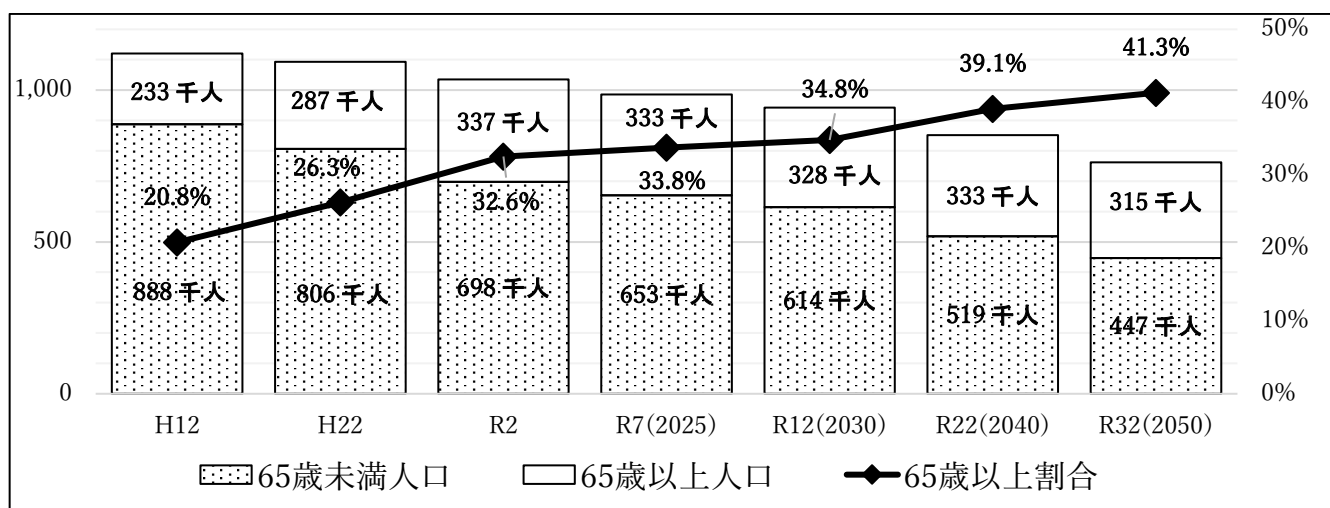
図1 富山県の人口推移



出典：富山県「人口移動調査」(いずれも各年10月1日現在)

本県においては、全国水準を上回るペースで高齢化が進んでいます。高齢者人口は2020(令和2)年にピークを迎えて以降、緩やかな減少局面に入りましたが、生産年齢人口の減少の加速に伴い、今後も65歳以上人口割合(高齢化率)は上昇し続ける見込みです。高齢化率は、2023(令和5)年の32.9%から、2030(令和12)年に34.8%へ上昇し、2050(令和32)年には41.3%にまで高まると推計されています。図2

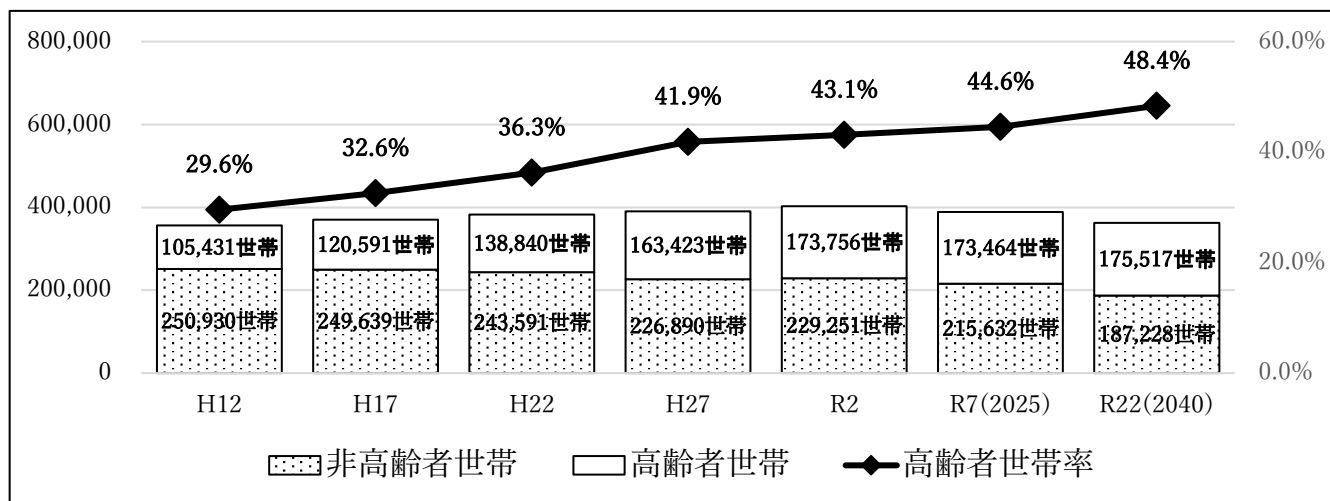
図2 65歳以上人口の推移と将来推計



出典：H12年、H22年、R2年は、「国勢調査」(年齢不詳の人口を各歳別にあん分した人口)。R7、R12、R22、R32は、国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来推計人口』(2023(R5)年12月推計)。

また、2020(令和2)年の国勢調査によると、県内の一般世帯のうち、43.1%の173,756世帯が、高齢者世帯(世帯主が65歳以上の世帯)となっています。今後、高齢者世帯は、年々増加すると見込まれており、2040(令和22)年には、本県の一般世帯に占める高齢者世帯の割合は48.4%(175,517世帯)となると推計されています。図3

図3 高齢者世帯(世帯主が65歳以上)の推移と将来推計

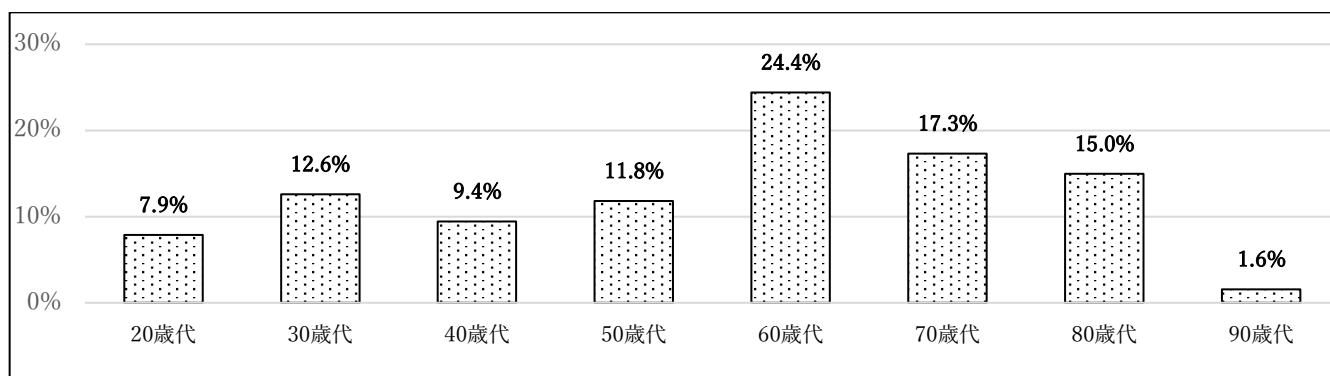


出典：H12年、H17年、H22年、H27年、R2年「国勢調査」、2025年以降は、国立社会保障・人口問題研究所『日本の世帯数の将来推計(都道府県別推計)』(2019(H31)年4月推計)

こうした中、令和6年の特殊詐欺及びSNS型投資・ロマンス詐欺⁴の認知件数は127件(令和5年は116件)、被害額は10.53億円(令和5年は5.21億円)と、前年に比べて認知件数及び被害額が増加しています。特に60歳以上の方が被害に遭うケースが多く、被害者全体の58%となっています。今後、高齢者等の消費者トラブルの増加や深刻化が懸念されます。

図4

図4 特殊詐欺等被害者の年代別割合(R6)

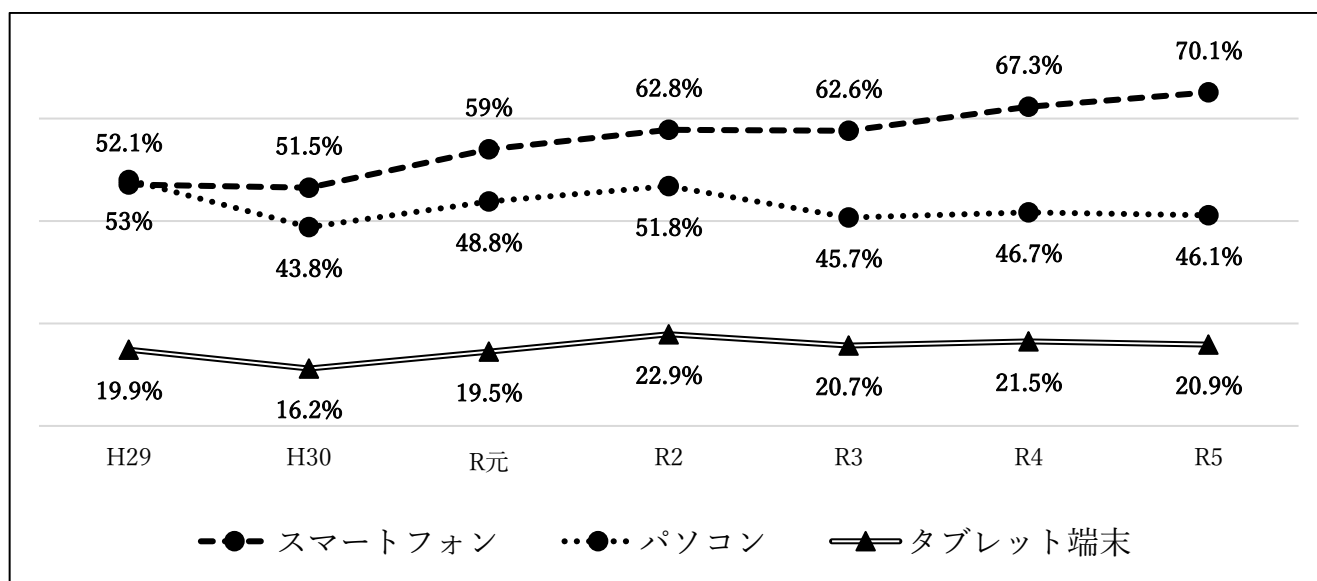


出典：富山県警察本部資料

(2) デジタル社会の進展

総務省「令和5年通信利用動向調査」における、本県のインターネット端末別利用状況を見ると、スマートフォンでインターネットを利用している者の割合は70.1%となっています。スマートフォンによるインターネット利用は、年々、増加傾向にあります。図5

図5 インターネットの端末別利用状況の推移

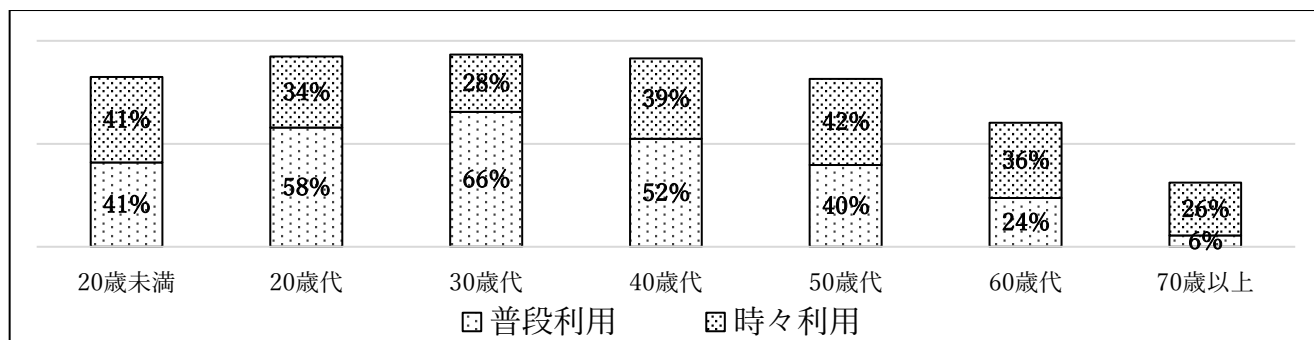


出典：総務省「令和5年通信利用動向調査」

⁴ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

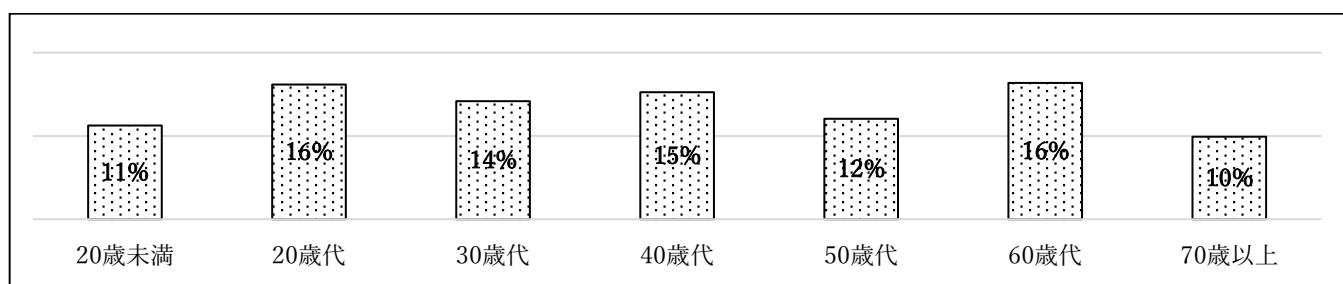
富山県消費者協会・消費生活研究グループ連絡協議会が令和5年に実施した「暮らしの中のデジタル化に関する県民調査」⁵によると、全世代を通して、インターネット通販が利用されています。図6 また、その一方で、1割以上の方が、インターネット通販でのトラブルを経験しています。図7

図6 年代別インターネット通販の利用状況(R5 調査)



出典：富山県消費者協会・消費生活研究グループ連絡協議会「暮らしの中のデジタル化に関する県民調査」（令和5年）

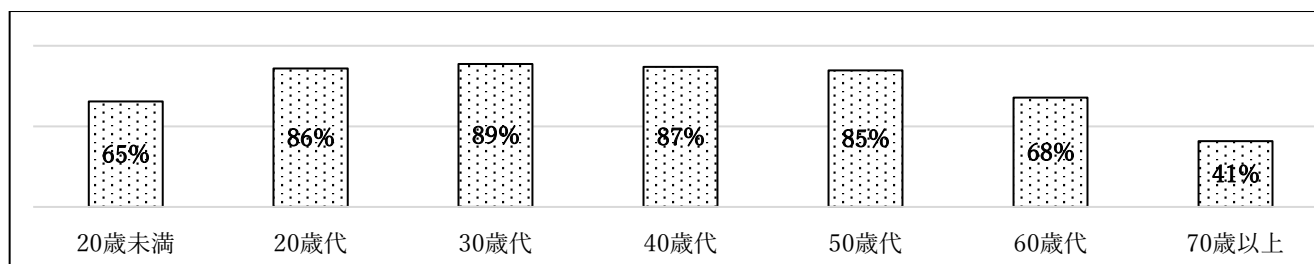
図7 年代別インターネット通販でのトラブル(R5 調査)



出典：富山県消費者協会・消費生活研究グループ連絡協議会「暮らしの中のデジタル化に関する県民調査」（令和5年）

決済手段も多様化・高度化しており、幅広い世代に、キャッシュレス決済が浸透しています。キャッシュレス決済は、現金を持ち歩かずに買物ができる手軽さから、今後更に普及することが予想されます。図8

図8 年代別キャッシュレス決済の利用状況(R5 調査)

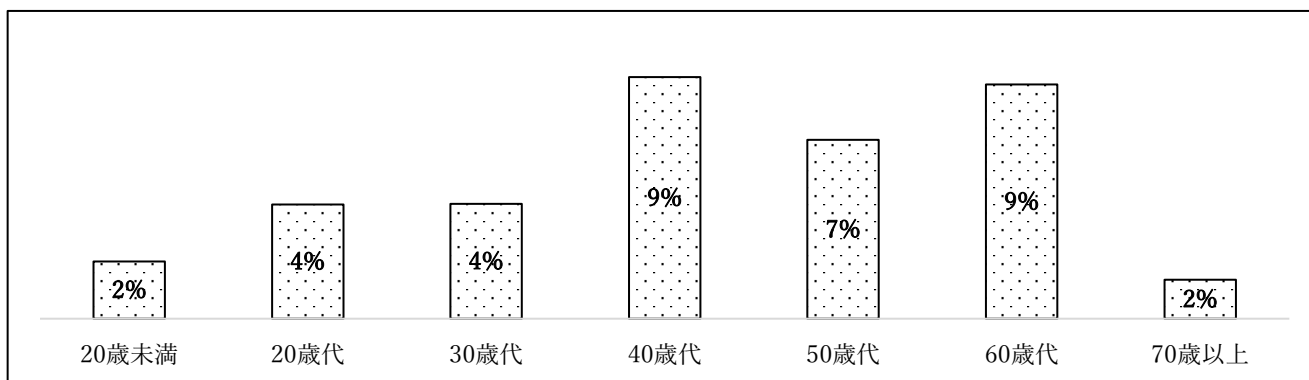


出典：富山県消費者協会・消費生活研究グループ連絡協議会「暮らしの中のデジタル化に関する県民調査」（令和5年）

⁵ 調査期間「令和5年6月下旬～7月下旬」、調査方法「紙面調査法(自記入式)」、有効回答数「配布2,014人 回答者1,718人【回収率85.3%】」

キャッシュレス決済の普及により、カード情報の漏洩や、プリペイドカードが詐欺の支払い手段として悪用されるなどのトラブルが、40歳代から60歳代で多くなっています。[図9]

図9 年代別キャッシュレス決済でのトラブル(R5調査)

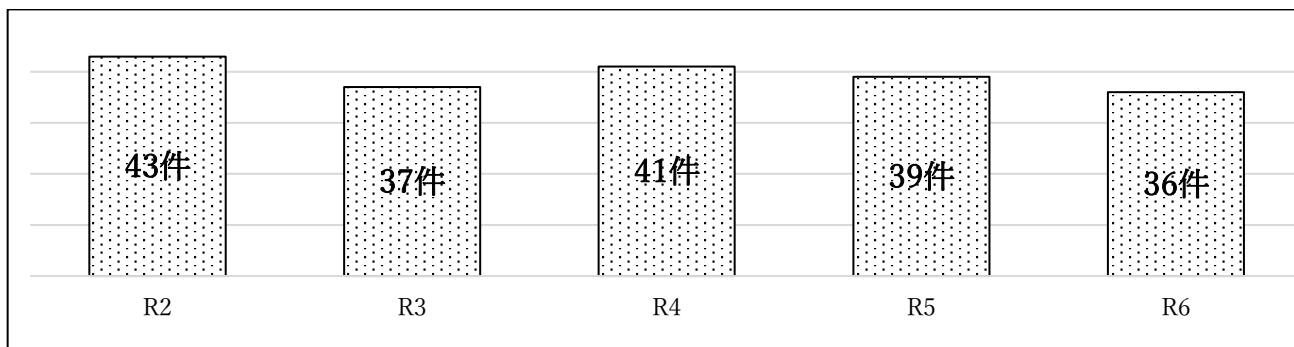


出典：富山県消費者協会・消費生活研究グループ連絡協議会「暮らしの中のデジタル化に関する県民調査」（令和5年）

（3）成年年齢の引下げ

民法の成年年齢引下げ(2022(令和4)年4月～)に伴い、18歳及び19歳の若者については、未成年者取消権を行使できなくなりました。2024(令和6)年度における、18歳及び19歳の若者の消費生活相談件数は36件で、対前年度比92.3%でした。成年年齢の引下げ以降、18～19歳の相談件数は、ほぼ同水準で推移しています。[図10]

図10 「18歳・19歳」の相談件数の推移(県消費生活センター)



契約当事者が「18歳・19歳」における、令和6年度の販売購入形態を見ると、通信販売が38.9%(14件)と最も多い結果となっています。また、相談内容については、賃貸アパートの契約全般に関する相談が4件、SNS⁶広告等を通じた通販購入に関する相談が3件などとなっています。[表1、表2]

民法の成年年齢18歳への引下げを踏まえ、新成人が悪質商法の新たなターゲットとなることを防ぐため、特に在学中に成年となる高校生など若年層への消費者教育の充実・強化が必要です。

⁶「5 用語解説」の「(2) その他」参照

表1 契約当事者が「18歳・19歳」の販売購入形態別件数(県消費生活センター)

(件数、%)

販売購入形態	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	
店舗購入	10	10	9	10	12	33.3%
訪問販売	1	3	3	5	1	2.8%
通信販売	25	17	24	15	14	38.9%
マルチ・マルチまがい取引		1				—
電話勧誘販売	2	1	1	3	2	5.6%
ネガティブ・オプション				1		—
不明・無関係	5	5	4	5	7	19.4%
計	43	37	41	39	36	100%

表2 契約当事者が「18歳・19歳」の主な商品・役務の内容(県消費生活センター)

(件数)

R 3 年度		R 4 年度		R 5 年度		R 6 年度	
エステティックサービス	4	エステティックサービス	6	エステティックサービス	4	不動産貸借	4
自動車運転教習所	4	異性交際関連サービス	3	新聞	3	商品一般	3
他の内職・副業	2	他の内職・副業	3	金融コンサルティング	3	四輪自動車	3
他の健康食品	2	他の健康食品	2	商品一般	3	自動二輪車	2
他の化粧品	2	他の化粧品	2	運動靴	2	医療サービス	2
電気	2	アダルト情報	2	医療サービス	2	自動車運転教習所	2
廃品回収サービス	2	他の娯楽等情報配信サービス	2	—	—	他の内職・副業	2

(4) 持続可能社会の実現

国際社会の共通目標である持続可能な開発目標（SDGs⁷）に関する取組みの推進など、消費者には、自らの行動が社会に影響を与えるという自覚を持って、環境に配慮した商品の選択や、エネルギーの節約など、日常の消費生活における省資源・省エネルギー等環境に配慮した行動が求められています。更には、人・社会・環境・地域に配慮した消費行動であるエシカル消費⁸(倫理的消費)の実践が求められています。

県民意識調査⁹において、商品やサービスを購入する際に、それらが環境に及ぼす影響を考慮して商品やサービスを購入すると回答した人の割合は全体の51.2%¹⁰でした。この結果は、前回調査(平成30年調査)¹¹より、14.2ポイント上昇しています。なお、年齢別では、18

⁷ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

⁸ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

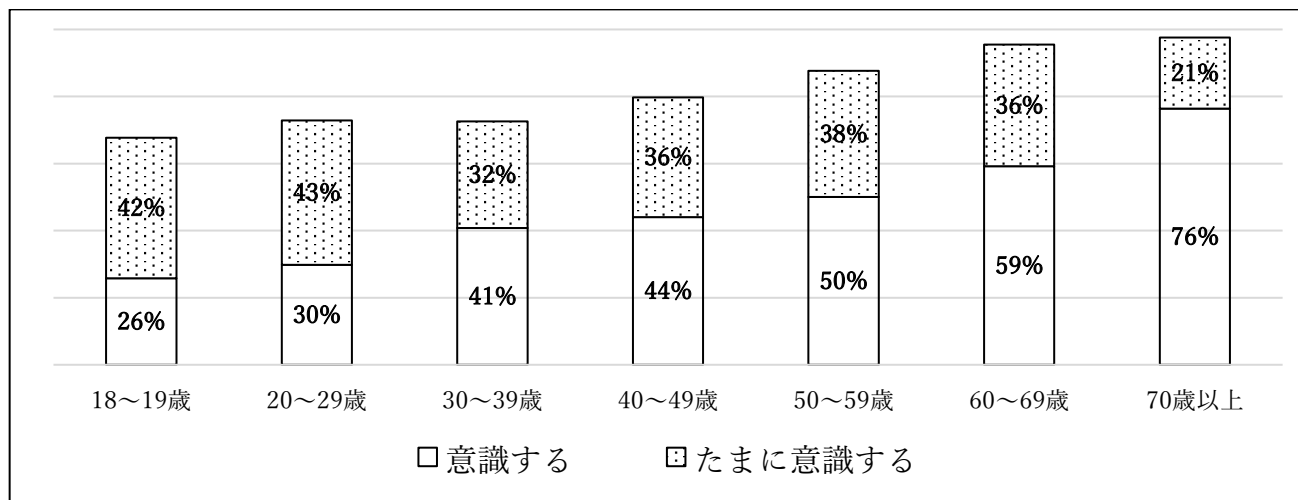
⁹ 調査名「暮らしのアンケート(消費生活に係る県民意識調査)」、14 ページ参照

¹⁰ 18 ページ「(3) 商品・サービスを選択(利用)する際の意識」参照

¹¹ 調査名「消費生活に係る県民意識調査」、14 ページ参照

歳～29 歳の若者世代における取組みが低調な結果となっています。図 11、表 3

図 11 環境に及ぼす影響を考慮して商品を購入する人の割合



出典：県民意識調査(令和 6 年)

表 3 人や社会、環境、地域などに配慮して実施している消費者行動

	18～19 歳	20～29 歳	30～39 歳	40～49 歳	50～59 歳	60～69 歳	70 歳以上	全世代平均
マイバッグ、マイ箸などの利用	67.7%	83.0%	92.7%	90.0%	93.8%	94.2%	90.2%	91.2%
電気をこまめに消すなどの省エネ	61.3%	67.6%	72.5%	80.1%	74.1%	80.3%	84.6%	76.9%
リサイクル商品の購入・資源ごみなどをリサイクルに出す	35.5%	46.3%	58.8%	70.4%	76.1%	77.3%	72.4%	69.3%
地産地消	16.1%	32.4%	50.6%	54.0%	57.8%	67.4%	73.2%	57.4%

出典：県民意識調査(令和 6 年)

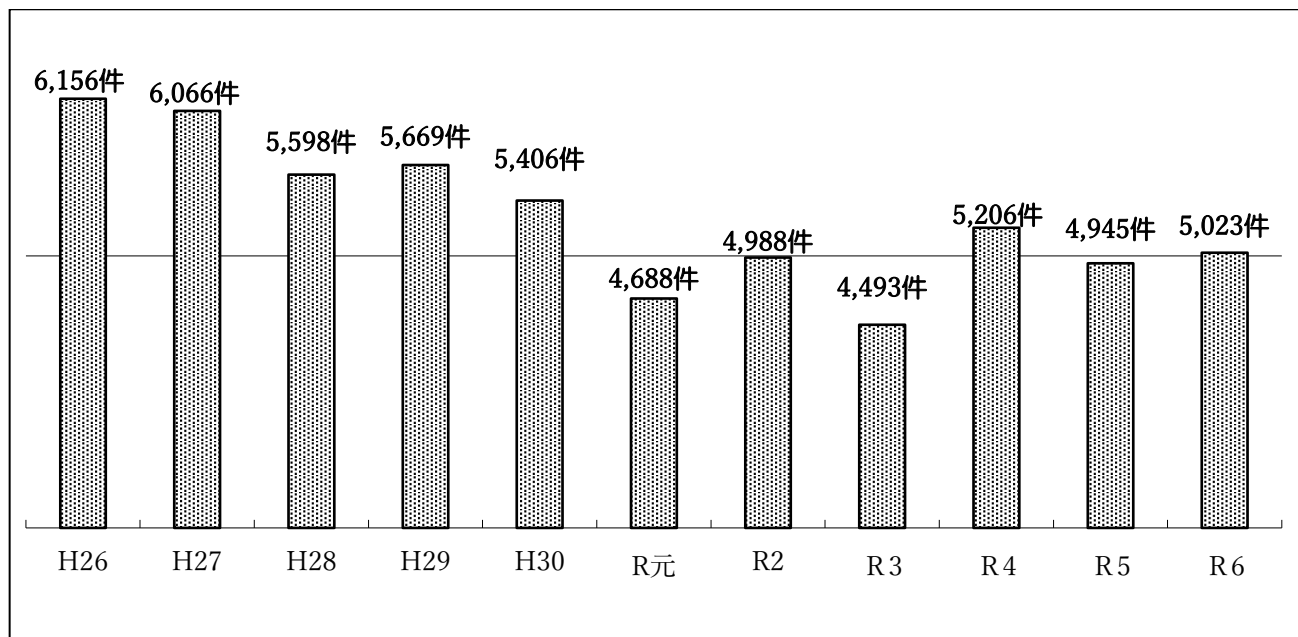
2 消費生活相談の状況

(1) 県内の消費生活相談件数の推移

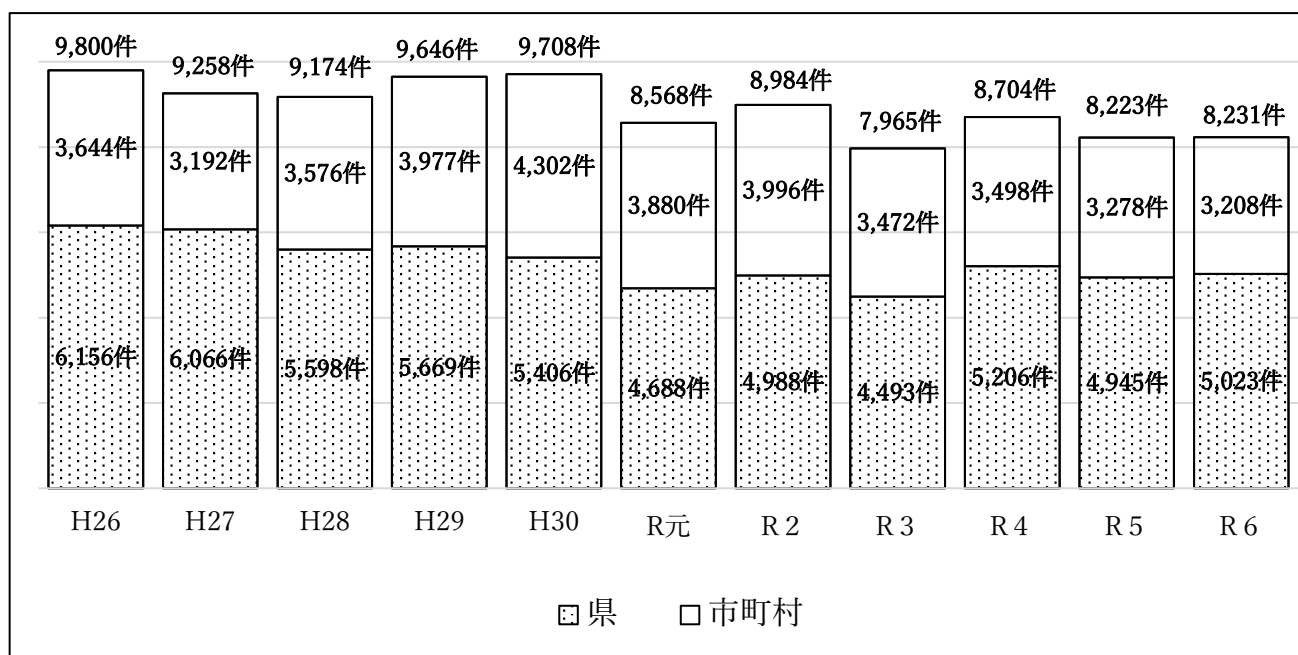
2024(令和 6)年度の相談件数は、5,023 件（内訳：県センター受付相談 4, 217 件、架空請求音声ガイダンス 745 件、市町村からの経由相談 61 件）で、対前年度比 101.6%となり、相談件数は、依然、高止まりの状態となっています。図 12

相談内容に関しては、高度情報化等の進展や急速な高齢化により、消費者に不利となる意思決定を誘導するような、ダークパターンを利用した Web デザインによる定期購入や偽サイトの被害、SNS 広告等を契機とした投資詐欺被害などのインターネット関連被害が増加しています。また、訪問販売による工事・建築や修理サービスなど高齢者を狙った悪質商法に関する相談が増加するなど、消費者トラブルは広域化・複雑化・多様化しています。

図 12 相談件数の推移(県消費生活センター)



参考 富山県内の相談件数の推移

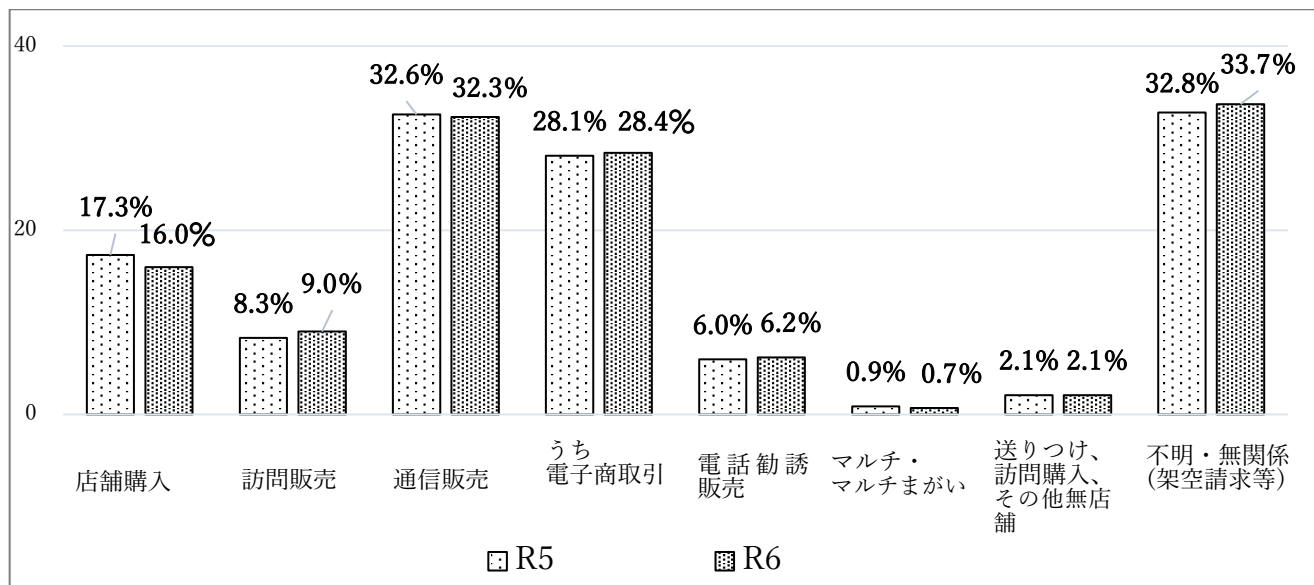


(2) ネット社会の急激な進展による消費者トラブル増加

県に寄せられる消費生活相談のうち、インターネットを通じて提供されるサービスや商品に関する相談割合は、2024(令和6)年度は28.4%となっており、店舗購入の相談割合(16.0%)を大きく上回っています。図13

消費者トラブルでは、インターネット通販等での定期購入に関する相談が高止まりしているほか、大手ネット通販会社等をかたったフィッシング等の不審なメール、SNS やネット広告で勧誘された暗号資産やFX等への投資などが増加しています。

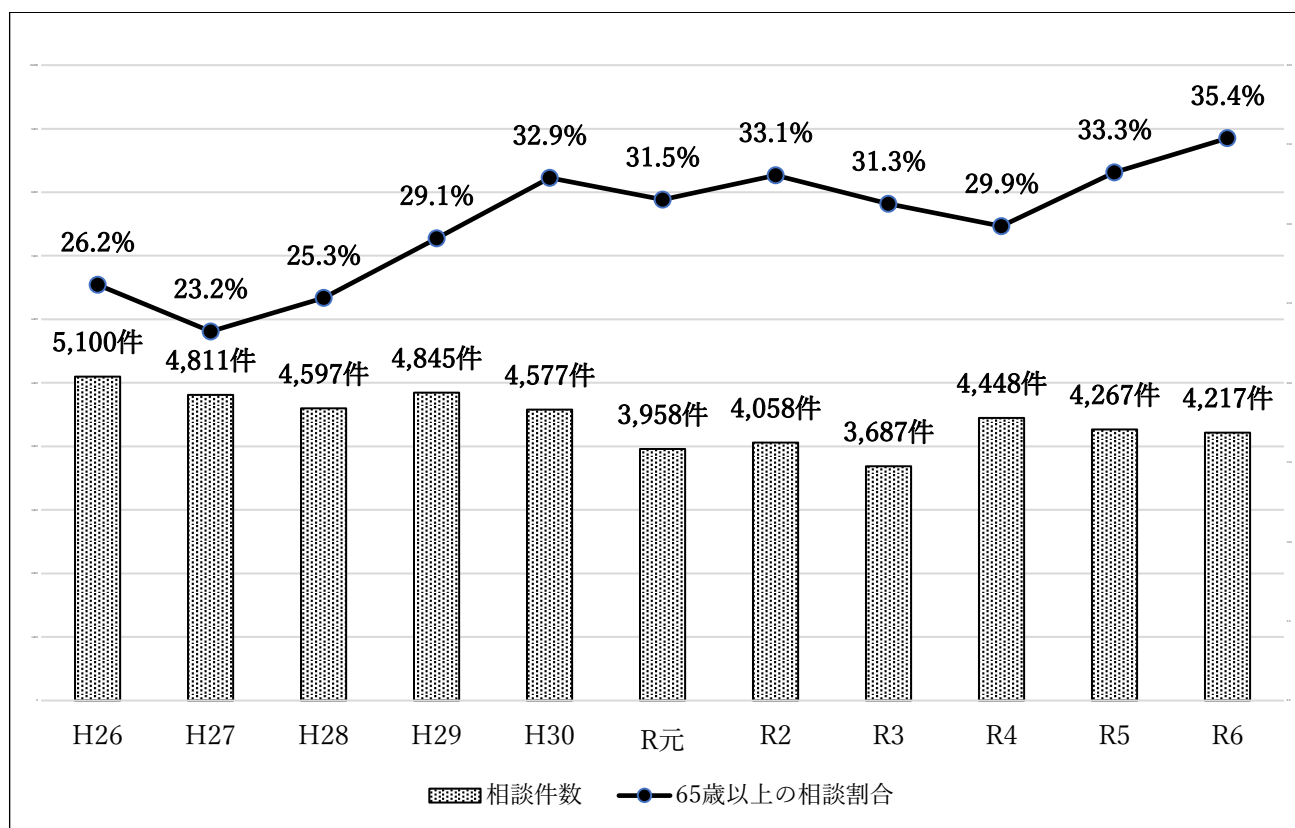
図 13 販売購入形態別相談割合(県消費生活センター)



(3) 高齢化に伴う消費者トラブルの増加

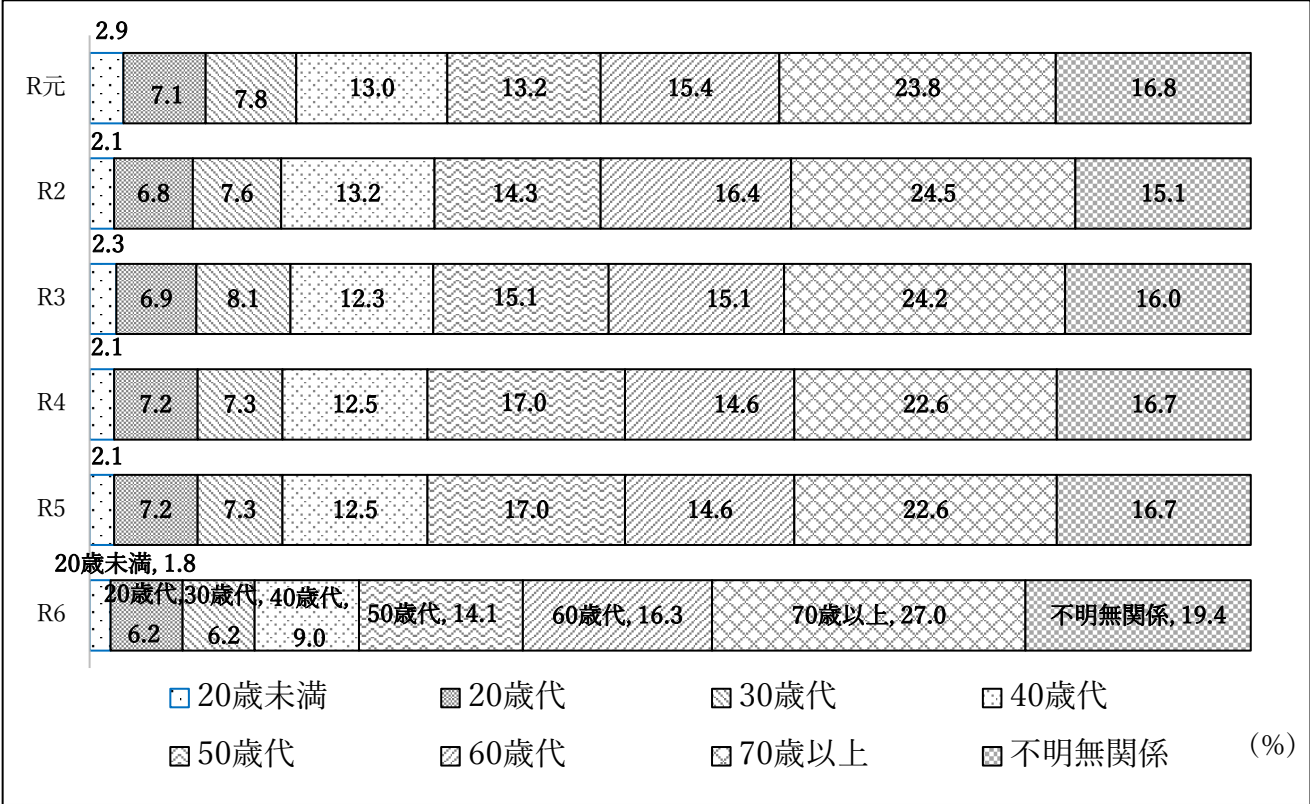
県に寄せられる消費生活相談のうち、高齢者(65 歳以上)の相談件数は全体の約 3 割となっています。図 14 また、2025(令和 7)年には、「団塊の世代」が 75 歳以上の後期高齢者となり、今後、超高齢社会が到来することから、高齢者における消費者被害の増加が懸念されます。

図 14 高齢者による相談件数の推移(県消費生活センター)



※ 相談件数には、架空請求音声ガイダンス及び市町村からの相談件数を含まない

参考 契約当事者の年代別相談割合の推移(県消費生活センター)

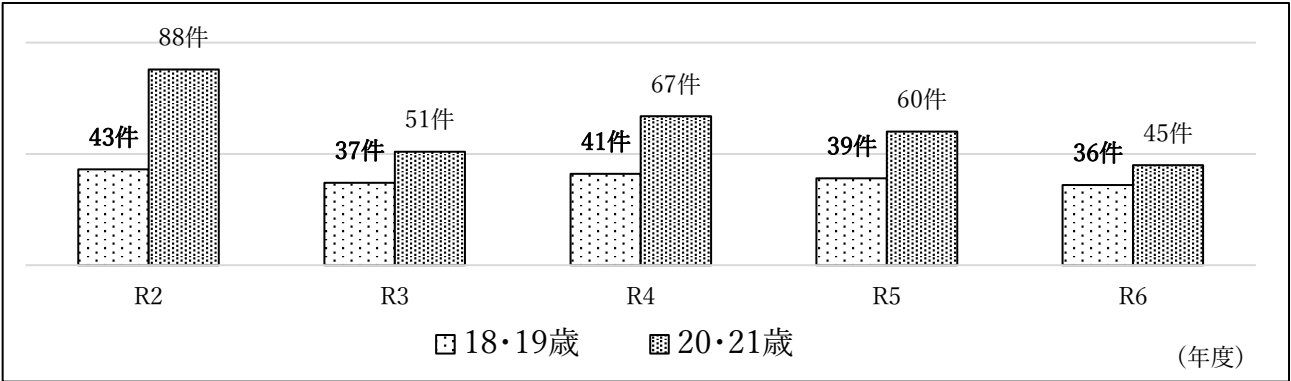


(4) 成人前後の相談件数(成年年齢引下げ)

民法の成年年齢引下げ(2022(令和4)年4月～)に伴い、18歳及び19歳の若者については、未成年者取消権を行使できなくなりました。成年年齢の引下げ以降、18～19歳の若者の消費生活相談件数は、ほぼ同水準で推移していますが、20歳を境に相談件数が増加する傾向にあります。

図 15

図 15 若者（18歳～21歳）からの相談件数の推移(県消費生活センター)

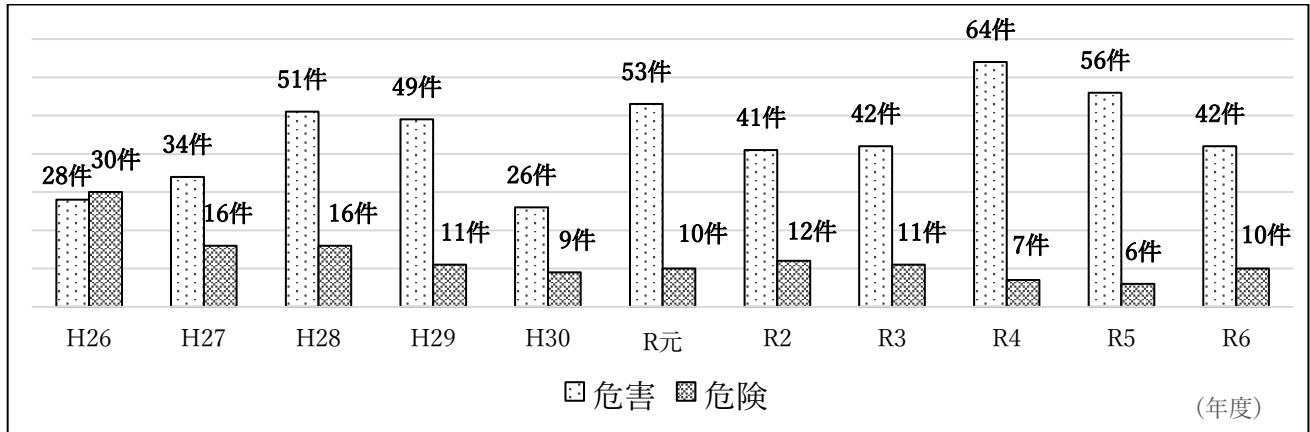


(5) 危害・危険に関する相談件数

商品・役務・設備に関連して、身体にけがや病気等の危害を受けたという相談件数は、2014(平成26)年度の28件から、2024(令和6)年度の42件に増加しており、過去5年間では、40件台から60件台で推移しています。また、危害を受けたわけではないが、そのおそれが

あるという危険に関する相談は、2024(令和 6)年度は 10 件となっています。図 16

図 16 危害・危険に関する相談件数の推移(県消費生活センター)

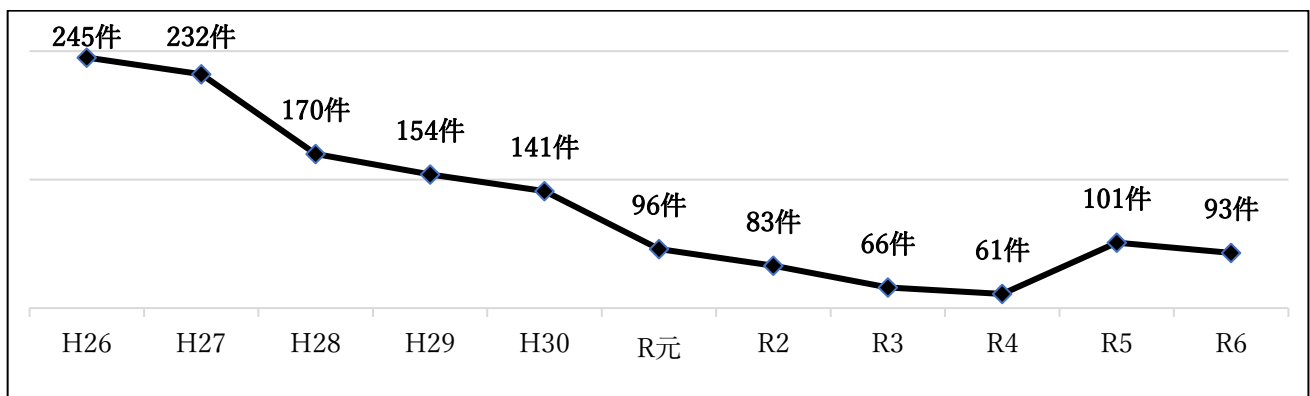


(6) 消費者金融に関する相談件数

消費者金融に関する相談件数は、貸金業法の改正(2006(平成 18)年 12 月 20 日公布)により、段階的に貸金業の規制が強化されたことなどにより減少しました。2019(令和元)年度から 2022(令和 4)年度までは、相談件数が 100 件を下回っていましたが、2023(令和 5)年度には 101 件と大幅に増加しました。また、2024(令和 6)年度は 93 件となっています。図 17

大規模な金融緩和政策を受けた低金利環境のもと、貸金業者の消費者向け貸付残高は 2016(平成 28)年以降、増加傾向にあります。エネルギー価格や物価など今後の経済・雇用情勢によっては更に相談件数が増加すること考えられます。

図 17 消費者金融に関する相談件数の推移(県消費生活センター)



(7) 国際的取引に関する相談件数

国際取引に関連した相談は、近年増加傾向にあります。2024(令和 6)年度は 245 件の相談件数がありました。2023(令和 4)年度以降は、200 件を超える相談があり、相談件数が高止まりの状態となっています。図 18

購入形態別相談件数では、通信販売に関する相談が 125 件(51.0%)と全体の半数以上を占めています。相談内容では、ネット通販で海外業者から購入した商品未着等のトラブルや、

海外電話番号からの不審な電話やSMSに関する相談のほか、突然パソコンに警告画面が表示され、電話をすると外国訛りの日本語でセキュリティサポート料を請求された、などの相談が寄せられています。表4

図18 国際的取引に関する相談件数の推移(県消費生活センター)

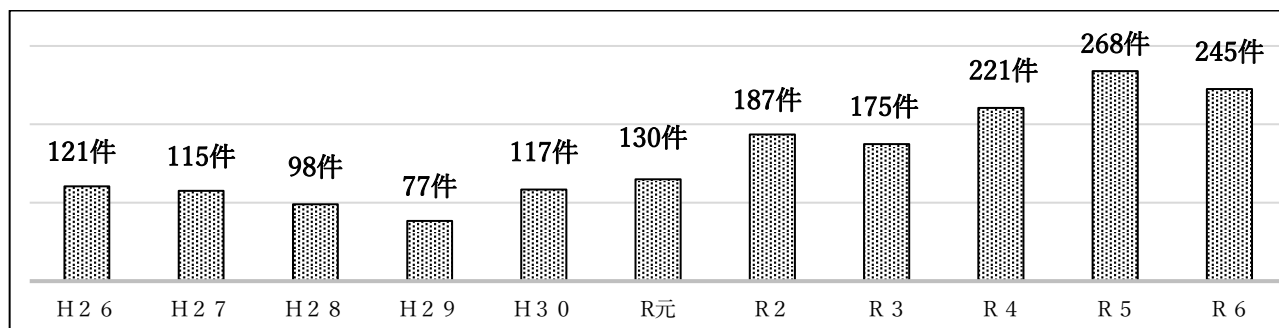


表4 国際的取引(R6年度)における購入形態別相談件数(県消費生活センター)

通信販売	125 件	51.0%
不明・無関係	86 件	35.1%
店舗購入	13 件	5.3%
電話勧誘販売	11 件	4.5%
マルチ・マルチまがい	5 件	2.1%
訪問販売	2 件	0.8%
ネガティブ・オプション	1 件	0.4%
訪問購入	1 件	0.4%
その他	1 件	0.4%
計	245	100%

(8) 能登半島地震関係の相談件数

2024(令和6)年1月1日、午後4時10分ごろ、石川県能登半島で最大震度7の揺れを観測する大地震が発生し、この地震に関連した相談が、令和5年度及び令和6年度で、合計124件寄せられました。販売購入形態では、訪問販売が44件(構成比35.5%)となりました。相談内容では、高額な屋根等の修理工事や無料点検等に関する相談のほか、保険金を利用して修理できると勧誘されたという相談等が寄せられています。

図19、表5、表6

図19 能登半島地震に関する相談件数(県消費生活センター)

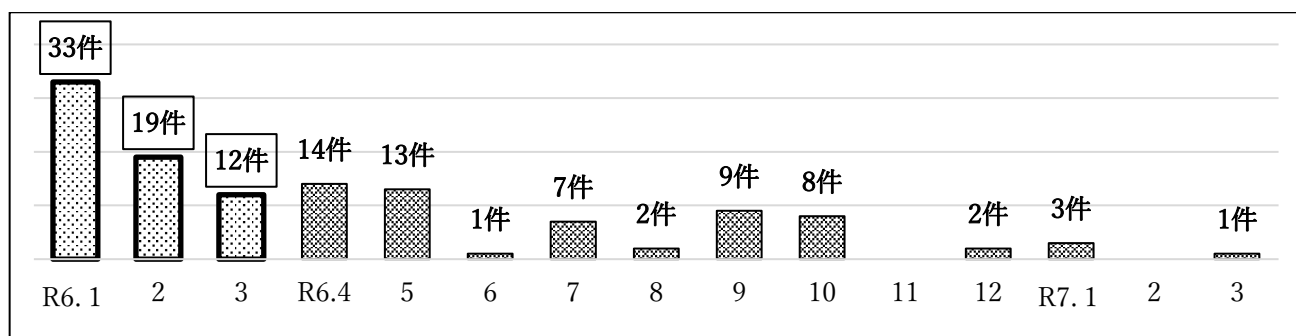


表 5 販売購入形態別・能登半島地震に関する相談件数(県消費生活センター)

	令和 5 年度	令和 6 年度	計	構成比
店舗購入	14 件	9 件	23 件	18.6%
訪問販売	20 件	24 件	44 件	35.5%
通信販売	1 件	4 件	5 件	4.0%
電話勧誘販売	3 件	1 件	4 件	3.2%
訪問購入	－	1 件	1 件	0.8%
その他無店舗販売	－	1 件	1 件	0.8%
不明・無関係	26 件	20 件	46 件	37.1%
計	64 件	60 件	124 件	100.0%

表 6 相談内容別・能登半島地震に関する相談件数(県消費生活センター)

相 談 内 容	令和 5 年度	令和 6 年度	計	構成比
工事・修理に関するもの（屋根等の高額な修理、粗雑な修理、無料点検）	21 件	16 件	37 件	29.8%
保険金利用に関するもの（保険金の申請サポート、保険金で修理できる）	6 件	8 件	14 件	11.3%
アパートに関するもの（損傷の修復責任、損傷による退去）	8 件	7 件	15 件	12.1%

3 消費者の意識・行動

県では、県民からの多様な意見や要望を踏まえた効果的な消費者施策の推進を図るために、暮らしのアンケート(消費生活に係る県民意識調査)を実施しました。調査結果の概要は次のとおりです。

【令和 6 年度実施の調査概要】

- ・調査名 暮らしのアンケート～消費生活に係る県民意識調査～
- ・調査期間 2024(令和 6)年 6 月 17 日～7 月 7 日
- ・調査対象者 富山県在住の満 18 歳以上の者
- ・調査方法 富山県公式 LINE で回答を収集
- ・回答数 1,908 件

(参考：平成 30 年度実施の調査概要)

- ・調査名 消費生活に係る県民意識調査
- ・調査期間 2018(平成 30)年 7 月 3 日～7 月 31 日
- ・調査対象者 富山県在住の満 18 歳以上の者
- ・調査方法 郵送法(標本数 3,000 人、層化 2 段無作為抽出法)
- ・回答数 1,565 件

(1) 消費者問題への関心度

消費者問題への関心度は、「どちらかといえば関心がある」(43.2%)が最も高く、次いで「関心がある」(40.2%)となっています。関心度が高い割合(「関心がある」+「どちらかといえば関心がある」)は83.4%となっています。前回調査(平成30年調査)と比較すると、19ポイント高くなっています。

図20 消費者問題への関心度

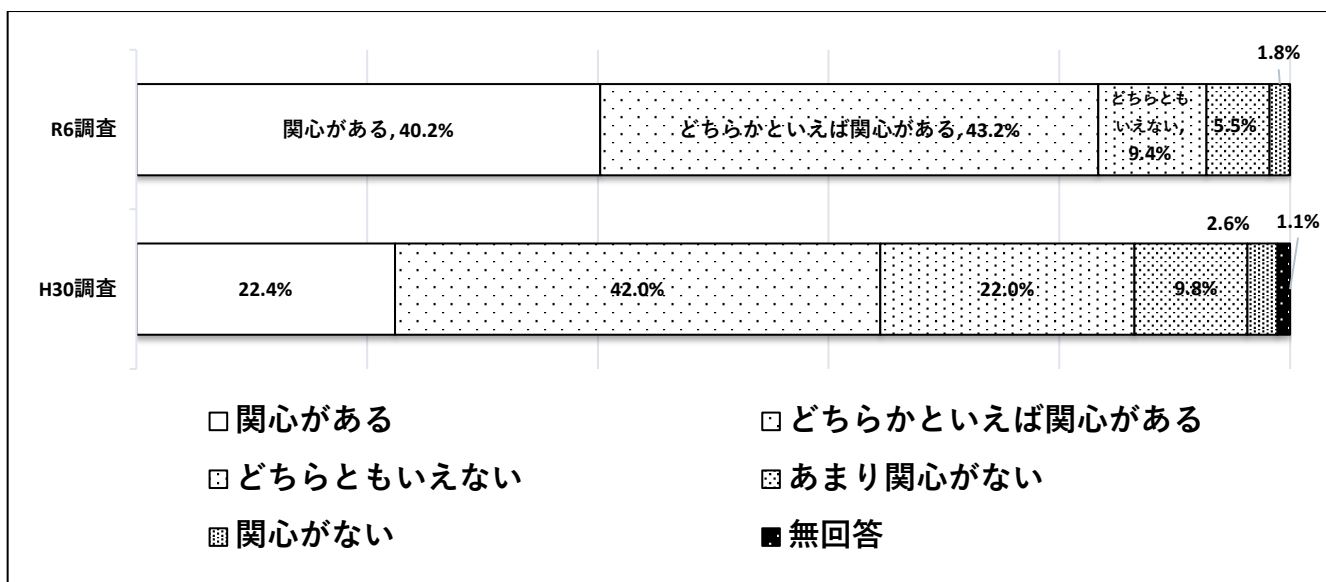
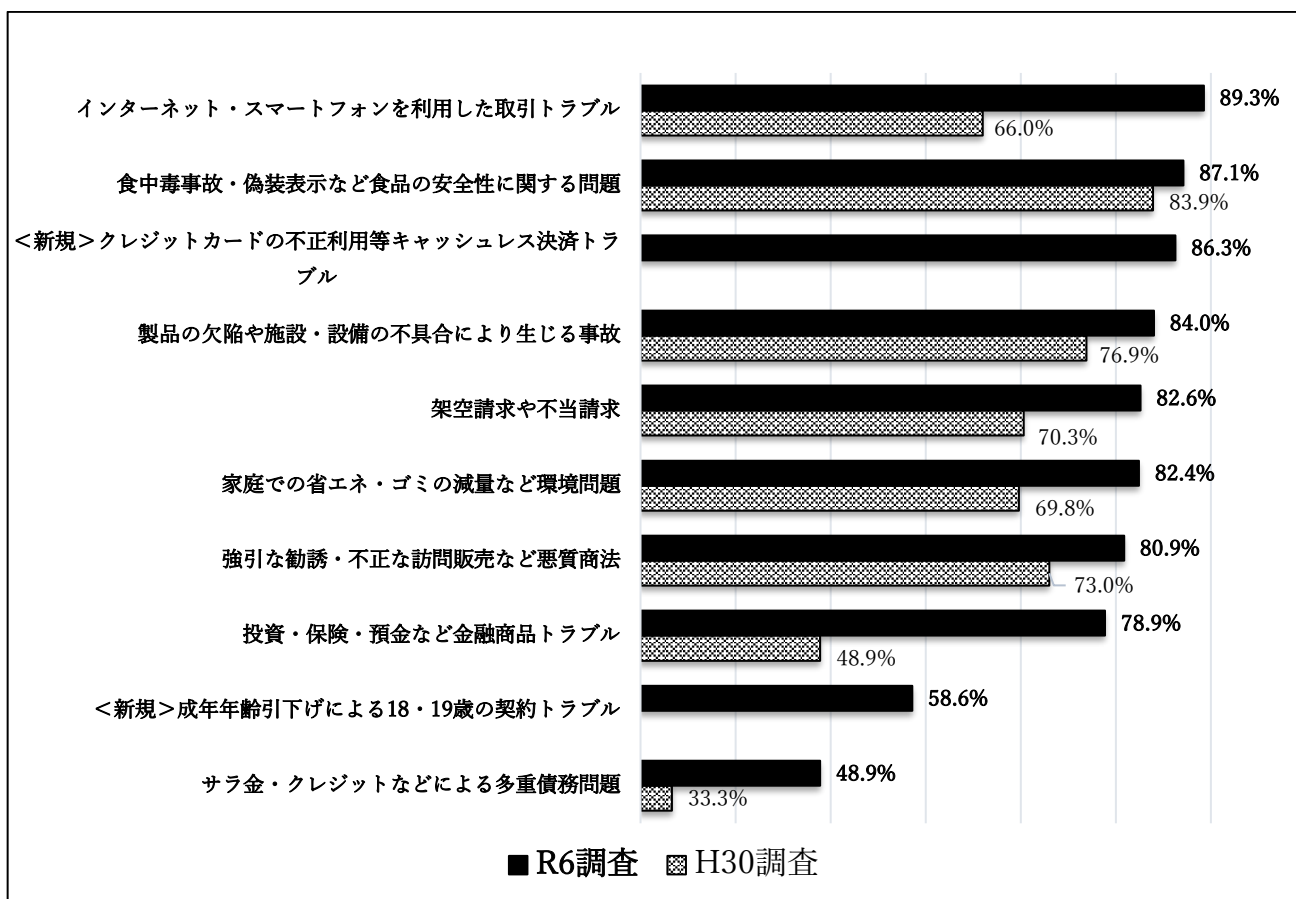


図21 個別の消費問題への関心度

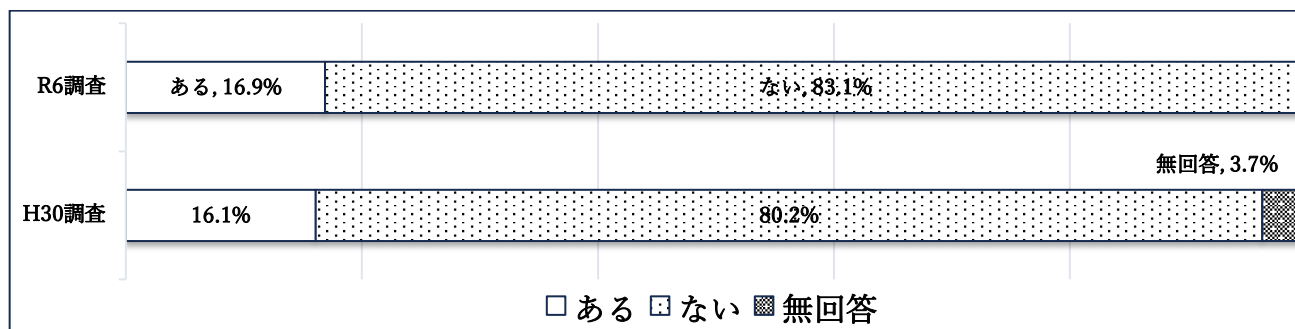


(2) 消費者トラブルへの対応

① 消費者トラブルの経験

過去1年間に購入した商品や利用したサービスについて不満がある、被害を受けたといった消費者トラブルの経験の有無について調査したところ、「(経験が)ある」が16.9%となっています。前回調査(平成30年調査)と比較すると「(経験が)ある」の割合が0.8ポイント増加しており、消費者トラブルに巻き込まれている人が若干ですが増加しました。

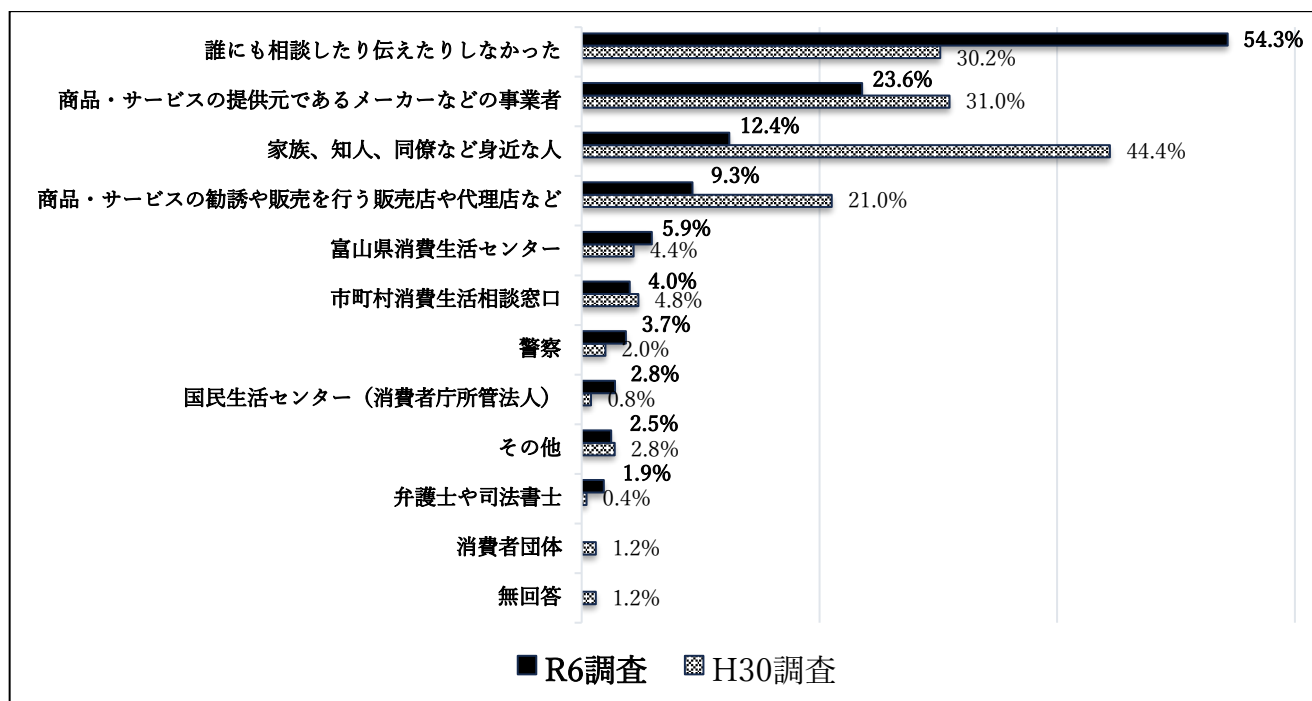
図22 消費者トラブルに遭った経験



② トラブル経験が「ある」の相談等相手

過去1年間に消費者トラブルの経験が「ある」と回答した人に、その際に、相談をした相手を調査したところ、「誰にも相談したり伝えたりしなかった」(54.3%)が最も高く、次が「商品・サービスの提供元であるメーカーなどの事業者」(23.6%)となっています。「誰にも相談したり、伝えたりしなかった」は、前回調査(平成30年調査)より24.1ポイント高くなっています。

図23 消費者トラブルに遭った際の相談相手

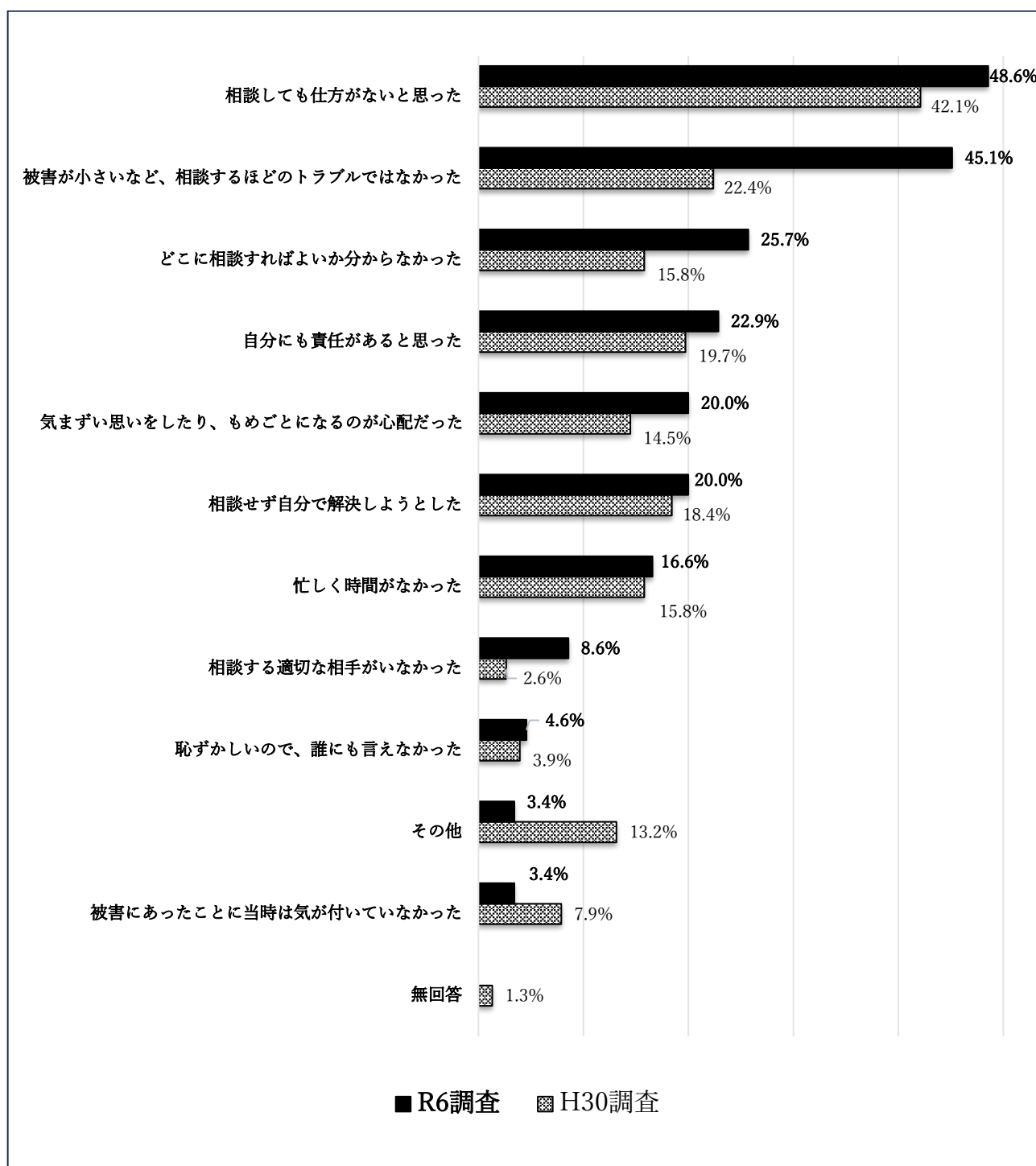


③「誰にも相談したり、伝えたりしなかった」の理由

「(被害を受けたが)誰にも相談したり、伝えたりしなかった」と回答した人に対し、その理由を調査したところ、「相談しても仕方がないと思った」(48.6%)が最も高く、次が「被害が小さいなど、相談するほどのトラブルではなかった」(45.1%)となっています。

今回調査の1位と2位は、前回調査(平成30年調査)と同じ結果となっています。また、今回調査3位の「どこに相談すればよいか分からなかった」(25.7%)は、前回調査(平成30年調査)より9.9ポイント高くなっています。

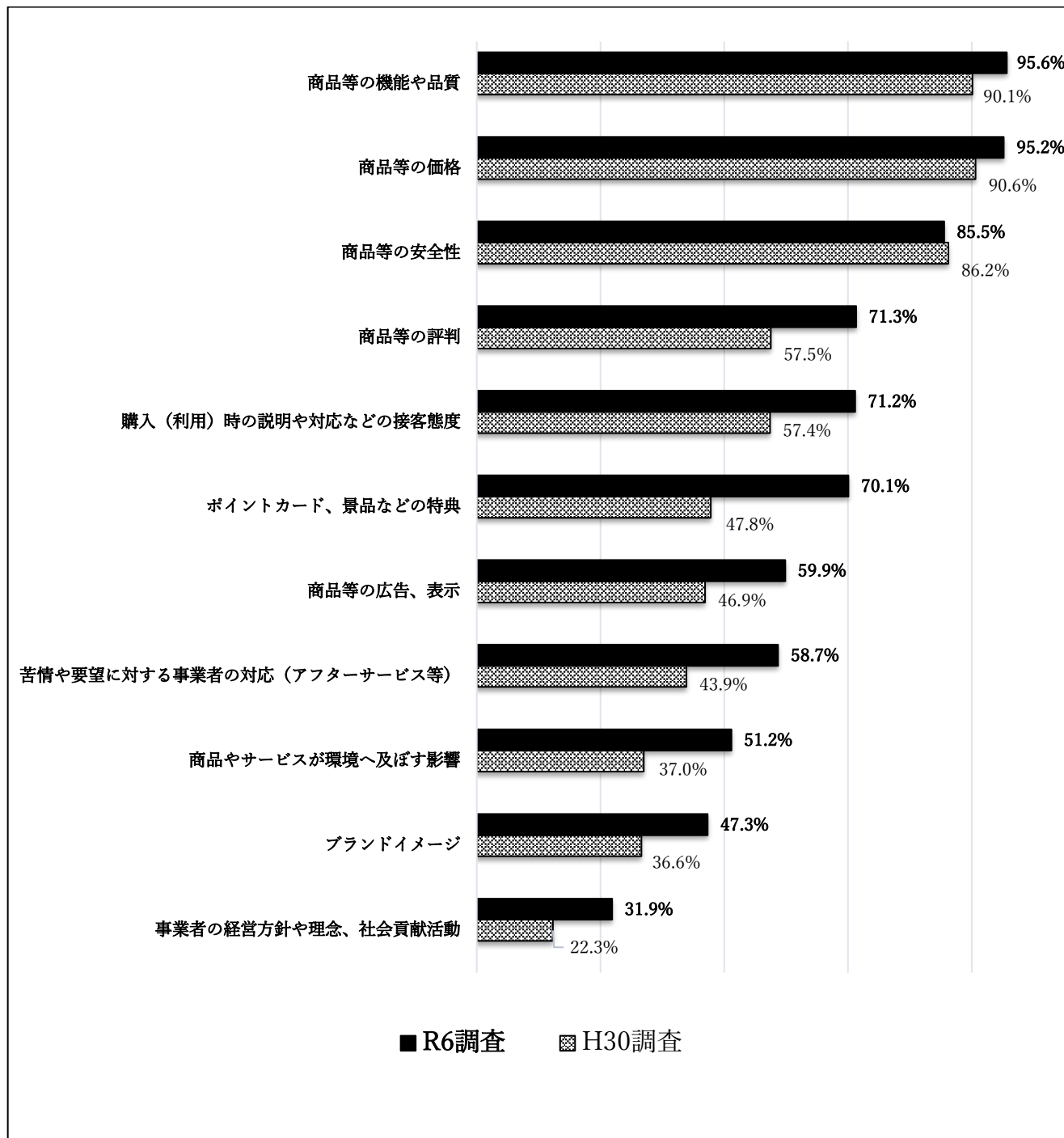
図24 誰にも相談しなかった理由



(3) 商品・サービスを選択(利用)する際の意識

商品やサービスを選ぶ際に、どのような項目を意識しているかについて調査したところ、意識度(「常に意識する」+「よく意識する」)が高い項目は、「商品等の機能や品質」(95.6%)、「商品等の価格」(95.2%)、「商品等の安全性」(85.5%)の3項目となっています。

図 25 商品やサービスを購入する際の意識

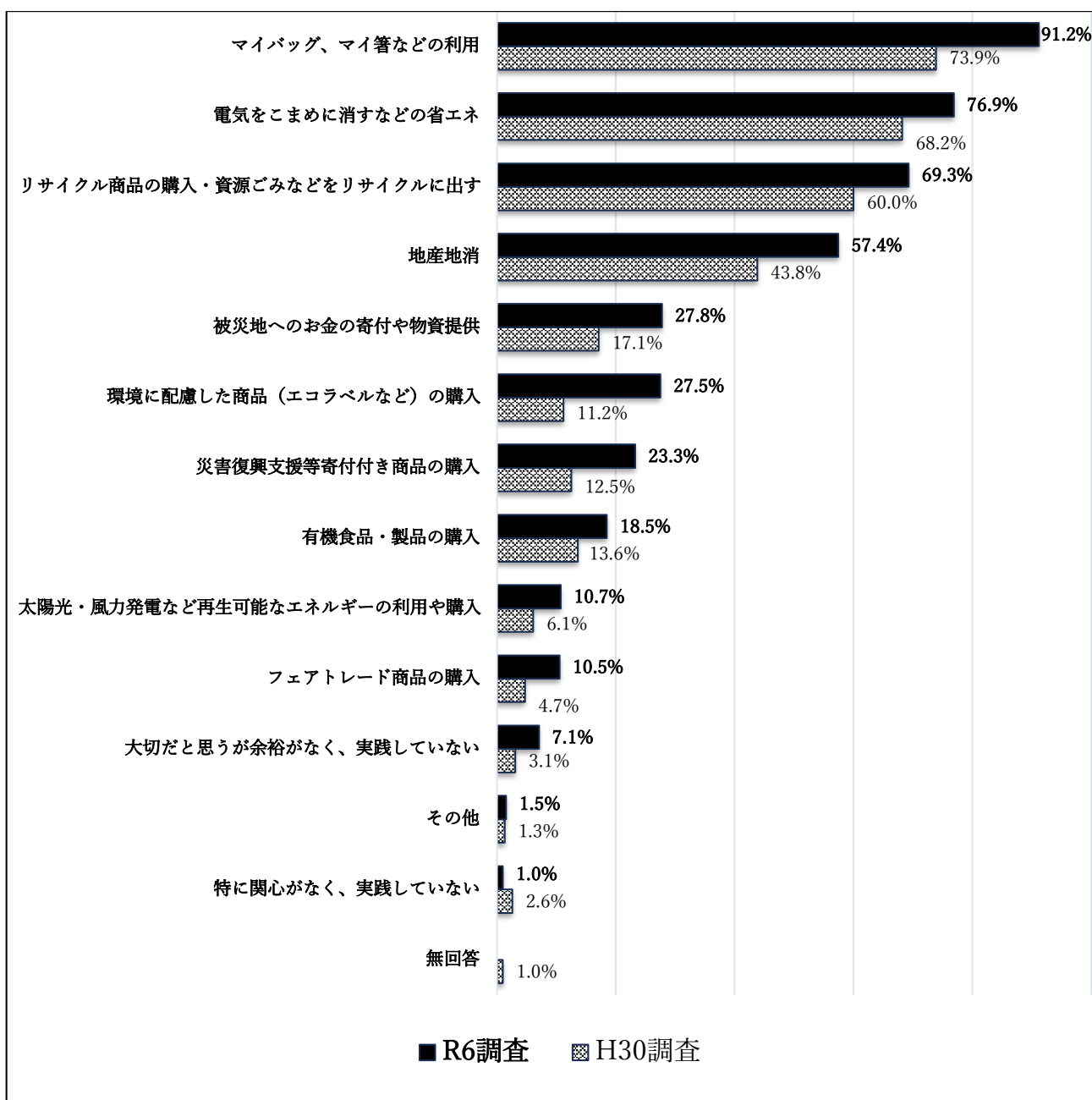


(4) エシカル(倫理的)消費について

人や社会、環境、地域などに配慮して実践している消費者行動について調査したところ、「マイバック、マイ箸などの利用」(91.2%)が最も高く、次が「電気をこまめに消すなどの省エネ」(76.9%)となっています。これは、前回調査(平成 30 年調査)と同じ順位です。

また、前回調査(平成 30 年調査)と比較すると、特に、「マイバッグ、マイ箸などの利用」が 17.3 ポイント、「環境に配慮した商品(エコラベルなど)の購入」が 16.3 ポイントと大きく増加しています。

図 26 人や環境に配慮して実践している消費者行動

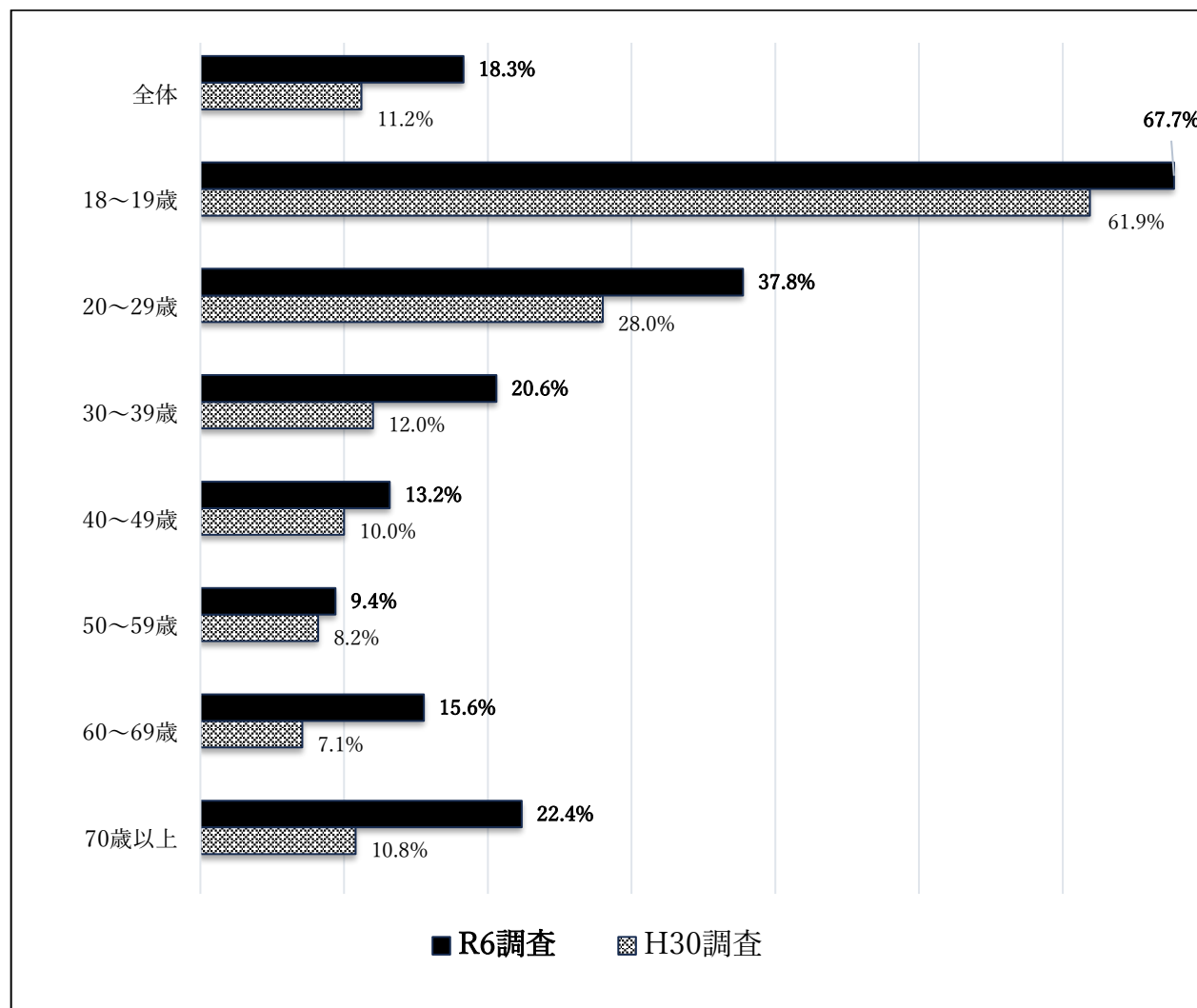


(5) 消費者教育に関すること

① 消費者教育を受けた経験

消費者教育(授業、講座、出前講座等)を受けた「経験がある」と回答した人は、全体での18.3%となっており、前回調査(平成30年調査)と比較すると7.1ポイント高くなっています。また、前回調査(平成30年調査)と比較すると、特に、「70歳以上」が11.6ポイント、「20～29歳」が9.8ポイントと大きく増加しています。

図27 消費者教育を受けたことのある割合

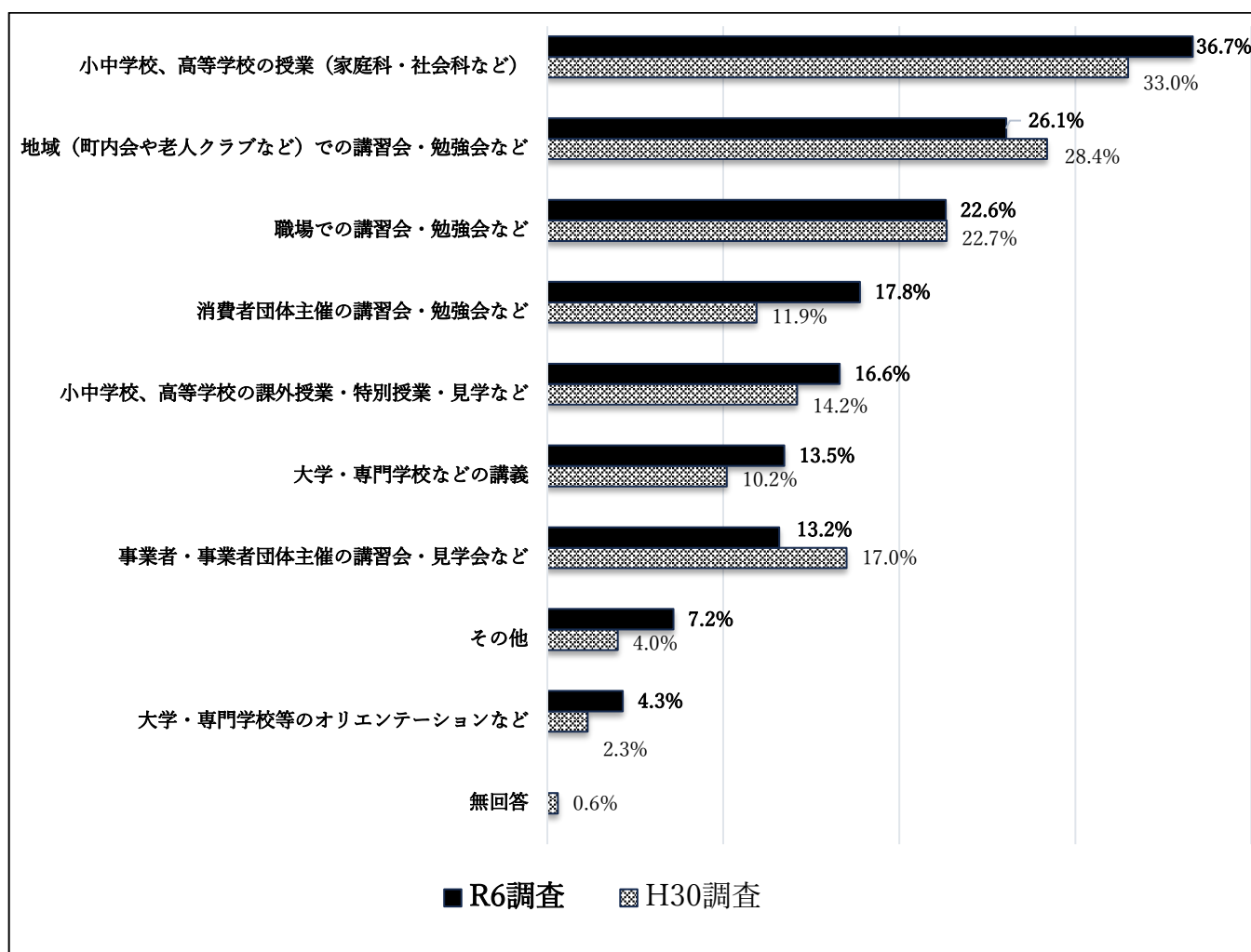


②消費者教育に参加した機会

「消費者教育を受けた経験がある」と回答した人が挙げた消費者教育の機会は、「小中学校、高等学校の授業(家庭科・社会科など)」(36.7%)が最も高く、次いで「地域(町内会や老人クラブなど)での講習会・勉強会など」(26.1%)となっています。

「小中学校、高等学校の授業(家庭科・社会科など)」が前回調査(平成 30 年調査)より 3.7 ポイント高くなっていますが、その一方、「地域(町内会や老人クラブなど)での講習会・勉強会など」は前回調査(平成 30 年調査)より 2.3 ポイント低くなっています。

図 28 消費者教育を受けた機会

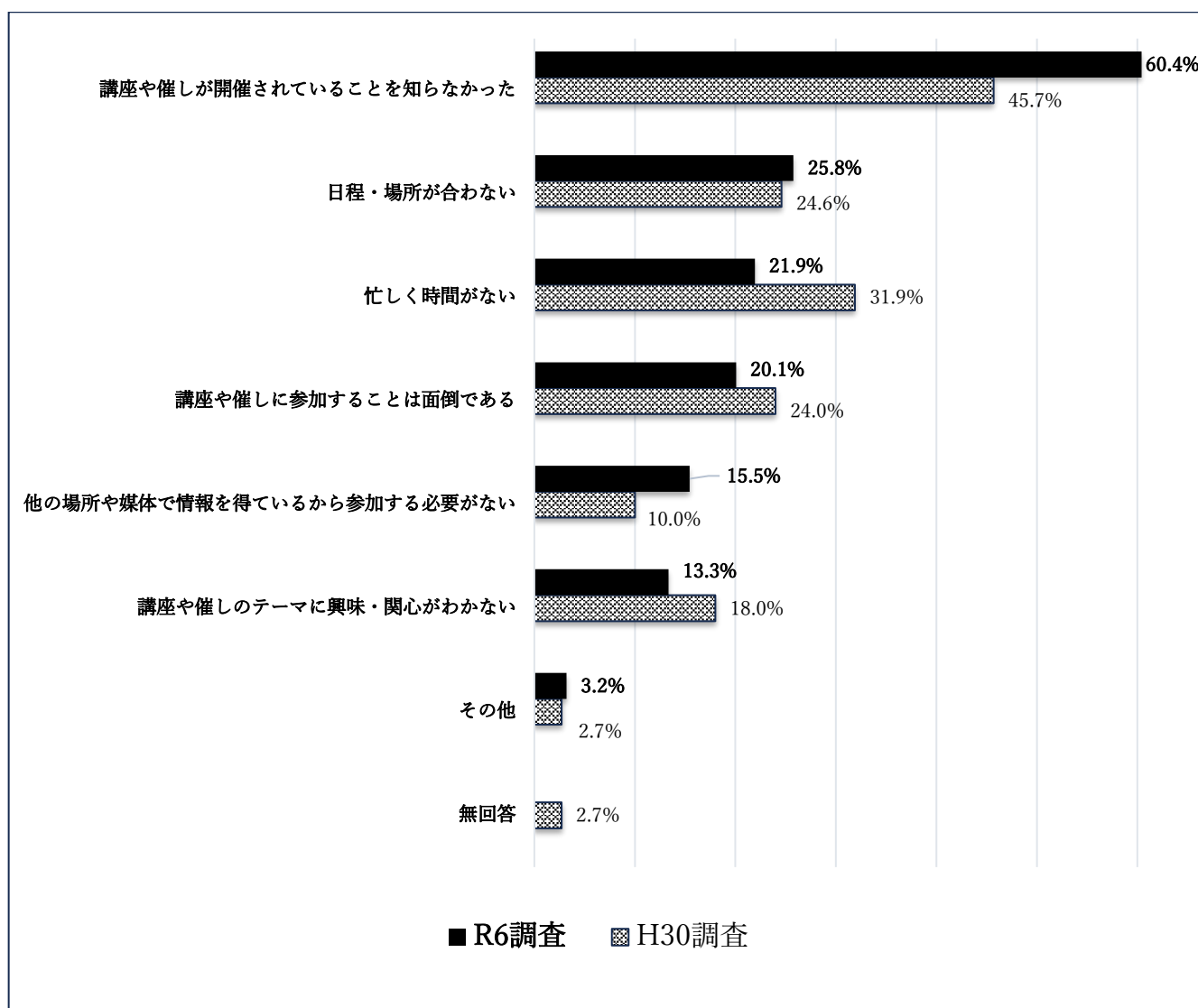


③消費者教育に参加したことがない理由

「消費者教育を受けたことがない」と回答した人に対し、消費者教育に参加したことがない理由について調査したところ、「講座や催しが開催されていることを知らなかった」(60.4%)が最も高く、次に「日程・場所が合わない」(25.8%)となっています。

「講座や催しが開催されていることを知らなかった」は、前回調査(平成 30 年調査)でも 1 位となっています。その一方、「忙しく時間がない」「講座や催しのテーマに興味・関心がない」「講座や催しに参加することは面倒である」と回答した人の割合は、前回調査(平成 30 年調査)より減少しています。

図 29 消費者教育に参加したことがない理由

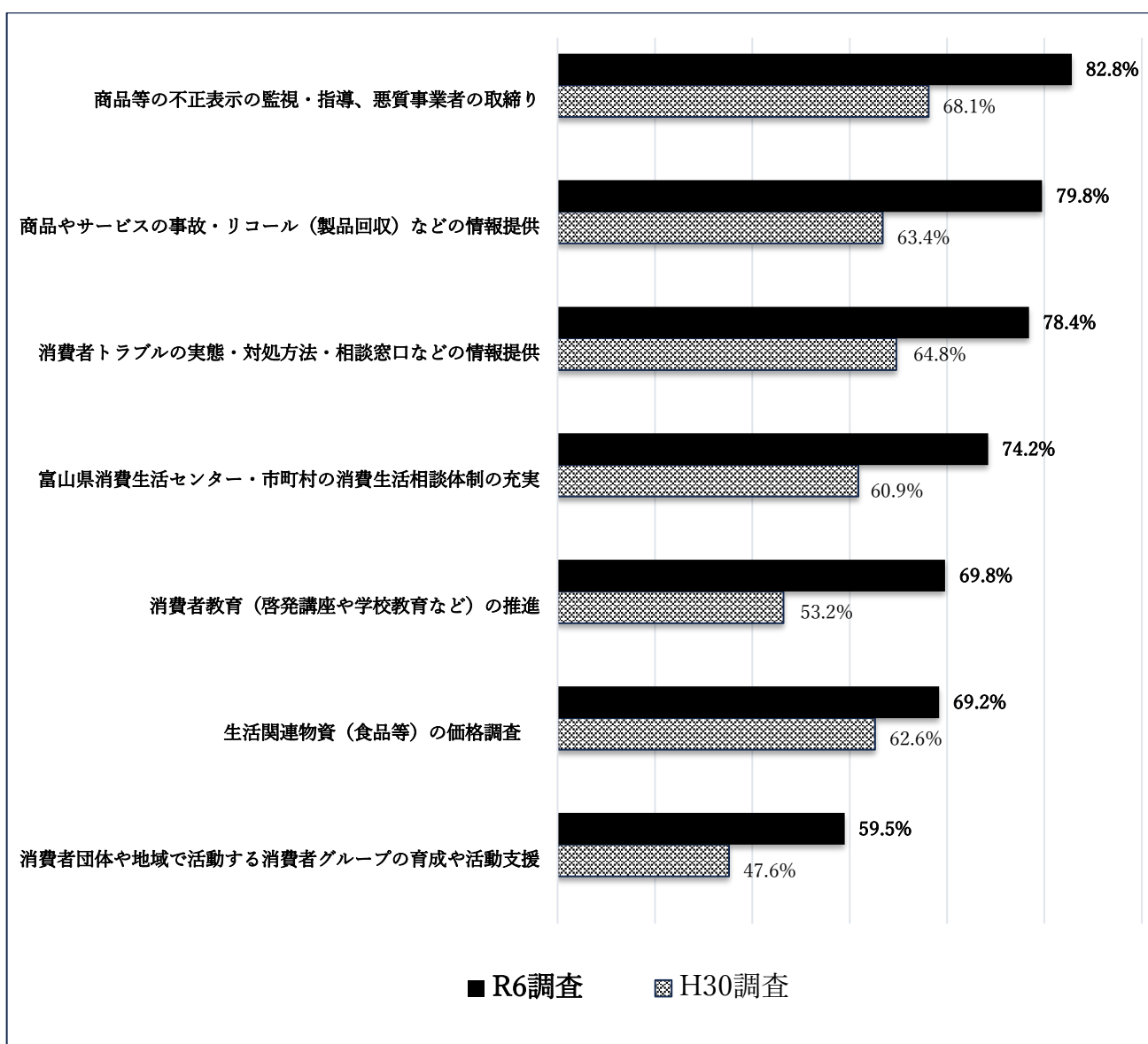


(6) 重要な行政の取組み

行政の取組みについて、どのような取組みが重要だと思うか調査したところ、「重要」「まあ重要」と回答した人の割合で最も高いのが、「商品等の不正表示の監視・指導、悪質事業者の取締り」(82.8%)が最も高く、次に「商品やサービスの事故・リコール(製品回収)などの情報提供」(79.8%)となっています。

また、前回調査(平成 30 年調査)と比較して、ほぼ全ての項目が 10 ポイント以上増加していますが、特に、「消費者教育(啓発講座や学校教育など)の推進」が 16.6 ポイント、「商品やサービスの事故・リコール(製品回収)などの情報提供」が 16.4 ポイントと大きく増加しています。

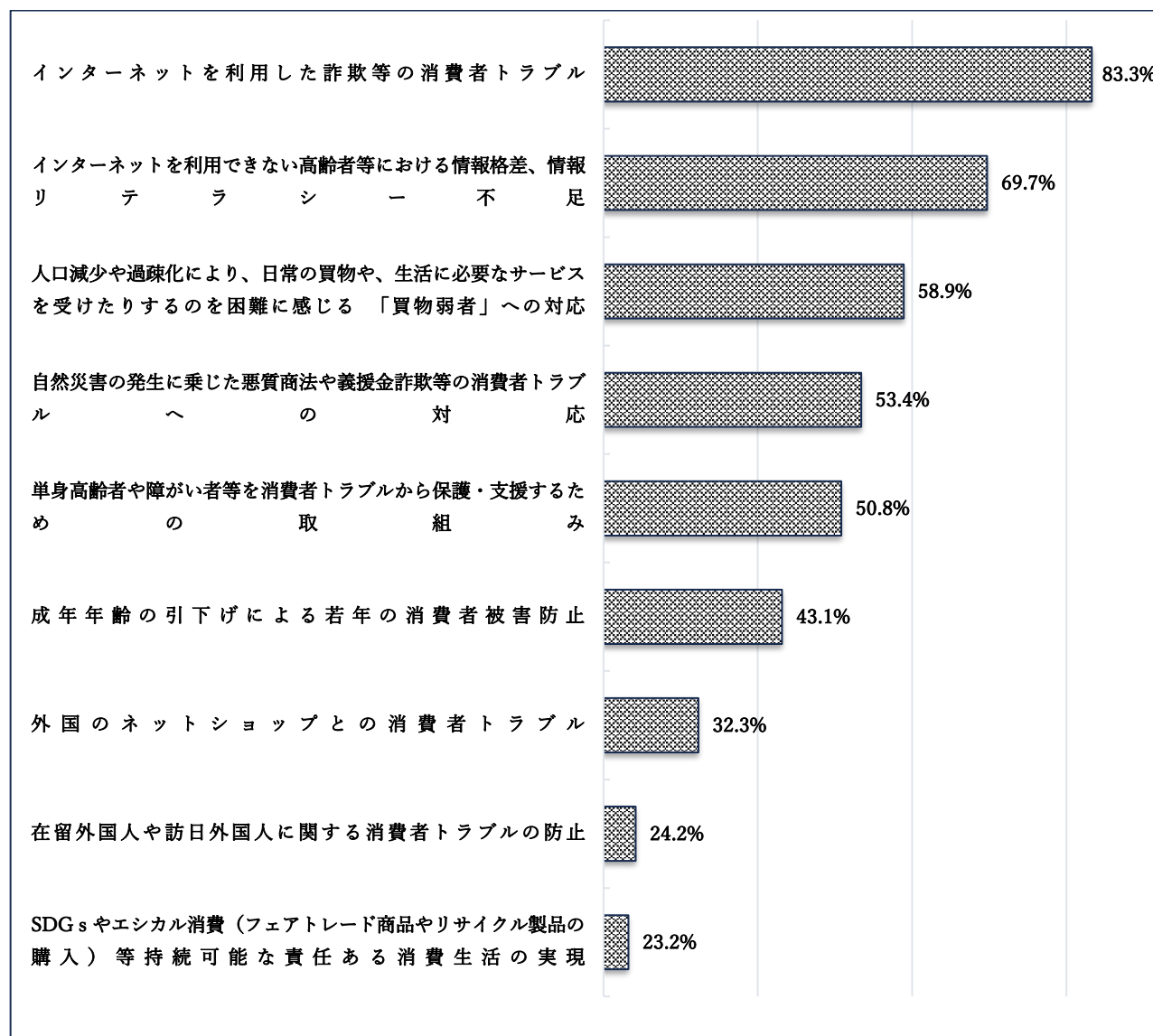
図 30 行政の取組み重要度



(7)新たな課題への対応

今後、どのような課題への対応が特に重要になると思うか調査したところ、「インターネットを利用した詐欺等の消費者トラブル」(83.3%)が最も高く、次に「インターネットを利用できない高齢者等における情報格差、情報リテラシー不足」(69.7%)となっています。

図 31 新たな課題への対応



4 今後の課題

本章「1 消費者を取り巻く環境の変化」、「2 消費生活相談の状況」及び「3 消費者の意識・行動」を踏まえ、今後の課題について、次のとおり整理を行いました。

- (1) 近年、相談件数は減少傾向にありますが、依然として、相談件数は高止まりの状態となっています。また、消費者トラブルに遭った者の割合は、前回調査(平成 30 年調査)の 16.1%から、今回の県民意識調査では 16.9%と、0.8 ポイント増加しました。商品、サービス、取引の安全・安心の推進への取組みが重要です。
- (2) 特殊詐欺及び SNS 型投資・ロマンス詐欺の被害は年々増加しており、特に、60 歳以上の方が被害に遭うケースが多くなっています。今後、県内の高齢化は進み、令和 22 年には 65 歳以上人口の割合が約 4 割になると予想されています。県民が被害に遭わないよう、効果的な情報収集・発信を行うとともに、相談体制の充実が必要です。
- (3) 全世代でインターネット通販が利用されていますが、その一方で、1 割以上の方が、トラブルを経験しています。インターネット取引での被害に遭わないために、デジタル社会¹²等に対応した消費者教育を推進していく必要があります。
- (4) 民法の成年年齢 18 歳への引下げを踏まえ、新成人が悪質商法の新たなターゲットとなることを防ぐため、在学中に成年となる高校生など若年層への消費者教育の充実・強化が必要です。
- (5) 環境等を考慮して商品を購入する人の割合は、前回調査(平成 30 年調査)の 37.0%から、今回の県民意識調査では 51.2%と、14.2 ポイント上昇しましたが、年齢別に見ると、18 歳から 29 歳の若者世代における取組みが低調な結果となっています。人や社会、環境、地域などに配慮した消費行動の推進への取組みが重要です。
- (6) 今回の県民意識調査では、およそ 7 割以上の方が、「インターネットによる消費者トラブル」、「高齢者等の情報格差・情報リテラシー不足」を新たな課題への取組みとして期待しています。こうした新たな課題への取組みが求められています。

¹² 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

第3章 計画の基本理念・基本方針・施策の内容

1 基本理念

消費生活条例の基本理念である「消費者の権利の尊重」「消費者の自立の支援」を図り、「消費者がウェルビーイング¹³を実感できる社会の実現」を目指します。

2 基本方針

基本理念の実現に向けて、3つの基本方針を掲げ、施策を推進します。

基本方針1 消費生活における安全・安心の確保

消費生活における安全・安心の確保は、消費者の生命や身体に関わる非常に重要な課題です。このため、商品等による危害の防止をはじめとする商品、サービス、取引の安全・安心の確保に向けて、事業者への適正な指導・法執行を行います。また、商品やサービスに関する正確な情報を収集し、消費者への周知等を行うとともに、消費生活相談体制の充実を図ります。

基本方針2 消費者教育の推進と人材(担い手)育成

消費者を取り巻く環境が多様化・複雑化した現代社会においては、「被害にあわない、合理的意思決定ができる自立した消費者」や「自らの消費行動が社会経済情勢や地球環境に影響を与えることを自覚して行動できる消費者」の育成が必要です。ライフステージに応じた様々な場における消費者教育を推進するとともに消費者教育を担う人材(担い手)の育成を図ります。

基本方針3 連携・協働による持続可能な社会の実現

持続可能な社会の実現のためには、消費者一人ひとりが、人や社会、環境、地域などに配慮した消費行動を実践することが不可欠です。他方で、消費者がより良い消費活動を行うためには、消費者と事業者との連携・協働が重要です。全ての関係者が協力して、社会的責任を果たしながら持続可能な未来を築きます。

¹³ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

3 施策の体系(一覧表)

()内に該当ページを記載

基本方針1 消費生活における安全・安心の確保

(1) 商品、サービス、取引の安全・安心

① 商品、サービス、取引の安全・安心の推進

- ア：商品等による危害の防止(30P) / イ：悪質商法等による被害の防止(30P)
- ウ：商品等の規格・表示等の適正化(31P) / エ：特殊詐欺等による被害の防止(31P)
- オ：機能性表示食品等を含む食の安全(31P)

② 事業者に対する適正な指導・法執行、苦情処理・紛争解決の促進

- ア：法令等に基づく調査体制の強化と事業者指導・法執行(34P)
- イ：解決困難な事案に係るあっせん又は調停等の実施(37P)

③ 生活関連物資の確保

- ア：地震等緊急時における生活関連物資の供給要請(37P)
- イ：高齢者・障害者等いわゆる買物弱者への対応(38P)

(2) 効果的な情報収集・発信

① 消費者被害情報の収集と積極的な情報発信

- ア：商品・サービスの安全性に関する情報提供(39P)
- イ：特殊詐欺等被害防止に関する情報提供(40P)
- ウ：不当な取引行為(契約の勧誘、契約の締結、契約の内容、債務の履行、契約の解除、与信契約に関する不当な行為、インターネット取引に係るトラブル等)に関する情報発信(41P)
- エ：生活関連物資安定供給のための価格等情報提供(41P)

② 地震等緊急時における必要な情報発信

- ア：地震等緊急時における正確な情報発信(42P)
- イ：地震等緊急時に乗じた消費者トラブルへの対応(42P)

(3) 相談体制の充実と市町村・関係機関との連携強化

① 相談体制の充実

- ア：消費生活相談体制の充実強化(44P) / イ：消費生活相談窓口の積極的な広報(44P)
- ウ：相談を担う人材の確保及び資質向上(44P) / エ：消費生活相談のデジタル化(46P)
- オ：多言語化など外国人向け対応の強化(46P)

② 市町村・関係機関との連携強化

- ア：市町村との連携及び市町村相談体制の支援(48P)
- イ：消費者団体及び福祉団体等との連携(48P)
- ウ：弁護士会・司法書士会等の専門機関との連携(49P)
- エ：特殊詐欺等被害防止のための警察等関係機関との連携強化(50P)
- オ：消費者団体の活動の促進(51P)
- カ：地域の見守りネットワーク構築(消費者安全確保地域協議会設置)の促進(51P)
- キ：多重債務対策(52P)

基本方針２ 消費者教育の推進と人材(担い手)育成

(1) ライフステージに応じた様々な場における消費者教育

① 学校等における消費者教育の推進

- ア：学習指導要領に基づいた消費生活に係る学習の実践(54P)
- イ：成年年齢引下げに対応した消費者教育の推進(54P)
- ウ：弁護士等による消費生活出前講座の実施(55P)
- エ：教育担当部署と消費者行政担当部署との連携強化(55P)
- オ：消費者教育コーディネーターの配置・活用(56P)

② 地域社会、家庭、職域における消費者教育の推進

- ア：ライフステージに応じた出前講座の実施(57P)
- イ：高齢者及び障害者等要支援者への消費者教育の実施(58P)
- ウ：職域における消費者教育の推進(58P)
- エ：インターネットを活用した広報・情報提供の充実(58P)
- オ：消費者教育を実施する関係機関との連携(59P)

(2) 消費者教育の人材(担い手)の育成・活用

① 地域人材の育成・活用

- ア：消費者教育を担う人材育成(60P)
- イ：消費者教育を行う団体及びグループへの支援(61P)

② 小・中・高・特別支援学校等の教職員の指導力向上のための教育支援

- ア：教職員向け研修会の開催(62P) / イ：実践事例及び消費者教育情報の提供(62P)
- ウ：消費者教育に用いる実用的な教材の作成・提供(62P)

(3) デジタル社会等新たな課題に対応した消費者教育の推進

① 消費行動におけるデジタルリテラシー(活用能力)の向上

- ア：学校等におけるデジタルリテラシーの向上(63P)
- イ：地域等におけるデジタルリテラシーの向上(64P)
- ウ：高齢者におけるデジタルリテラシーの向上(64P)

② 金融経済教育の推進

- ア：学校における金融経済教育の実施(65P) / イ：金融知識の普及啓発(65P)
- ウ：金融トラブルの実情や対策についての普及啓発(65P)

基本方針３ 連携・協働による持続可能な社会の実現

① 人や社会、環境、地域などに配慮した消費行動の推進

- ア：エシカル消費の実践につながる普及啓発(66P)
- イ：食品ロス・食品廃棄物削減、フードドライブ、地産地消、3R(リデュース・リユース・リサイクル)によるごみの削減(67P)

② 事業者との連携・協働

- ア：事業系食品ロスの削減(70P) / イ：環境保全への配慮(70P)
- ウ：消費者志向経営の普及啓発(71P) / エ：カスタマーハラスメントについて(71P)

③ 消費者団体との連携・協働

- SDGs やエシカル消費に取り組む消費者団体の活動の支援(72P)

4 施策の内容

基本方針 1 消費生活における安全・安心の確保

(1) 商品、サービス、取引の安全・安心

① 商品、サービス、取引の安全・安心の推進

【施策の方向性】

(ア 商品等による危害の防止)

県民が安心して商品やサービスを利用できるよう、危険が疑われる商品について、安全性の確認を行います。また、事業者が提供する商品やサービスが消費者の生命や身体、財産に危害を及ぼすおそれがあると判断された場合、必要な試験や検査、調査を実施し、安全性を確保します。

(イ 悪質商法等による被害の防止)

判断力が低下している高齢者等を狙った悪質商法や巧妙な手口による詐欺被害の未然防止のため、被害状況の迅速かつ適切な把握を行うとともに、消費生活出前講座や悪質商法への対処方法などの啓発を推進します。また、消費者と事業者との間で特にトラブルになることが多い、訪問販売、通信販売、電話勧誘販売などの取引において、消費者が安心して商品やサービスの提供を受けることができるようにするため、特定商取引に関する法律等に基づく指導・処分を行います。

(ウ 商品等の規格・表示等の適正化)

商品の効能効果、品質、価格等に関し、消費者に誤認を与えるような虚偽又は誇大な表示を行うことは、不当景品類及び不当表示防止法により禁止されています。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、不当景品類及び不当表示防止法に基づく指導・処分を行います。

(エ 特殊詐欺等による被害の防止)

オレオレ詐欺や架空料金請求詐欺など被害者の心理的動揺等に乗じてだます特殊詐欺や、SNS 等を通じて交信を重ねるなどして信用させてだます SNS 型投資・ロマンス詐欺による被害を防止するため、警察と連携した様々な取組みを行います。また SNS 等を活用し、最新の特殊詐欺等の手口や被害事例を発信するほか、自治会などへ出向き、高齢者の方々を中心に、詐欺の手口や対策についてわかりやすく説明する防犯教室を実施します。

(オ 機能性表示食品等を含む食の安全)

「機能性表示食品」として販売されていた紅麹を使ったサプリメントによる健康被害が社

会問題となりました。また、食品の安全性について、SNS 等ネット媒体の普及により様々な情報が流通するようになり、その中には科学的根拠が乏しく正確ではない情報も含まれています。誤った情報に基づく誤解や風評がまん延することを防ぐため、食品安全に関するリテラシーの向上を図るとともに、事業者に対し監視指導を実施します。

【具体的施策】

ア 商品等による危害の防止

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
1	商品テストの実施	商品等が消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼすおそれのある商品等であると疑われる場合は、当該商品等の安全性について、必要な試験、検査又は調査を実施します。	消費生活センター
2	製品の安全確保	家庭用品品質表示法、電気用品安全法、消費生活用製品安全法に基づき、消費者に危害を及ぼすおそれのある消費生活用製品等の流通を防止するため、報告の徴収、店舗等への立入検査を行います。なお、これらの権限は、富山県知事の権限に属する事務の処理の特例に関する条例により、市町村に移譲されていることから、権限移譲市町村が、立入検査を円滑に実施できるよう必要に応じて技術的助言を行います。	県民生活課
3	家庭用品の安全対策	家庭用品試買検査を実施し、有害物質を含有する家庭用品による健康被害を防止します。	生活衛生課

イ 悪質商法等による被害の防止

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
4	悪質商法による被害防止のための広報・啓発	悪質商法の手口や被害防止対策を、県ホームページ、情報誌「くらしの情報とやま」、「くらしの安心情報（電子メール）」、県公式 SNS、テレビやラジオ、新聞等により積極的に情報発信するほか、地域住民等を対象とした消費生活出前講座を実施します。	県民生活課・消費生活センター
5	特定商取引に関する法律等に基づく指導・処分	訪問販売等に係る商取引の適正化を図るため、不適正な取引の疑いのある事業者に対し、特定商取引に関する法律や消費生活条例に基づく、立入調査、指導・勧告、処分を実施します。	県民生活課

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
6	割賦販売法に基づく指導・処分	割賦販売等に係る取引の公正の確保及び消費者利益の保護を図るため、割賦販売法に基づき、冠婚葬祭互助会等の前払式事業者に対して、立入検査、指導、処分を実施します。	県民生活課

ウ 商品等の規格・表示等の適正化

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
7	不当景品類及び不当表示防止法等に基づく指導・処分	商品・サービス等の品質や価格等について、実際のものよりも著しく優良、又は有利と見せかける表示を行った事業者や関係団体に対し、不当景品類及び不当表示防止法に基づく、立入調査、指導・勧告、措置命令を実施します。	県民生活課

エ 特殊詐欺等による被害の防止

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
8	特殊詐欺被害ゼロ地区運動の推進	地域の安全なまちづくり推進センター等を拠点とする「特殊詐欺被害ゼロ地区運動」による特殊詐欺撲滅の県民運動を推進します。	生活安全企画課
9	特殊詐欺等被害に係る防犯教室の実施	特殊詐欺等被害を未然に防止するため、だまされんちゃ通信による情報発信、安全情報ネットによる注意喚起メールの配信、特殊詐欺被害防止ソング「だまされんちゃ！」及びだまされんちゃ！体操による啓発、地域における防犯教室を実施します。	生活安全企画課

オ 機能性表示食品等を含む食の安全

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
10	健康食品等の表示指導	消費者が個々の食生活の状況に応じた適切な食品選択ができるよう、消費者への健康教育の充実・強化を図るとともに、食品表示法・健康増進法等に基づく表示を行う食品取扱事業者への指導体制の整備を図ります。	健康課・生活衛生課・農産食品課

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
11	食品の安全安心の推進	食品の安全の確保を図るため、地域の実情等を踏まえた「食品衛生監視指導計画」を毎年度作成し、食品等事業者への効果的な監視指導を行うとともに、食品に含まれる添加物、残留農薬、遺伝子組換え食品、アレルギー物質等の検査を行い、違反食品等の排除に努めます。	生活衛生課
12	健康食品に関する健康被害の未然防止	いわゆる健康食品の営業者に対して、食品衛生法に基づく衛生管理計画の作成と遵守が行われているか監視指導を行います。また、健康食品に関する健康被害情報は国や関係自治体と速やかに共有し、当該健康食品への必要な措置や県民への啓発広報を行い、健康食品による健康被害が拡大しないよう努めます。	生活衛生課
13	BSE スクリーニング検査 ¹⁴ の実施	食肉検査所において、原因不明の行動異常又は神経症状を呈する牛を対象とした BSE スクリーニング検査を実施します。	生活衛生課
14	農薬の管理を含めた総合的な自主管理体制の取組み	消費者等に信頼される安全な農産物を供給するため、事故の発生を未然に防止することを基本とした「とやま G A P ¹⁵ (農業生産工程管理)」の取組みを通じた安全な農産物の生産拡大を図り、流通・加工・販売の各段階における農産物の安全性や品質を確保するための取組みを推進します。	農業技術課
15	農薬の適正使用と危害防止	安全で安心な農産物を供給するため、農薬取締法に基づき、農薬販売店等への立入検査を実施します。	農業技術課
16	家畜伝染病予防事業	安全・安心な畜産物の生産・供給のために、家畜伝染病予防法に基づき、家畜の伝染病の発生予防及びまん延防止を図るため、検査・予防接種等を実施します。	農業技術課
17	畜産物安全性確保対策事業	家畜伝染病の監視体制の整備、各種検査・調査及び衛生指導を行い、衛生技術の向上等を通じて安全な畜産物の供給を図ります。	農産食品課

¹⁴ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

¹⁵ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

カ その他

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
18	計量に係る立入検査事業	適正な計量の確保を目的として、特定計量器を使用している事業所、計量販売を行う店舗及び計量関係事業者へ立入検査を実施し、消費生活の安全を守ります。	計量検定所
19	民間賃貸住宅への入居支援	住宅セーフティネット法に基づき、住宅確保要配慮者の入居を拒まない住宅の登録や居住支援法人の指定を実施します。	建築住宅課
20	消費者における保安意識の啓発	消費者に対し、適切な器具の取扱いやガス漏れ防止等安全対策について周知し、災害時の対応について、消費者の保安意識の啓発を実施します。	消防課
21	ヤミ金融撲滅に向けた取締り等	ヤミ金融に対する取締りを実施します。また、悪質商法等による被害防止対策を推進します。	生活安全企画課
22	食品表示の適正化に向けた取締り	食品の衛生関係事犯や産地等偽装表示事犯等に対する取締りを実施します。	生活安全企画課

②事業者に対する適正な指導・法執行、苦情処理・紛争解決の促進

【施策の方向性】

(ア 法令等に基づく調査体制の強化と事業者指導・法執行)

消費者が安心して商品やサービスを利用できるよう、関係法令に基づき、立入検査や行政指導等を実施します。

(イ 解決困難な事案に係るあっせん又は調停等の実施)

消費者トラブルに対して、自主交渉への助言、あっせん等の支援を実施し、解決が難しい場合は富山県苦情処理委員会や国民生活センター紛争解決委員会への付託等を行い、早期解決を図ります。

【具体的施策】

ア 法令等に基づく調査体制の強化と事業者指導・法執行

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
23	製品の安全確保【再掲】	家庭用品品質表示法、電気用品安全法、消費生活用製品安全法に基づき、消費者に危害を及ぼすおそれのある消費生活用製品等の流通を防止するため、報告の徴収、店舗等への立入検査を行います。なお、これらの権限は、富山県知事の権限に属する事務の処理の特例に関する条例により、市町村に移譲されていることから、権限移譲市町村が、立入検査を円滑に実施できるよう必要に応じて技術的助言を行います。	県民生活課
24	特定商取引に関する法律等に基づく指導・処分【再掲】	訪問販売等に係る商取引の適正化を図るため、不適正な取引の疑いのある事業者に対し、特定商取引に関する法律や消費生活条例に基づく、立入調査、指導・勧告、処分を実施します。	県民生活課
25	割賦販売法に基づく指導・処分【再掲】	割賦販売等に係る取引の公正の確保及び消費者利益の保護を図るため、割賦販売法に基づき、冠婚葬祭互助会等の前払式事業者に対して、立入検査、指導、処分を実施します。	県民生活課
26	不当景品類及び不当表示防止法等に基づく指導・処分【再掲】	商品・サービス等の品質や価格等について、実際のものよりも著しく優良、又は有利と見せかける表示を行った事業者や関係団体に対し、不当景品類及び不当表示防止法に基づく、立入調査、指導・勧告、措置命令を実施します。	県民生活課
27	福祉サービス第三者評価制度	社会福祉法人に対する指導監査を実施するとともに、福祉サービスの第三者評価結果の適切な情報公開を実施します。	厚生企画課・高齢福祉課・こども家庭室・障害福祉課
28	児童福祉施設の運営指導	保育所、認定こども園、助産施設、母子生活支援施設の設備・運営基準等の遵守状況を確認し、必要な助言、指導等を行います。	こども家庭室
29	認可外保育施設の運営指導	認可外保育施設等への立入調査等を実施することにより、施設の構造・設備及び運営について調査し、必要な助言、指導等を行います。	こども家庭室
30	安全で安心な医療の提供	医療監視等を通して、各病院等において、医療安全管理体制が適切に整備され、それらの機能が十分に発揮されるよう個別具体的な指導を行います。	医務課

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
31	健康食品等の表示指導 【再掲】	消費者が個々の食生活の状況に応じた適切な食品選択ができるよう、消費者への健康教育の充実・強化を図るとともに、食品表示法・健康増進法等に基づく表示を行う食品取扱事業者への指導体制の整備を図ります。	健康課・生活衛生課・農産食品課
32	環境衛生施設の監視指導	理美容所やクリーニング所、公衆浴場等環境衛生施設の監視・指導を実施します。	生活衛生課
33	食品の安全安心の推進 【再掲】	食品の安全の確保を図るため、地域の実情等を踏まえた「食品衛生監視指導計画」を毎年度作成し、食品等事業者への効果的な監視指導を行うとともに、食品に含まれる添加物、残留農薬、遺伝子組換え食品、アレルギー物質等の検査を行い、違反食品等の排除に努めます。	生活衛生課
34	夏期・年末食品一斉監視指導	夏期及び年末において、食品営業施設の衛生管理や食品表示に関する監視指導を実施します。	生活衛生課
35	食中毒予防対策事業	講習会や SNS を活用した啓発を通じて、食品事業者による食中毒予防のための知識の普及・啓発を行います。	生活衛生課
36	水道事業等の指導・監督	水道事業者等に対し、指導・監督を実施します。	生活衛生課
37	飲用井戸の適正管理の啓発	飲用井戸の衛生管理について指導・啓発を行います。	生活衛生課
38	健康食品に関する健康被害の未然防止【再掲】	いわゆる健康食品の営業者に対して、食品衛生法に基づく衛生管理計画の作成と遵守が行われているか監視指導を行います。また、健康食品に関する健康被害情報は国や関係自治体と速やかに共有し、当該健康食品への必要な措置や県民への啓発広報を行い、健康食品による健康被害が拡大しないよう努めます。	生活衛生課
39	障害者(児)福祉施設等の運営指導	障害者(児)福祉施設及び障害福祉サービス事業者に対し、指導・監査等を行います。	障害福祉課
40	介護保険施設等の運営指導	介護保険施設及び介護保険サービス事業者に対し、指導・監査等を行います。	高齢福祉課
41	高齢者福祉施設の運営指導	特別養護老人ホーム、養護老人ホーム、軽費老人ホーム、及び有料老人ホーム等に対し、指導・監査等を行います。	高齢福祉課
42	医薬品等製造業等の監視指導	医薬品等の製造業・製造販売業及び薬局等の監視指導を行い、医薬品等の品質、有効性及び安全性の確保を図ります。	薬事指導課

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
43	旅行業者に対する立入 検査	旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保及び旅行者の利便の増進を図るため、旅行業者等へ立入検査を実施します。	観光戦略課
44	宅地建物取引業者に対する指導監督	宅地建物取引業者に対し、立入検査や指導などを実施します。更に、宅地建物取引業法に違反する事実が認められた場合、監督処分を行います。	建築住宅課
45	建設業者に対する指導 監督	建設事業者に対し、建設業法の遵守徹底を図るため、立入検査や指導などを実施します。更に、建設業法等に違反する事実が認められた場合、監督処分を行います。	建設技術企画課
46	食品表示ウォッチャー ¹⁶ による監視・調査	消費者からなる「食品表示ウォッチャー」に小売店の食品表示を監視・調査してもらい、その報告をもとに適正表示の指導を行います。	農産食品課
47	食品表示法等に基づく食品表示の啓発・指導	食品関連事業者を対象とした講習会を開催し、適正な表示の啓発・指導を行います。	農産食品課
48	米穀の適正流通の推進	米トレーサビリティ法 ¹⁷ に基づく米及び米加工品の取引記録の作成・保存及び産地情報の伝達について、表示の実態を把握し、事業者等に対し適正な表示の指導を行います。	農産食品課
49	養殖魚への水産医薬品 残留の防止	養殖魚への水産医薬品残留を防止するため、養殖業者への巡回指導、講習会の開催により、水産用医薬品の適正使用を指導します。	水産漁港課・(水産研究所)
50	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に基づく保安・取引適正化指導事業(液化石油ガス立入検査)	民生用液化石油ガスによる災害事故の防止と取引の適正化を図るため、販売事業者等へ立入検査を実施します。	消防課

¹⁶ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

¹⁷ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

イ 解決困難な事案に係るあっせん又は調停等の実施

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
51	紛争解決の促進	自主交渉への助言、あっせんといった支援を実施し、複雑化・多様化する消費者トラブル等の早期解決や被害回復を図ります。また、解決が困難な事案には、国民生活センターや県の紛争解決手続機関を紹介します。	消費生活センター
52	苦情処理委員会の開催・活用	消費者苦情に関する調停を行うとともに、訴訟に要する費用を貸し付けるほか、訴訟活動に必要な資料の提供に関し、必要な事項を調査審議します。また、苦情処理委員会による調停手続が活用されるよう、県ホームページ等による広報を行います。	県民生活課

③生活関連物資の確保

【施策の方向性】

(ア 地震等緊急時における生活関連物資の供給要請)

地震などの緊急事態が発生した場合、生活関連物資を買占めたり、高値で販売したりする事業者に対して、消費生活条例に基づき、適正な価格での販売を指導・勧告することにより、生活関連物資の安定的な供給の確保を図ります。

(イ 高齢者・障害者等いわゆる買物弱者への対応)

人口減少による過疎化が進む地域では、高齢者や障害者など、買物に困難を抱える方が増えることが予想されます。いわゆる「買物弱者」が地域で安心して暮らすため、地域における見守り活動を推進します。

【具体的施策】

ア 地震等緊急時における生活関連物資の供給要請

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
53	災害に便乗した悪質商法被害の拡大防止	災害に便乗した悪質商法に関する消費者への注意喚起を実施するとともに、特定商取引に関する法律をはじめとする法律に違反する事実があれば、法と証拠に基づき厳正に対処します。	県民生活課・消費生活センター

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
54	生活関連物資等の買占め及び売惜しみに係る緊急措置	生活関連物資の価格が高騰した際に、買占めや売惜しみなど安定した供給を阻害する不適正な行為が行われた場合には、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や消費生活条例に基づき、不適正な行為の是正を指導・勧告するなど、生活関連物資の安定した供給の確保に努めます。	県民生活課
55	地震等緊急時における生活関連物資の調査	県民の生活に必要な物資及びサービス(生活関連物資等)について、価格高騰のおそれがある地震等緊急時には、生活関連物資の調査を行い、市場の状況を把握します。	県民生活課
56	備蓄物資の確保	備蓄計画に基づき、被災者に最低限の食料、飲料水及び生活必需品等の供給が円滑に行えるよう、現物備蓄の確保を図ります。	防災課
57	災害救助物資の供給等に関する協定	備蓄計画に基づき、食料、飲料水及び生活必需品等の現物備蓄を補完するため、調達先とあらかじめ協定を締結しておくとともに、調達先の拡充に努めます。	防災課

イ 高齢者・障害者等いわゆる買物弱者への対応

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
58	消費者安全確保地域協議会設置の促進	消費者行政部局と福祉担当部局が協力し、地域の様々な機関、団体が連携して見守り等に取り組む「消費者安全確保地域協議会」について、既存のネットワークの活用も含め、市町村での設置を促進します。また、「消費者安全確保地域協議会」に関する全国取り組み事例等の情報提供等を行います。	県民生活課
59	生活に必要不可欠なサービスの確保	地域で安心して暮らすため、日常生活に欠かせない地域交通や買物、医療・福祉などの生活サービスの確保を進めます。	中山間地域支援・移住促進課・厚生企画課・医務課・経営支援課

(2) 効果的な情報収集・発信

①消費者被害情報の収集と積極的な情報発信

【施策の方向性】

(ア 商品・サービスの安全性に関する情報提供)

県民意識調査で、製品の欠陥や施設・設備の不具合による事故に関心を持つ方が8割を超えるなど、商品やサービスの安全性に対する意識が高まっています。こうした状況を踏まえ、国や関係機関と連携し、製品事故をはじめとした商品やサービスの安全性に関する情報を積極的に収集し、迅速に情報提供することで、被害の拡大防止に努めます。

(イ 特殊詐欺等被害防止に関する情報提供)

架空料金請求詐欺・還付金詐欺など不特定多数をだます手口である特殊詐欺や、人間関係を構築して特定の一人をだます手口である SNS 型投資詐欺・ロマンス詐欺による被害が深刻化しています。富山県警察によれば、令和6年に特殊詐欺等被害に遭われた方のうち65歳以上の方が4割を超えるなど、特に高齢者の被害が深刻です。警察等と連携し、SNS等をはじめとする各種広報媒体を活用した、特殊詐欺等の被害情報の提供を行います。

(ウ 不当な取引行為<契約の勧誘、契約の締結、契約の内容、債務の履行、契約の解除、与信契約に関する不当な行為、インターネット取引に係るトラブル等>に関する情報発信)

県民意識調査において、7割を超える方が、消費者トラブルの実態、トラブルの対処方法、相談窓口などの情報提供が行政の取組みとして重要と回答しています。また、近年、オンラインで買物をする機会が増加しており、その一方で、巧妙な手口の詐欺や悪質な商品販売も増えています。ホームページや SNS などのデジタルツールを最大限に活用し、特殊詐欺や悪質商法の手口等に関する注意喚起や最新情報を発信します。

(エ 生活関連物資安定供給のための価格等情報提供)

原材料価格の上昇等による物価の高騰が依然として続いています。事業者が生活関連物資の買占めや売惜しみにより多量に物資を保有し、著しく不当な価格で販売しないよう、県内の物価の動向を監視し、他の地域と比較して異常に上昇するものがないか情報を収集するとともに、必要な情報提供を行います。

【具体的施策】

ア 商品・サービスの安全性に関する情報提供

事業番号	施策名	施策の内容	担当室課
60	消費者事故に係る情報提供	消費者安全法に基づき、県内の消費生活相談に寄せられた商品及び役務に関する重大事故等の情報を集約し、消費者庁に通知します。また、消費者庁や国民生活センター等が公表する消費者事故の情報については、県ホームページ、情報誌「くらしの情報とやま」、「くらしの安心情報(電子メール)」、県公式 SNS、テレビやラジオ、新聞等により迅速に周知し、注意喚	県民生活課・消費生活センター

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
		起を行います。	
61	食品衛生意識の啓発	パンフレットや SNS 広報を活用して一般県民の食中毒予防、食品の衛生管理、食品表示等の食品衛生に関する知識の普及、意識の啓発を行います。	生活衛生課
62	食中毒注意報の発令	報道発表等を通じた食中毒注意報・警報の発令の情報提供による食中毒予防のための注意喚起を行います。	生活衛生課
63	食品自主回収情報の提供	食品関連事業者が行う自主回収に関する情報提供を国と連携し、県ホームページに掲載します。	生活衛生課
64	食品安全対策推進事業	食の正しい知識と理解を深める「食品安全フォーラム」等を開催します。	農産食品課
65	食品表示指導強化対策事業	食品関連事業者や消費者に対し、変化の多い食品表示制度の普及・啓発を行います。	農産食品課
66	油流出事故防止対策の実施	冬に多発する不注意による灯油の流出事故を防止するため、ちらし配布等による注意喚起を実施します。	環境保全課

イ 特殊詐欺等被害防止に関する情報提供

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
67	富山県民だまされんちゃ官民合同会議の開催	「富山県民だまされんちゃ官民合同会議」を開催し、被害実態や官民一体となった取組みの必要性について認識の共有を図るとともに、具体的な取組みに関する意見交換を行います。	生活安全企画課
68	特殊詐欺被害ゼロ地区運動の推進【再掲】	地域の安全なまちづくり推進センター等を拠点とする「特殊詐欺被害ゼロ地区運動」による特殊詐欺撲滅の県民運動を推進します。	生活安全企画課
69	特殊詐欺等被害に係る防犯教室の実施【再掲】	特殊詐欺等被害を未然に防止するため、だまされんちゃ通信による情報発信、安全情報ネットによる注意喚起メールの配信、特殊詐欺被害防止ソング「だまされんちゃ！」及びだまされんちゃ！体操による啓発、地域における防犯教室を実施します。	生活安全企画課

ウ 不当な取引行為(契約の勧誘、契約の締結、契約の内容、債務の履行、契約の解除、与信契約に関する不当な行為、インターネット取引に係るトラブル等)に関する情報発信

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
70	不当な取引行為に係る 情報提供	不当な取引行為による被害情報や手口については、市町村や警察、関係団体とも情報共有や連携を図るとともに、県ホームページ、県公式 SNS、テレビやラジオ、新聞等により積極的に情報発信し、被害防止対策を推進します。	県民生活 課・消費生 活センター
71	消費生活情報誌「くらしの 情報とやま」の発行	消費生活に関する相談事例や消費者保護に関連する制度の内容などを紹介する情報誌「くらしの情報とやま」を発行します。	消費生活セ ンター
72	「くらしの安心情報」 の電子メール配信	悪質商法の手口、製品等の安全・安心情報など、消費生活に関する情報を、毎月、電子メール配信します。	消費生活セ ンター
73	新成人向け消費者トラ ブルミニ事例集の作成 配付	若者がよく被害に遭うトラブルに関してのミニ事例集を作成し、市町村を通じて二十歳のつどい等で配付します。また、新入社員等を対象とした消費生活講座等においても活用します。	消費生活セ ンター

エ 生活関連物資安定供給のための価格等情報提供

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
74	生活関連物資の安定的 な供給確保	生活関連物資の価格の急騰時に、買占め又は売惜しみなどの不適正な事業行為を行う事業者に対し、消費生活条例に基づき、是正を勧告し、事業者が勧告に従わない場合は、事業者名の公表を行う等、生活関連物資の安定的な供給の確保を図ります。	県民生活課
75	生活関連物資の価格動 向調査	県から委嘱された価格調査員が、県が定めた生活関連物資に関して、実際に店舗で調査し、県内の価格動向について実態を把握・監視を行います。	県民生活課
76	物価行政・消費者行政 に関する情報収集	物価行政・消費者行政に県民の意見を反映させるため、「くらしのアドバイザー ¹⁸ 」による意識調査を実施します。	県民生活課

¹⁸ 「5 用語解説」の「(1) 消費者相談・消費者教育の担い手の説明」参照

②地震等緊急時における必要な情報発信

【施策の方向性】

(ア 地震等緊急時における正確な情報発信)

(イ 地震等緊急時に乗じた消費者トラブルへの対応)

地震等緊急時には不安感が高まり、消費者の合理的な判断や行動が妨げられる傾向があります。また、インターネットや SNS 等による、誤った情報の流布により、小売店舗等においてトイレットペーパーなど一部の生活関連物資等の買占め等、合理的でない消費行動や、消費者の不安感につけこむ悪質商法が多発します。こうした消費生活への悪影響を避けるため、国や市町村等と緊密に連携しながら、消費生活関連情報を収集・共有し、消費者に情報提供します。

また、防災訓練等を実施する際に、地域からの要望に応じて、地震等緊急時に発生しやすい消費生活トラブル事例等についての情報提供を行います。

【具体的施策】

ア 地震等緊急時における正確な情報発信

イ 地震等緊急時に乗じた消費者トラブルへの対応

事業番号	施策名	施策の内容	担当室課
77	迅速な情報発信	地震等緊急時にトイレットペーパー、マスク等、日常生活に必要な物資の買占め等が発生しそうな場合は、県のホームページや県公式 SNS 等を通じて、冷静な購買行動を呼びかけます。	県民生活課・消費生活センター
78	地震等緊急時における相談業務の継続	地震等緊急時には消費生活センターの職員が被災者となる可能性があることから、災害時等においても相談業務が継続できるよう、職員配置の調整、他自治体に対し職員派遣要請を行うなど、相談体制の確保に努めます。	県民生活課・消費生活センター
79	災害に便乗した悪質商法被害の拡大防止【再掲】	災害に便乗した悪質商法に関する消費者への注意喚起を実施するとともに、特定商取引に関する法律をはじめとする法律に違反する事実があれば、法と証拠に基づき厳正に対処します。	県民生活課・消費生活センター
80	地震等緊急時における生活関連物資の調査【再掲】	県民の生活に必要な物資及びサービス(生活関連物資等)について、価格高騰のおそれがある地震等緊急時には、生活関連物資の調査を行い、市場の状況を把握します。	県民生活課
81	災害等における停電時の電話回線の確保	県消費生活センターの電話回線(一部)を停電対応用とし、地震等緊急時においても、消費生活相談に対応します。	消費生活センター

(3) 相談体制の充実と市町村・関係機関との連携強化

① 相談体制の充実

【施策の方向性】

(ア 消費生活相談体制の充実強化)

(イ 消費生活相談窓口の積極的な広報)

(ウ 相談を担う人材の確保及び資質向上)

県民意識調査において、7割を超える方が、富山県消費生活センター・市町村の消費生活相談体制の充実が行政の取組みとして重要と回答しています。県消費生活センターにおいて、デジタル社会や取引環境の変化に応じた相談体制の整備を図るとともに、消費生活相談員¹⁹や消費者行政職員の資質向上のための研修の充実や、弁護士等専門家からの助言を受けることができる機会を確保します。

また、県民意識調査において、25.7%の方が、消費者トラブルに遭った時にどこに相談すればよいか分からないと回答しています。県消費生活センターや市町村の消費生活相談窓口の認知度を高めるため、SNS 等をはじめとする各種広報媒体を活用した普及啓発に努めます。

(エ 消費生活相談のデジタル化²⁰)

国が進める新システム導入による消費生活相談のデジタル化に対応して、消費者の利便性向上や相談業務の改善に向けて取り組みます。また、消費者の利便性の向上を図るため、デジタル技術を活用した誰もが利用しやすい相談体制を整備します。

(オ 多言語化など外国人向け対応の強化)

県内における住民基本台帳上の外国人住民数(令和7年1月1日現在)は、103 カ国・地域で、23,785 人となっており、総人口の 2.4%を占めています。外国人住民は、日本語の理解が必ずしも十分ではなく、情報の入手が限定的であるため、消費者トラブルに巻き込まれる可能性があります。外国人県民向け相談窓口の普及啓発を図ります。

¹⁹ 「5 用語解説」の「(1) 消費者相談・消費者教育の担い手の説明」参照

²⁰ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

【具体的施策】

ア 消費生活相談体制の充実強化

イ 消費生活相談窓口の積極的な広報

ウ 相談を担う人材の確保及び資質向上

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
82	相談業務のデジタル化 の推進	国が進める新システム導入による消費生活相談のデジタル化に対応して、消費者の利便性向上や相談業務の改善に向けて取り組みます。	消費生活セ ンター
83	市町村の相談体制の支 援	全ての市町村において消費生活相談業務が継続的に実施できるよう、市町村の相談体制の支援を行います。	県民生活 課・消費生 活センター
84	消費生活相談員人材バン クの設置	消費生活相談員は、高齢化等による担い手不足を背景として減少傾向にあり、また、資格試験の受験者数も減少傾向にあることから、認知度向上と有資格者の増加を図り、消費生活相談員の担い手を増やすため、消費生活相談員人材バンクを設置します。また、市町村からの要請に基づき、消費生活相談有資格者等情報の提供を行います。	県民生活課
85	消費生活相談員資格試 験受験料等の助成	消費生活相談員人材バンク登録に必要な資格試験受験料等の助成を行い、消費生活相談員の人材確保を推進します。	県民生活課
86	富山県消費生活推進リー ダー ²¹ の委嘱	県消費生活センターの消費生活出前講座での講師など消費者啓発活動の担い手として、消費生活に関する専門知識を持つ方を「富山県消費生活推進リーダー」に委嘱します。	消費生活セ ンター
87	くらしのアドバイザー の委嘱	身近な地域における消費生活に関する知識の普及・啓発活動の担い手として、消費者問題に関心を持ち地域活動に熱意のある方を「くらしのアドバイザー」に委嘱します。	県民生活課
88	土曜日における相談窓 口の設置	土曜日(祝日、年末年始を除く)に、県消費生活センター(県民共生センター内)の相談窓口、消費生活相談員の資格等を有する「情報アドバイザー ²² 」を配置し、消費者からの苦情処理や情報提供を行います。	県民生活課

²¹ 「5 用語解説」の「(1) 消費者相談・消費者教育の担い手の説明」参照

²² 「5 用語解説」の「(1) 消費者相談・消費者教育の担い手の説明」参照

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
89	相談窓口の積極的周知	県消費生活センターをはじめ、県内相談窓口の利用促進のため、県ホームページ、情報誌「くらしの情報とやま」、「くらしの安心情報(電子メール)」、県公式SNS、テレビやラジオ、新聞等により、相談窓口について積極的な周知を図ります。	消費生活センター
90	消費生活相談員等レベルアップ研修等の実施	消費生活相談の窓口業務を担う消費生活相談員及び市町村行政職員に対し、研修会や事例検討会を通じて、デジタル社会や取引環境の変化に応じた相談体制が確保できるよう、必要な基礎知識の習得、資質の向上を図ります。	消費生活センター
91	多重債務者対策研修会の実施	富山県多重債務者対策協議会の構成員や市町村職員、各種窓口担当者を対象に、多重債務相談業務に必要な法律知識についての研修会を開催します。	県民生活課
92	生活困窮者自立支援事業	生活困窮者の自立を支援するため、生活全般の困りごとについて包括的に相談・支援を行う自立相談支援窓口を設置し、生活に関する様々な相談に対応します。	厚生企画課
93	医療に関する相談対応	「富山県医療安全相談センター」を設置し、県民からの医療に関する苦情や相談等に対応します。	医務課
94	子ども医療電話相談事業	子ども医療電話相談(#8000)を充実強化するとともに、利用促進について普及啓発を実施します。	医務課
95	認知症ほっと電話相談	専門の相談員を配置し、認知症本人及び家族の悩みや相談に対応する電話相談窓口を設置します。	高齢福祉課
96	貸金業に関する相談対応	貸金業法に基づき、貸金業者に対する指導・監督を実施するとともに、債務者等からの苦情・相談に対し、指導・助言を行います。	経営支援課
97	住宅相談の実施	「とやま住まい情報ネットワーク相談所」にて、県民への住宅情報の提供や住宅相談を行います。 (注)「とやま住まい情報ネットワーク」は、正会員団体(富山県建設業協会等)及び協力会員団体(建築住宅課・県消費生活センター)で構成されている団体	建築住宅課
98	住宅相談窓口担当者の資質向上	安心して住宅のリフォームを行うことができるよう、住宅相談等を行っている行政機関等の相談窓口担当者に対して「住宅相談窓口担当者等講習会」を実施します。	建築住宅課
99	食品表示等適正化推進事業	食品表示に関する県の統一的な相談窓口として「食品表示 110 番」を設置し、消費者や食品関連事業者等からの相談に対応します。	農産食品課

エ 消費生活相談のデジタル化

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
100	相談業務のデジタル化の推進【再掲】	国が進める新システム導入による消費生活相談のデジタル化に対応して、消費者の利便性向上や相談業務の改善に向けて取り組みます。	消費生活センター
101	富山県電子申請システムによる消費生活相談の受付け	あらゆる年代において、スマートフォンやパソコン等の利用が浸透してきていることから、富山県電子申請システムによる消費生活相談の受付けを実施するなど、相談のデジタル化を推進します。	消費生活センター

オ 多言語化など外国人向け対応の強化

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
102	富山県外国人ワンストップ相談センター運営事業	県内在住外国人を生活者として支援するため、一元的で迅速な情報提供や相談対応ができる相談窓口を運営します。	国際課

②市町村・関係機関との連携強化

【施策の方向性】

(ア 市町村との連携及び市町村相談体制の支援)

市町村と連携し、市町村域を越えた消費生活相談への対応や消費生活に関する広報啓発などに取り組みます。また、県消費生活センターは中核的センターとして、市町村に対し技術的な助言や情報提供等を実施し、市町村がより効果的に消費生活相談に対応できるよう支援します。また、地震等緊急時には、被災地の消費生活センターの相談機能が維持できるよう支援します。

(イ 消費者団体及び福祉団体等との連携)

消費者問題に対応するためには、多様な主体がそれぞれの役割を果たすことが求められます。このため、県消費生活センターや市町村の相談窓口だけでなく、地域で消費者教育や啓発活動を行う消費者団体、福祉団体、国の機関、警察、弁護士会、司法書士会等と連携し、地域での見守り活動を強化します。

(ウ 弁護士会・司法書士会等の専門機関との連携)

消費生活相談の中には、多重債務問題や契約の解除・取消しなど、専門的な法律知識を必要とする事案が含まれます。これらの課題に適切に対応するためには、弁護士会や司法書士

会等の専門機関との連携が不可欠です。これらの専門機関と連携し、法的助言や対応を迅速かつ的確に提供できる体制を整備します。

(エ 特殊詐欺等被害防止のための警察等関係機関との連携強化)

オレオレ詐欺や架空料金請求詐欺など被害者の心理的動揺等に乗じてだます特殊詐欺や、SNS 等を通じて交信を重ねるなどして信用させてだます SNS 型投資・ロマンス詐欺による被害の防止に向け、警察等の関係機関と連携を強化します。

(オ 消費者団体の活動の促進)

消費者団体は、消費者の日常生活の中で埋もれがちな声を拾い上げ、それを具体的な意見として行政に届ける役割を担っています。消費者行政の推進に当たっては、消費者団体に行政機関の「サポーター」や「提案者」として積極的に関わってもらう必要があるため、消費者団体の持続的かつ継続的な活動を促進するための支援を行います。

また、消費者団体訴訟制度において、事業者に対し差止請求を行うことができる適格消費者団体の設立を目指す消費者団体に対して情報提供や助言を行います。

(カ 地域の見守りネットワーク構築(消費者安全確保地域協議会設置²³)の促進)

高齢者や障害者を消費者トラブルから守るためには、福祉関係者、医療関係者、警察、消費者団体、民間事業者、自治会の方など、地域で見守る多様な担い手の皆さんの気付きを県消費生活センターや市町村の相談窓口につなぐことが重要です。消費者安全法に規定されている、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」の設置を促進します。

(キ 多重債務対策)

県消費生活センターへの金融相談は、平成 15 年度の 2,505 件をピークに減少傾向にあり、令和 6 年度の相談件数は 93 件（令和 5 年度：101 件）となりました。多重債務に関する相談は一時と比べ落ち着いているものの、多額の借入残高を有する層は、現在も相当数存在し、依然として継続的に多重債務者対策を講じていく必要があります。多重債務問題と関係する各関係団体・機関等との相互連携を図りながら、法的な解決支援や生活再建に向けたサポートなど、多重債務者への総合的かつ効果的な対策を推進します。

²³ 平成 26 年 6 月の消費者安全法(平成 21 年法律第 50 号)の改正により、高齢者、障害者、認知症等により判断力が不十分となった方の消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行う「消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)」を設置できることが規定された。

【具体的施策】

ア 市町村との連携及び市町村相談体制の支援

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
103	県消費生活センターの中核的機能の強化	県消費生活センターを「センター・オブ・センターズ（地域における中核的相談機関）」と位置付けて、市町村相談窓口支援連絡会を定期的に開催するとともに、市町村に対する技術的な助言や情報提供等の実施により、市町村相談体制を支援します。また、市町村と積極的に情報共有や連携を図り、市町村域を越えた相談への対応や消費生活に関する広報啓発等、市町村と連携して取り組みます。	消費生活センター
104	市町村消費者行政担当者会議の開催	市町村の消費者担当職員に対して、国・県の消費者行政予算、実施事業について説明するため、市町村消費者行政担当者会議を開催します。	県民生活課
105	国の機関、警察、市町村、福祉関係団体、消費者団体、弁護士会等協力機関との連携	消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会「くらしの安心ネットとやま」の構成団体である国の機関、警察、市町村、福祉関係団体、消費者団体、弁護士会・司法書士会等協力機関との連携を図り、このネットワークを軸とした地域における高齢者等の消費生活見守り活動を推進します。	県民生活課・消費生活センター
106	地震等緊急時における市町村等との連携	大規模災害発生時に、被災地の消費生活センター等が相談業務を維持できるよう、消費者庁・国民生活センター・県・市町村が連携して必要な支援を行います。	県民生活課・消費生活センター

イ 消費者団体及び福祉団体等との連携

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
107	消費者団体の活動の支援	消費者団体と連携を図り、消費者団体が実施する消費者問題に対する情報提供や学習会を支援します。	県民生活課
108	富山県消費者協会との連携	富山県消費者協会と連携を図り、富山県消費者協会が実施する消費に関する正確な知識の普及啓発や若年者を対象とした消費者教育等を支援します。	県民生活課

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
109	国の機関、警察、市町村、福祉関係団体、消費者団体、弁護士会等協力機関との連携【再掲】	消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会「くらしの安心ネットとやま」の構成団体である国の機関、警察、市町村、福祉関係団体、消費者団体、弁護士会・司法書士会等協力機関との連携を図り、このネットワークを軸とした地域における高齢者等の消費生活見守り活動を推進します。	県民生活課・消費生活センター
110	富山県消費者大会の開催	広く県民の皆さんに消費生活に関する知識と理解を深めていただくため、富山県、富山県消費者協会、くらしの安心ネットとやまの共催により、富山県消費者大会を開催します。	県民生活課・消費生活センター
111	生活衛生営業指導センターや生活衛生同業組合と連携した取組み	消費者サービスの向上や衛生水準の確保のため、富山県生活衛生営業指導センターや生活衛生同業組合の取組みを支援します。	生活衛生課

ウ 弁護士会・司法書士会等の専門機関との連携

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
112	国の機関、警察、市町村、福祉関係団体、消費者団体、弁護士会等協力機関との連携【再掲】	消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会「くらしの安心ネットとやま」の構成団体である国の機関、警察、市町村、福祉関係団体、消費者団体、弁護士会・司法書士会等協力機関との連携を図り、このネットワークを軸とした地域における高齢者等の消費生活見守り活動を推進します。	県民生活課・消費生活センター
113	富山県多重債務者対策協議会	多重債務問題の解決について総合的に取り組み、県民の生命や生活の安全を確保するために、警察、弁護士会、司法書士会その他関係団体で構成する「富山県多重債務者対策協議会」を必要に応じて開催します。	県民生活課
114	多重債務者対策研修会における連携	富山県多重債務者対策協議会の構成員や市町村職員、各種窓口担当者を対象に、多重債務相談業務に必要な法律知識についての研修会を弁護士会・司法書士会と連携して開催します。	県民生活課
115	生活見直し相談会の開催	弁護士会及び司法書士会が構成員となっている「生活見直し推進富山県連絡会」との共催による「生活見直し相談会」を開催します。	県民生活課
116	弁護士会との意見交換会の開催	県の消費者行政施策に関して、弁護士会との連携が必要な県の消費者行政施策に関する意見交換会を開催します。	県民生活課・消費生活センター

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
117	苦情処理専門員(弁護士)の委嘱	法律的な検討を必要とする消費者問題を解決するため、弁護士を苦情処理専門員に委嘱します。	消費生活センター
118	消費生活相談員等研修における連携	現代社会において消費者として生活するために必要な知識を学ぶ「消費者カレッジ」や、消費生活相談員等を対象とした「新成人向け等消費者トラブル事例検討会」を、弁護士会と連携して開催します。	消費生活センター
119	県消費生活センター出前講座における連携	弁護士会との連携により、高校生、大学生等に対し、契約の基本や成年年齢引下げ等に関する消費生活講座を開催します。	消費生活センター

エ 特殊詐欺等被害防止のための警察等関係機関との連携強化

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
120	国の機関、警察、市町村、福祉関係団体、消費者団体、弁護士会等協力機関との連携【再掲】	消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会「くらしの安心ネットとやま」の構成団体である国の機関、警察、市町村、福祉関係団体、消費者団体、弁護士会・司法書士会等協力機関との連携を図り、このネットワークを軸とした地域における高齢者等の消費生活見守り活動を推進します。	県民生活課・消費生活センター
121	富山県民だまされんちゃ官民合同会議の開催【再掲】	「富山県民だまされんちゃ官民合同会議」を開催し、被害実態や官民一体となった取組みの必要性について認識の共有を図るとともに、具体的な取組みに関する意見交換を行います。	生活安全企画課
122	特殊詐欺被害ゼロ地区運動の推進【再掲】	地域の安全なまちづくり推進センター等を拠点とする「特殊詐欺被害ゼロ地区運動」による特殊詐欺撲滅の県民運動を推進します。	生活安全企画課
123	特殊詐欺等被害に係る防犯教室の実施【再掲】	特殊詐欺等被害を未然に防止するため、だまされんちゃ通信による情報発信、安全情報ネットによる注意喚起メールの配信、特殊詐欺被害防止ソング「だまされんちゃ！」及びだまされんちゃ！体操による啓発、地域における防犯教室を実施します。	生活安全企画課

オ 消費者団体の活動の促進

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
124	国の機関、警察、市町村、福祉関係団体、消費者団体、弁護士会等協力機関との連携【再掲】	消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会「くらしの安心ネットとやま」の構成団体である国の機関、警察、市町村、福祉関係団体、消費者団体、弁護士会・司法書士会等協力機関との連携を図り、このネットワークを軸とした地域における高齢者等の消費生活見守り活動を推進します。	県民生活課・消費生活センター
125	消費者団体及び消費生活研究グループへの活動支援	SDGs 宣言に基づく取組みの推進、エシカル消費(倫理的消費)の理解促進のための取組み、食品ロス削減の取組み、食の安全確保の取組み等における、消費者団体が行う、消費者への情報提供、学習機会の提供、啓発活動などの取組みを支援します。また、消費者が自らの生活を守り、安全安心で心豊かな生活を営めるよう、消費生活に必要な知識を習得・普及する場としてのグループづくりを推進するとともに、その活動を支援します。	県民生活課・消費生活センター
126	適格消費者団体の設立を目指す消費者団体への支援	事業者に対して差止請求を行うことができる適格消費者団体の設立を目指す消費者団体に対して、情報提供や助言を行います。	県民生活課・消費生活センター

カ 地域の見守りネットワーク構築(消費者安全確保地域協議会設置)の促進

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
127	消費者安全確保地域協議会設置の促進【再掲】	消費者行政部局と福祉担当部局が協力し、地域の様々な機関、団体が連携して見守り等に取り組む「消費者安全確保地域協議会」について、既存のネットワークの活用も含め、市町村での設置を促進します。また、「消費者安全確保地域協議会」に関する全国の実践事例等の情報提供等を行います。	県民生活課
128	国の機関、警察、市町村、福祉関係団体、消費者団体、弁護士会等協力機関との連携【再掲】	消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会「くらしの安心ネットとやま」の構成団体である国の機関、警察、市町村、福祉関係団体、消費者団体、弁護士会・司法書士会等協力機関との連携を図り、このネットワークを軸とした地域における高齢者等の消費生活見守り活動を推進します。	県民生活課・消費生活センター
129	ふれあいコミュニティ・ケアネット 21(ケアネット活動)	ひとり暮らし高齢者や子育て中の親などの支援を要する人に、見守り、話し相手、買物支援、除雪などの公的制度にはないサービスを提供するケアネット活	厚生企画課

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
		動を推進します。	
130	孤独・孤立対策官民連携強化事業	孤独・孤立の課題に対し、福祉・教育・医療等の様々な分野の関係者間の「つながり」の場として官民連携プラットフォームを設置するとともに、支援者同士の意見交換や相談しやすい環境を整備します。	厚生企画課

キ 多重債務対策

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
131	消費者金融・多重債務相談窓口の設置	消費者金融・多重債務に関する専用の相談窓口を設置します。	消費生活センター
132	苦情処理専門員(弁護士)の委嘱【再掲】	法律的な検討を必要とする消費者問題を解決するため、弁護士を苦情処理専門員に委嘱します。	消費生活センター
133	富山県多重債務者対策協議会【再掲】	多重債務問題の解決について総合的に取り組み、県民の生命や生活の安全を確保するために、警察、弁護士会、司法書士会その他関係団体で構成する「富山県多重債務者対策協議会」を必要に応じて開催します。	県民生活課
134	生活見直し相談会の開催【再掲】	弁護士会及び司法書士会が構成員となっている「生活見直し推進富山県連絡会」との共催による「生活見直し相談会」を開催します。	県民生活課
135	多重債務者対策研修会の実施【再掲】	富山県多重債務者対策協議会の構成員や市町村職員、各種窓口担当者を対象に、多重債務相談業務に必要な法律知識についての研修会を開催します。	県民生活課

ク その他

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
136	北陸三県悪質事業者対策会議の開催	北陸三県悪質事業者対策会議(富山県・石川県・福井県)を開催するとともに、県境を越えて活動する悪質な事業者について、国や他都道府県と連携して立入調査、指導・勧告、処分を実施します。	県民生活課・消費生活センター
137	成年後見制度利用促進事業	「第二期成年後見制度利用促進基本計画」に基づき、市町村・関係団体等と連携した成年後見制度の利用を促進するための支援を行います。	厚生企画課

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
138	関係自治体等との連携による食中毒拡大防止	国や関係自治体との連携による食中毒(疑いを含む)に関わる調査を実施します。	生活衛生課
139	富山県建築行政マネジメント計画	各特定行政庁や建築関係団体と連携し、建築物の安全性の確保や質の向上に向けた施策に取り組みます。	建築住宅課
140	食品安全推進本部会議の開催	学識経験者、消費者、流通業者、製造・加工業者、生産者及び関係行政機関の職員等で構成される「食品安全推進本部会議」を開催し、食品の安全性確保に関する情報及び意見の交換を行います。	農産食品課
141	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に基づく保安高度化事業(液化石油ガス保安講習)	関係団体の主催する液化石油ガス保安教育講習会に協力し、現場の責任者である業務主任者等を対象に、最近の法改正や事故事例などを紹介し、LP ガス保安業務の高度化を図ります。	消防課

基本方針 2 消費者教育の推進と人材(担い手)育成

(1) ライフステージに応じた様々な場における消費者教育

① 学校等における消費者教育の推進

【施策の方向性】

(ア 学習指導要領に基づいた消費生活に係る学習の実践)

学習指導要領²⁴に基づいて、小学校、中学校、高等学校、特別支援学校等の社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科、特別の教科・道徳等の教科を中心に、児童及び生徒の発達の段階に応じた消費者教育を推進します。

(イ 成年年齢引下げに対応した消費者教育の推進)

民法の成年年齢 18 歳への引下げを踏まえ、学校において、学習指導要領に基づく消費者教育を推進します。新成人が悪質商法の新たなターゲットとなるなど消費者トラブルの低年齢層への拡大を防ぐため、特に在学中に成年となる高校生など若年層への消費者教育の充実・強化を図ります。また、SNS 等をはじめとするデジタル媒体を活用した広報・啓発を行います。

(ウ 弁護士等による消費生活出前講座の実施)

²⁴ 参考：学習指導要領における消費者教育に関する主な内容(抜粋)

URL : https://www.mext.go.jp/content/20201027-mxt_kyousei02-20201027110736_2.pdf

民法の成年年齢 18 歳への引下げを踏まえ、継続的に消費者教育の機会が提供されることが重要です。特に、学校だけで消費者教育を十分に展開するには限界があることから、消費者問題に精通し、専門的知識を有する弁護士、司法書士等の実務経験者等による出前講座を実施します。

(エ 教育担当部署と消費者行政担当部署との連携強化)

消費者トラブル等の実情に即した実践的な消費者教育が実施されるよう、学校や教育委員会等の教育担当部署と消費者行政担当課・消費生活センターの消費者行政担当部署との間の連携を深めます。

(オ 消費者教育コーディネーター²⁵の配置・活用)

教育委員会や学校等と連携し、消費者教育に関する情報や課題等を共有するとともに、必要な情報提供を行います。また、消費者教育に関わる授業の企画・調整、学校の担当教員と連携しての授業実施、学校等への講師派遣や講座開催の働きかけ等を行う、消費者教育コーディネーターを、県消費生活センターに配置し、学校現場のニーズ把握や消費者教育教材作成など学校教育と連携した消費者教育を推進します。

【具体的施策】

ア 学習指導要領に基づいた消費生活に係る学習の実践

事業番号	施策名	施策の内容	担当室課
142	授業等における消費者教育の充実	学習指導要領等に基づき、小・中学校、高校、特別支援学校等において発達段階を踏まえた消費者教育を推進します。	教育みらい室小中学校課・県立高校課・特別支援教育課

イ 成年年齢引下げに対応した消費者教育の推進

事業番号	施策名	施策の内容	担当室課
143	成年年齢引下げに対する対策	若年層の消費者トラブルの未然防止や窓口への相談を呼びかけるため、若年層が情報にアクセスしやすくなるよう、消費者トラブル事例のデジタルパンフレット化や SNS などによる広報・啓発を行います。	県民生活課・消費生活センター

²⁵ 「5 用語解説」の「(1) 消費者相談・消費者教育の担い手の説明」参照

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
144	富山県金融広報委員会 ²⁶ と連携した成年年齢引下げに係る出前講座の実施	金融経済教育を推進している富山県金融広報委員会(国、県、金融機関等により構成されている)により開催される、成年年齢引下げに係る講演会、出前講座等通じ、高校生に対する消費者教育が推進されるよう支援します。	県民生活課
145	大学生による消費者教育	成年年齢引下げ等を踏まえ、若年層への消費者教育を推進する目的で、大学生が消費者問題(トラブル等)について学び、中高生へ出前講座や啓発活動を実施します。	県民生活課
146	県消費生活センター出前講座における連携【再掲】	弁護士会との連携により、高校生、大学生等に対し、契約の基本や成年年齢引下げ等に関する消費生活講座を開催します。	消費生活センター

ウ 弁護士等による消費生活出前講座の実施

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
147	県消費生活センター出前講座における連携【再掲】	弁護士会との連携により、高校生、大学生等に対し、契約の基本や成年年齢引下げ等に関する消費生活講座を開催します。	消費生活センター

エ 教育担当部署と消費者行政担当部署との連携強化

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
148	教育担当部署と消費者行政担当部署との連携強化	教育担当部署と消費者行政担当部署との連携を強化するとともに、教育現場のニーズに応じた各種講座に関する情報提供、教育現場への出前講座等の実施等、消費者トラブル等の実情に即した実践的な消費者教育を実施します。	県民生活課・消費生活センター・教育みらい室小中学校課・県立高校課・特別支援教育課

²⁶ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

オ 消費者教育コーディネーターの配置・活用

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
149	消費者教育コーディネーターの配置・活用	中学校、高校、大学等での消費者教育を担う関係者との調整を行う、消費者教育コーディネーターを配置し、学校の特性に応じた消費者教育を実施します。	消費生活センター

②地域社会、家庭、職域における消費者教育の推進

【施策の方向性】

(ア ライフステージに応じた出前講座の実施)

子どもから高齢者まで、誰もが時代の変化に合わせた消費者知識を身につけることが、消費者トラブルを未然に防ぐことにおいて重要です。また、家庭教育の中で消費者教育を実践することが重要であるため、保護者が消費者教育を学ぶことのできる機会を確保することが重要です。そのため、身近な地域において、誰もが消費者教育を受けられるよう、消費生活出前講座を実施するほか、各種団体等が企画する研修会等に消費生活推進リーダー等を派遣するなど、幅広い年齢層を対象に、継続的に出前講座を実施します。

(イ 高齢者及び障害者等要支援者への消費者教育の実施)

老人クラブや自治会、公民館等の地域からの依頼に応じて出前講座を実施するとともに、出前講座の利用を促進するため、県ホームページ等による広報を行います。また、出前講座の実施を通じて、困ったときや不審に思ったときは、消費生活センターや家族・知り合いなどに相談するよう、高齢者等への啓発を行います。

また、関係団体と連携しながら、障害者の特性に応じた消費者教育を実施します。

(ウ 職域における消費者教育の推進)

事業者は、従業員に対し消費生活に関する知識及び理解を深めることが求められており、事業の形態や分野、その事業者の実情や特性に応じて、従業員に対する消費者教育を実施することが期待されます。このため、事業者に対して消費者関連情報を提供するとともに、事業者による消費者教育の取組みを支援します。

(エ インターネットを活用した広報・情報提供の充実)

消費生活に関係する啓発資料を作成し、県ホームページ等のデジタル媒体で情報を提供することにより、誰もが日程や時間を気にせず、情報にアクセスできる情報提供を行います。

(オ 消費者教育を実施する関係機関との連携)

消費者教育を実施する関係機関同士が連携し、それぞれが有する人的・知的資源を生かし

た消費者教育の推進を図ります。

【具体的施策】

ア ライフステージに応じた出前講座の実施

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
150	消費生活出前講座の実施	消費者被害の未然防止と早期救済を図るため、高齢者のみならず、若者、勤労世代、障害者など幅広い世代・立場の方を対象とした出前講座を実施します。	消費生活センター
151	食の安全出前講座	厚生センター職員を地域の集いに派遣し、食の安全に関する出前講座を開催します。	生活衛生課
152	食の安全こどもミーティング	夏休み期間中の児童及び保護者向け食品工場見学や食品づくり体験、食中毒予防に関する講座などを実施し、食の安全安心に興味を持つきっかけとなる学習機会を提供します。	生活衛生課
153	とやま環境未来チャレンジの実施	小学校で温暖化・3R・食品ロス対策等に関する学習プログラムを実施し、家庭ぐるみの実践を促進します。	環境政策課
154	こどもエコクラブ活動への支援	子どもたちが人と環境の関わりについて幅広い理解を深め、自然を大切に思う心や、環境問題解決に自ら考え行動する力を育成し、地域の環境保全活動の環を広げることを目的とした、とやま環境財団が実施している、こどもエコクラブの活動を支援します。	環境政策課
155	はじめてのエコライフ教室の開催	幼児とその保護者を対象に、地球温暖化やエコライフについて学ぶ教室を実施し、幼い頃からのエコライフの理解と定着を図るとともに、家庭、幼稚園、保育所を通じて、保護者等幅広い年齢層におけるエコライフの推進を図ります。	環境政策課
156	とやま森・川・海の環境観察会及び名水巡りツアー	若い世代の水環境に対する理解を増進し、自主的な環境保全活動につなげるため、水環境に関心のある小学生を対象に、森・川・海の環境観察会や名水巡りツアーを開催します。	環境保全課
157	親学び講座による家庭教育支援	家庭教育に関して学ぶことのできる研修会の実施や動画の配信を行います。	生涯学習・文化財課

イ 高齢者及び障害者等要支援者への消費者教育の実施

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
158	高齢者見守り団体への支援	高齢者の消費者被害の未然防止と早期救済を図るため、老人クラブ、民生委員・児童委員、福祉関係者など高齢者の見守りを行う団体・グループを対象とした出前講座を実施します。	消費生活センター

ウ 職域における消費者教育の推進

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
159	事業者に対する職域における消費者教育の重要性の普及啓発	事業者に対して、職域における消費者教育の必要性、重要性の啓発を行い、その実施を働きかけます。	県民生活課・消費生活センター
160	消費生活出前講座の実施【再掲】	消費者被害の未然防止と早期救済を図るため、高齢者のみならず、若者、勤労世代、障害者など幅広い世代・立場の方を対象とした出前講座を実施します。	消費生活センター
161	新成人向け消費者トラブルミニ事例集の作成配付【再掲】	若者がよく被害に遭うトラブルに関してのミニ事例集を作成し、市町村を通じて二十歳のつどい等で配付します。また、新入社員等を対象とした消費生活講座等においても活用します。	消費生活センター

エ インターネットを活用した広報・情報提供の充実

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
162	各種啓発資料のオンライン提供	消費者トラブル事例集、「くらしの安心情報(WEB版)」など、消費生活に係る啓発資料を作成し、学校、家庭、地域、職場でいつでも活用できるよう、オンラインにより資料を提供します。	消費生活センター
163	広報資料の作成時に利用できるフリーイラストの提供	消費生活に関する各種広報資料(チラシ・ホームページ等)の作成の際に活用可能なツールとして、消費生活に関するフリーイラストを県ホームページから提供します。	県民生活課

オ 消費者教育を実施する関係機関との連携

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
164	富山県消費者大会の開催【再掲】	広く県民の皆さんに消費生活に関する知識と理解を深めていただくため、富山県、富山県消費者協会、くらしの安心ネットとやまの共催により、富山県消費者大会を開催します。	県民生活課・消費生活センター
165	大学生による消費者教育【再掲】	成年年齢引下げ等を踏まえ、若年層への消費者教育を推進する目的で、大学生が消費者問題(トラブル等)について学び、中高生へ出前講座や啓発活動を実施します。	県民生活課
166	大学生等によるエシカル消費の普及啓発活動	大学生等がエシカル消費について学び、普及啓発の取組みを企画・実施することを支援します。	県民生活課
167	医薬品総合情報事業	医薬品等に関する消費者教育を(公社)富山県薬剤師会に委託して実施します。	薬事指導課

カ その他

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
168	消費者カレッジの開催	消費生活に関する知識を深めるため、消費者に身近で関心のある事柄を内容とした、消費者カレッジを開催します。	消費生活センター
169	夏休み子ども生活・科学教室の開催	小学生と保護者が一緒に参加して「くらし」の中で子どもたちの消費生活への関心を高めるとともに、消費生活センターの業務の理解を深めてもらうため、夏休み子ども生活・科学教室を開催します。	消費生活センター
170	健康食品等の表示指導【再掲】	消費者が個々の食生活の状況に応じた適切な食品選択ができるよう、消費者への健康教育の充実・強化を図るとともに、食品表示法・健康増進法等に基づく表示を行う食品取扱事業者への指導体制の整備を図ります。	健康課・生活衛生課・農産食品課
171	商品量目試買調査会の開催	消費者に適正計量の啓発・普及及び意識の高揚を図ることを目的として、消費者自身が購入してきた商品の量目を量って表記された内容量を確認する調査会を開催します。	計量検定所

(2) 消費者教育の人材(担い手)の育成・活用

①地域人材の育成・活用

【施策の方向性】

(ア 消費者教育を担う人材育成)

県消費生活センターを、地域で消費者教育を担う人材育成の拠点として位置付け、出前講座等の講師を務めることが多い消費生活推進リーダー等への研修の充実を図ります。また、大学生が消費者教育の担い手となるための支援を行うとともに、保健・医療・福祉職員等の現場からの要望に応じて、消費者知識に関する出前講座を開催します。

(イ 消費者教育を行う団体及びグループへの支援)

消費者教育を行う団体及びグループからの要望に応じて、消費者知識に関する出前講座を開催するなど、団体及びグループの人材育成を支援します。

【具体的施策】

ア 消費者教育を担う人材育成

事業番号	施策名	施策の内容	担当室課
172	消費生活推進リーダーに対する研修の実施	「消費生活推進リーダー」に対し、出前講座での講師活動や消費者トラブル早期発見のために必要な情報等を提供する研修会や情報交換会を実施し、消費生活推進リーダーの資質向上等を図ります。	消費生活センター
173	地域における消費者教育の担い手の育成	地域の消費者団体や事業者等と連携し、地域における消費者教育の担い手育成のための研修機会の確保等、必要な支援を行います。	県民生活課・消費生活センター
174	若年層に対する消費者教育とその担い手の育成	大学生を含めた若年層に対し消費者教育・学習に関する情報提供を行う消費者教育の担い手を育成し、消費者教育・学習の推進を図ります。	県民生活課・消費生活センター
175	消費生活相談員等レベルアップ研修等の実施 【再掲】	消費生活相談の窓口業務を担う消費生活相談員及び市町村行政職員に対し、研修会や事例検討会を通じて、デジタル社会や取引環境の変化に応じた相談体制が確保できるよう、必要な基礎知識の習得、資質の向上を図ります。	消費生活センター
176	多重債務者対策研修会の実施【再掲】	富山県多重債務者対策協議会の構成員や市町村職員、各種窓口担当者を対象に、多重債務相談業務に必要な法律知識についての研修会を開催します。	県民生活課
177	認知症サポーターの養成	認知症本人やその家族を地域で温かく見守る応援者となる「認知症サポーター」を市町村と連携しながら養成します。	高齢福祉課

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
178	キャラバンメイトの養成	「認知症サポーター」を養成するための講師役である「キャラバンメイト」を養成する研修を実施します。	高齢福祉課
179	権利擁護人材育成事業	市民後見人等の養成研修の実施や、市民後見人等の資質向上のための支援体制の構築を実施する市町村への支援を通じて、権利擁護人材の育成を推進します。	高齢福祉課

イ 消費者教育を行う団体及びグループへの支援

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
180	消費者団体及び消費生活研究グループへの活動支援【再掲】	SDGs 宣言に基づく取組みの推進、エシカル消費(倫理的消費)の理解促進のための取組み、食品ロス削減の取組み、食の安全確保の取組み等における、消費者団体が行う、消費者への情報提供、学習機会の提供、啓発活動などの取組みを支援します。また、消費者が自らの生活を守り、安全安心で心豊かな生活を営めるよう、消費生活に必要な知識を習得・普及する場としてのグループづくりを推進するとともに、その活動を支援します。	県民生活課・消費生活センター

ウ その他

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
181	特殊詐欺等未然防止事業者顕彰	特殊詐欺等の未然防止に功労のあった金融機関、配送事業者、コンビニエンスストア等を顕彰します。	生活安全企画課

②小・中・高・特別支援学校等の教職員の指導力向上のための教育支援

【施策の方向性】

(ア 教職員向け研修会の開催)

学校での消費者教育の実施に当たり、より効果的で実践的な授業が行われるためには、教職員の指導力の向上を図ることが必要であるため、教職員の消費者教育に関する研修機会の確保を図ります。

(イ 実践事例及び消費者教育情報の提供)

(ウ 消費者教育に用いる実用的な教材の作成・提供)

実践事例の紹介や最新の消費者被害の情報提供等により、教職員による消費者教育の実施を支援します。また、「高校生のための消費生活ハンドブック」「中学生のための消費生活ハンドブック」等の教材提供やインターネットトラブル対策のリーフレット等の作成など、教育現場で活用できる発達段階に応じた消費者教育教材を作成・提供します。

【具体的施策】

ア 教職員向け研修会の開催

事業番号	施策名	施策の内容	担当室課
182	教員向け研修・教材の情報提供	国民生活センターが実施する教員を対象とした消費者教育講座や消費者庁等が作成した消費者教育用教材について情報提供を行います。	県民生活課・消費生活センター
183	情報モラル・セキュリティ研修	児童生徒に対する情報モラル教育の指導法について理解を深め、指導力の向上を図るため、教員を対象に、情報モラル・セキュリティ研修会を実施します。	教育みらい室県立高校課
184	栄養教諭・学校栄養職員研修	給食物資の選定や衛生管理、食物アレルギー、誤飲・窒息事故防止等の講義や研修を行います。	保健体育課
185	県立特別支援学校給食衛生管理研修	食中毒事故の防止と衛生管理の向上を図るため、県立特別支援学校の栄養教諭・学校栄養職員・炊事員を対象に研修会や給食室での現場研修を行います。	保健体育課
186	市町村教育委員会学校給食衛生管理研修	食中毒発生防止及び食物アレルギー等のリスクマネジメント研修を実施します。	保健体育課
187	高校生等に対する生活経済事犯等被害防止対策	生徒指導協議会の研修会に合わせ、生徒指導教諭に対し、生活経済事犯等被害防止のための講話を行い、生徒に対する指導を依頼します。	生活安全企画課

イ 実践事例及び消費者教育情報の提供

ウ 消費者教育に用いる実用的な教材の作成・提供

事業番号	施策名	施策の内容	担当室課
188	各種啓発資料のオンライン提供【再掲】	消費者トラブル事例集、「くらしの安心情報(WEB版)」など、消費生活に関係する啓発資料を作成し、学校、家庭、地域、職場でいつでも活用できるよう、オンラインにより資料を提供します。	消費生活センター
189	消費者教育教材のオンライン提供	教職員が消費者教育について指導するために、成長段階に応じた消費者教育教材を作成するとともに、いつでも教育現場で活用できるよう、オンラインにより資料を提供します。	県民生活課・消費生活センター

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
190	消費者教育教材の提供 体制の充実	高校生のための消費生活ハンドブックをはじめ、高齢者、大学生など年代別の事例集やハンドブックを作成、配布し、消費者教育の推進を図ります。	県民生活 課・消費生 活センター

(3) デジタル社会等新たな課題に対応した消費者教育の推進

①消費行動におけるデジタルリテラシー(活用能力)の向上

【施策の方向性】

(ア 学校等におけるデジタルリテラシー²⁷の向上)

「保護者に内緒でオンラインゲームでの高額な課金をしていた」「アダルトサイトで突然『登録完了』の画面が表示され支払ってしまった」などデジタルコンテンツに関するトラブルや、「1回だけのつもりで健康食品や化粧品を注文したが定期購入が条件となっており支払えない」「インターネット通販やフリマサービスで商品を購入したが商品が届かない」「偽物が届いた」などのトラブルが見られます。これらの相談の中には、SNS上の広告やSNS上で知り合った相手がきっかけとなってトラブルになっているケースも増えています。子どもたちが、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、教育現場において整備が進められているICT(通信情報技術)環境も活用しながら、デジタルリテラシーの向上を図ります。

(イ 地域等におけるデジタルリテラシーの向上)

(ウ 高齢者におけるデジタルリテラシーの向上)

誰もがデジタル社会に参画し、その利便性を享受するためには、一定程度のデジタル技術を使いこなすための知識や能力(デジタルリテラシー)が必要です。消費者が、年齢や教育水準、経済状況、デジタル機器やインターネットの利用頻度等にかかわらず、継続的に、デジタルリテラシーの習得機会を得ることができる環境整備を図ります。

【具体的施策】

ア 学校等におけるデジタルリテラシーの向上

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
191	授業等におけるデジタルリテラシーの向上	学習指導要領等に基づき、小・中学校、高校、特別支援学校等において発達段階を踏まえたデジタルリテラシーの向上を推進します。	教育みらい 室小中学校 課・県立高

²⁷ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
			校課・特別 支援教育課
192	消費者教育教材のオンライン提供【再掲】	教職員が消費者教育について指導するために、成長段階に応じた消費者教育教材を作成するとともに、いつでも教育現場で活用できるよう、オンラインにより資料を提供します。	県民生活 課・消費生 活センター

イ 地域等におけるデジタルリテラシーの向上

ウ 高齢者におけるデジタルリテラシーの向上

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
193	デジタルリテラシーの向上	パソコンやスマートフォン等の情報通信機器の利用による消費者トラブルを防ぐため、出前講座等の場で、デジタル機器・サービスを利用する際に注意する事項などを紹介し、利用者のデジタルリテラシー(活用能力)の向上に取り組みます。	消費生活セ ンター
194	デジタルを取り入れた公民館活動への支援	公民館運営に携わる職員等に対し、デジタル活用に関するスキルアップを目指した講座の開催やオンライン交流会等により、活用技術の向上を図ります。	生涯学習・文 化財課

②金融経済教育の推進

【施策の方向性】

(ア 学校における金融経済教育の実施)

金融リテラシー(お金に関する知識や判断力)は、自立した消費生活を営むうえで必要不可欠な知識であり、消費者教育の重要な要素です。学習指導要領に基づいて、小学校、中学校、高等学校、特別支援学校等の社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科、特別の教科・道徳等の教科を中心に、児童及び生徒の発達の段階に応じた金融経済教育を推進します。

(イ 金融知識の普及啓発)

金融経済講演会や親子向けの親子マネー講座などを開催している富山県金融広報委員会と連携しながら金融知識の普及啓発を図ります。

(ウ 金融トラブルの実情や対策についての普及啓発)

SNS 型投資詐欺やその他の金融トラブルによる被害を防止するために、トラブル事例やトラブル回避のための対策についての普及啓発を行います。

【具体的施策】

ア 学校における金融経済教育の実施

事業番号	施策名	施策の内容	担当室課
195	金融・金銭教育の実践	J-FLEC（金融経済教育推進機構）及び富山県金融広報委員会（日本銀行富山事務所、県、富山財務事務所、銀行協会で構成）と連携した、学校向けの出前講座・マネー講座を実施します。	県民生活課
196	授業等における金融経済教育の推進	学習指導要領等に基づき、小・中学校、高校、特別支援学校等において発達の段階を踏まえた金融経済教育を推進します。	教育みらい室 小中学校課・県立高校課・特別支援教育課

イ 金融知識の普及啓発

事業番号	施策名	施策の内容	担当室課
197	金融知識普及活動	J-FLEC（金融経済教育推進機構）及び富山県金融広報委員会（日本銀行富山事務所、県、富山財務事務所、銀行協会で構成）と連携した情報発信や一般向けの出前講座を実施します。	県民生活課

ウ 金融トラブルの実情や対策についての普及啓発

事業番号	施策名	施策の内容	担当室課
198	県消費生活センター出前講座における連携【再掲】	弁護士会との連携により、高校生、大学生等に対し、契約の基本や成年年齢引下げ等に関する消費生活講座を開催します。	消費生活センター
199	消費生活出前講座の実施【再掲】	消費者被害の未然防止と早期救済を図るため、高齢者のみならず、若者、勤労世代、障害者など幅広い世代・立場の方を対象とした出前講座を実施します。	消費生活センター
200	消費者教育教材の提供体制の充実【再掲】	高校生のための消費生活ハンドブックをはじめ、高齢者、大学生など年代別の事例集やハンドブックを作成、配布し、消費者教育の推進を図ります。	県民生活課・消費生活センター

基本方針 3 連携・協働による持続可能な社会の実現

①人や社会、環境、地域などに配慮した消費行動の推進

【施策の方向性】

(ア エシカル消費の実践につながる普及啓発)

持続可能な社会を実現するためには、県民一人ひとりが消費行動の及ぼす影響力についての理解を深め、人や社会、環境、地域などに配慮した消費行動「エシカル(倫理的)消費」を実践していくことが重要です。エシカル消費の概念の周知、実践事例の紹介、身近な取組みの体験などにより、消費者の意識を醸成し、県民運動につなげます。

(イ 食品ロス・食品廃棄物削減、フードドライブ²⁸、地産地消、3 R(リデュース・リユース・リサイクル)によるごみの削減)

近年、地球温暖化など、地球規模の課題が深刻化する中、SDGsの達成に向けた取組みが喫緊の課題となっています。そのためには、食品ロス・食品廃棄物削減、フードドライブ、地産地消、家庭における食品ロス削減の実践、3 R(リデュース・リユース・リサイクル)によるごみの削減等の多様な施策を展開していくことが重要です。SDGsの目標12「つくる責任 つかう責任」を踏まえ、県民一人ひとりが実施可能なことから実践できるように、幅広く普及啓発を図ります。

【具体的施策】

ア エシカル消費の実践につながる普及啓発

事業番号	施策名	施策の内容	担当室課
201	エシカル消費の普及啓発	フェアトレード認証商品 ²⁹ の購入、売上金の一部が寄付につながる商品の購入、障害者支援につながる商品を選択する、地産地消、被災地で作られたものを購入することで被災地を応援する、伝統工芸品を購入する、エコ商品を選ぶ、食品ロスを減らすなど、エシカル消費(倫理的な消費)の普及啓発を推進します。	県民生活課
202	大学生等によるエシカル消費の普及啓発活動 【再掲】	大学生等がエシカル消費について学び、普及啓発の取組みを企画・実施することを支援します。	県民生活課
203	動物ふれあい教室の開催	小学校等において、関係団体の協力のもと、動物とふれあう機会を提供することにより、動物に対する愛護の精神を育み、命の尊さや知識の普及を図ります。	生活衛生課

²⁸ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

²⁹ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
204	動物愛護フェスティバルの開催	動物の愛護及び管理に関する法律の趣旨に基づき、動物とふれあう機会を設け、県民の動物に対する関心を高めるとともに、動物の愛護と適正な飼養について広く県民の理解を深めるようにし、人と動物が共生できる社会づくりを進めます。	生活衛生課
205	とやま地産地消ポイント事業	県産品を購入して集めたポイントで特産品プレゼントに応募できるキャンペーンを実施することで、県産品購入の意識づけを図ります。	市場戦略推進課
206	米飯給食及び県内産農水産物活用の推進	関係機関・部局との連携・協力により、学校給食における米飯給食の推進、県内産の農水産物の活用促進を図ります。	保健体育課
207	「学校給食とやまの日」の実施	11月の「富山県食育推進月間」のうち1日を「学校給食とやまの日」とし、地元農産物や県内産食材を積極的に使用した学校給食を推進します。	保健体育課
208	農産物等の合理的な価格形成への理解醸成	食育のイベントやSNSなどを通じて、農産物の合理的な価格形成への理解醸成を図ります。	農林水産企画課

イ 食品ロス・食品廃棄物削減、フードドライブ、地産地消、3R(リデュース・リユース・リサイクル)によるごみの削減

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
209	環境学習の推進	持続可能な社会づくりに向けて、豊かな感受性を育み、問題解決力を身につけ、主体的に行動できる人づくりを目指して、講座開催等による環境学習を推進します。	県民生活課・消費生活センター
210	省エネルギーの取組みの周知	家庭でできる省エネの取組みについて、県ホームページ、情報誌「くらしの情報とやま」、「くらしの安心情報(電子メール)」、県公式SNS、テレビやラジオ、新聞等で発信します。	県民生活課・消費生活センター
211	とやま食育推進事業	健康で豊かなくらしと持続可能な食の実現を目指して、「富山県食育推進計画」に基づき、食育を推進します。	農林水産企画課
212	魚食普及推進事業	県内産魚介類の消費拡大を目指し、料理セミナーや学校給食への食材提供を実施します。	市場戦略推進課
213	「エコファーマーマーク ³⁰ 」の活用促進	消費者等に対する環境にやさしい農業で生産された農産物の認知度向上を図るため、「とやまみどり認定」を受けた農業者における「エコファーマーマーク	農業技術課

³⁰ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
		ク」の活用を促進するとともに、消費者等への情報提供に努めます。	
214	農業生産活動に伴う環境負荷軽減の取組みの推進	農業生産活動に伴う環境負荷軽減の取組みを推進するため、「とやまみどり認定」制度の運営や「とやまGAP」の取組みの普及、有機農業や特別栽培農産物、「富富富」の栽培面積の拡大を推進します。	農業技術課
215	農薬の安全使用	農薬管理指導士の養成・認定、安全使用の啓発活動等を行います。また、農薬だけに頼らない「総合防除」を推進します。	農業技術課
216	食品ロス・食品廃棄物削減対策事業	「3015(さんまるいちご)運動 ³¹ (使いきり、食べきり)」の推進、フードバンク活動の促進、外食店での食べ切りサイズメニューの導入促進、小売店での手前どりの呼びかけ等を通じて、消費者、事業者、行政等が連携し、食品ロス削減につながる取組みを実施します。	農産食品課
217	デコ活 ³² (脱炭素につながる新しい豊かな暮らし)の普及促進	エコ商品を選ぶ、食品ロスを減らすなど、お得で脱炭素にもつながる「デコ活」の情報発信を行うとともに、家庭での取組みの普及促進を図ります。	環境政策課
218	ライフスタイルに応じた食品ロス削減の動画制作・発信	若者、共働き世帯、子育て世代などライフスタイルに応じた食品ロス削減の動画を制作し、SNS等でのデジタル広告により啓発・発信します。	環境政策課
219	フードドライブ実施者への支援	フードドライブの定着・拡大を図るため、実施団体への資器材の貸出し、食品寄付先とのマッチング、県ホームページでのPRなどを行います。	環境政策課
220	サルベージ・パーティ ³³ の開催支援	サルベージ・パーティの企画・進行を行う「サルベージ・サポーター」と開催を希望する団体等とのマッチングを行います。	環境政策課
221	地球温暖化対策啓発キャンペーンの展開	消費者を対象に、温暖化対策の必要性や有効な対策等を啓発します。	環境政策課
222	とやま環境未来チャレンジの実施【再掲】	小学校で温暖化・3R・食品ロス対策等に関する学習プログラムを実施し、家庭ぐるみの実践を促進します。	環境政策課

³¹ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

³² 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

³³ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
223	とやま環境フェアの開催	富山県の豊かな環境を守るとともに、デコ活について学び実践するため、企業・団体等の取組みを紹介し ます。	環境政策課
224	とやまエコ・ストア制度 ³⁴	県民とエコ・ストア登録店が協働で、①レジ袋削減、②資源物の店頭回収、③低炭素化等の取組み、④プラスチックトレイの削減・転換の定着・拡大を行います。	環境政策課
225	富山県認定エコ・ステーション	民間事業者や団体による常設の資源物(古紙)の回収拠点を「富山県認定エコ・ステーション」として認定するとともに、住民に啓発することでリサイクルの促進を図ります。	環境政策課
226	こどもエコクラブ活動への支援【再掲】	子どもたちが人と環境の関わりについて幅広い理解を深め、自然を大切に思う心や、環境問題解決に自ら考え行動する力を育成し、地域の環境保全活動の環をを広げることを目的とした、とやま環境財団が実施している、こどもエコクラブの活動を支援します。	環境政策課
227	はじめてのエコライフ教室の開催【再掲】	幼児とその保護者を対象に、地球温暖化やエコライフについて学ぶ教室を実施し、幼い頃からのエコライフの理解と定着を図るとともに、家庭、幼稚園、保育所を通じて、保護者等幅広い年齢層におけるエコライフの推進を図ります。	環境政策課
228	とやま森・川・海の環境観察会及び名水巡りツアー【再掲】	若い世代の水環境に対する理解を増進し、自主的な環境保全活動につなげるため、水環境に関心のある小学生を対象に、森・川・海の環境観察会や名水巡りツアーを開催します。	環境保全課
229	エコな配達推進事業	県民・事業者・行政が連携協力して、宅配便を一度で受け取るための多様な受取方法の普及啓発など再配達削減に向けた取組みを推進します。	環境保全課

②事業者との連携・協働

【施策の方向性】

(ア 事業系食品ロスの削減)

(イ 環境保全への配慮)

環境保全や循環型社会の推進に取り組む事業者と連携・協働し、県民一人ひとりの環境問題に対する意識を醸成し、行動変容を促すための普及啓発活動を推進します。

³⁴ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

(ウ 消費者志向経営の普及啓発)

消費者と事業者が協働して商品サービスの改善等を図る「消費者志向経営(愛称：サステナブル経営)」を推進するための取組みに対して支援します。

(エ カスタマーハラスメント³⁵について)

近年問題となっているカスタマーハラスメントについて、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が、事業者が提供する商品・サービスの改善につながる行動であることを前提に、消費者が正当な意見を伝える適切な方法を習得することで、消費者の声は事業者を受け止められ、消費者と事業者との信頼関係が構築されて、持続可能な消費が実現されることについて、普及啓発を行います。

【具体的施策】

ア 事業系食品ロスの削減

イ 環境保全への配慮

事業番号	施策名	施策の内容	担当室課
230	エシカル消費の普及啓発【再掲】	フェアトレード認証商品の購入、売上金の一部が寄付につながる商品の購入、障害者支援につながる商品を選択する、地産地消、被災地で作られたものを購入することで被災地を応援する、伝統工芸品を購入する、エコ商品を選ぶ、食品ロスを減らすなど、エシカル消費(倫理的な消費)の普及啓発を推進します。	県民生活課
231	食品ロス・食品廃棄物削減対策事業【再掲】	「3015(さんまるいちご)運動(使いきり、食べきり)」の推進、フードバンク活動の促進、外食店での食べ切りサイズメニューの導入促進、小売店での手前どりの呼びかけ等を通じて、消費者、事業者、行政等が連携し、食品ロス削減につながる取組みを実施します。	農産食品課
232	とやまエコ・ストア制度【再掲】	県民とエコ・ストア登録店が協働で、①レジ袋削減、②資源物の店頭回収、③低炭素化等の取組み、④プラスチックトレイの削減・転換の定着・拡大を行います。	環境政策課
233	富山県認定エコ・ステーション【再掲】	民間事業者や団体による常設の資源物(古紙)の回収拠点を「富山県認定エコ・ステーション」として認定するとともに、住民に啓発することでリサイクルの促進を図ります。	環境政策課

³⁵ 「5 用語解説」の「(2) その他」参照

ウ 消費者志向経営の普及啓発

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
234	消費者志向経営の普及啓発	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、持続可能で共創しつつ望ましい社会の構築に向けて、社会的責任を自覚して事業活動を行う「消費者志向経営」の普及啓発を図ります。	県民生活課

エ カスタマーハラスメントについて

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
235	消費者が正当な意見を伝える適切な方法を習得し事業者との信頼関係を構築するための啓発活動	消費者が正当な意見を伝える適切な方法を習得することで、消費者の声は事業者を受け止められ、消費者と事業者との信頼関係が構築されて、持続可能な消費が実現されることについての普及啓発を行います。	県民生活課・消費生活センター
236	カスタマーハラスメント防止対策セミナーの実施及び啓発ポスターの作成	県内企業経営者及び人事・労務担当者を対象に、企業におけるカスタマーハラスメント防止対策セミナーを実施し、国の動向の周知や企業における具体的な防止対策方法の習得を図ります。また、富山労働局等関係団体と連携しながら、県民への周知や労働者のハラスメントによる被害防止を目的とするポスターを作成します。	労働政策課

オ その他

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
237	伝統的工芸品産業振興事業	伝統的工芸品の県内産業振興のため、人材育成・技術継承、新商品開発、販路開拓・魅力発信事業等を行います。	伝統産業支援課
238	エコな配達推進事業【再掲】	県民・事業者・行政が連携協力して、宅配便を一度で受け取るための多様な受取方法の普及啓発など再配達削減に向けた取組みを推進します。	環境保全課

③消費者団体との連携・協働

【施策の方向性】

(SDGs やエシカル消費に取り組む消費者団体の活動の支援)

持続可能な社会の実現には、SDGs やエシカル消費に取り組む消費者団体の活動が重要であることから、消費者団体との連携を促進するとともに、その自主的な取組みを支援します。

【具体的施策】

SDGs やエシカル消費に取り組む消費者団体の活動の支援

事業 番号	施策名	施策の内容	担当室課
239	消費者団体との連携	消費者団体への適切な情報提供を行うとともに、消費者団体と連携した消費者教育やエシカル消費の普及啓発など、各地域における実践的な取組みを支援します。	県民生活課・消費生活センター
240	エシカル消費に関する研究・実践	地域で活動する「消費生活研究グループ」のエシカル消費の普及啓発に向けた取組みについて支援します。	県民生活課
241	エシカル消費に関する講演会の実施	消費者、関係団体、事業者がエシカル消費の知識を深めるための講演会を開催します。	県民生活課

5 用語解説

(1) 消費者相談・消費者教育の担い手の説明

名 称	役 割	問合せ先
消費生活相談員	地方公共団体の消費生活センター及び消費生活相談窓口において消費生活相談やあっせんに対応する専門職です。商品の購入やサービスの利用に関して、その販売方法・契約・品質・価格などのトラブル解決のための助言、あっせん、情報提供等を行います。	消費者ホットライン (3桁の電話番号、 『188番』)で、お 近くの消費生活相談 窓口につながり ます。
情報アドバイザー	土曜日(祝日、年末年始除く)に、県消費生活センター(県民共生センター内)の相談窓口で、消費者からの相談対応や情報提供を行います。	富山県消費者協会 076-432-5690
消費生活推進リーダー	消費者被害の未然防止や早期救済等を図るため、出前講座の講師として啓発活動を行います。	富山県消費生活セン ター 076-432-2949
くらしのアドバイザー	地域における消費生活に関する知識の普及啓発活動を行います。	富山県県民生活課 076-444-3129 富山県消費者協会 076-432-5690
消費者教育 コーディネーター	消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぎ、間に立って連携体制を構築し、その体制を踏まえて、地域の特性に応じた消費者教育を実現する役割を担います。	富山県消費生活セン ター 076-432-2949

(2) その他

用語	説明
ウェルビーイング	世界保健機関(WHO)憲章の前文において、「健康とは、病気ではないとか、弱っていないということではなく、肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態(=well-being)にあること」と定義されています。
エコファーマーマーク	エコファーマーとは、「富山県持続性の高い農業生産方式の導入に関する指針」に基づく技術を導入した環境負荷低減事業活動実施計画を策定し、知事の認定を受けた農業者であり、実施計画に基づいた農産物にエコファーマーマークを付しています。
エシカル消費	人や社会、環境等に配慮した消費行動のこと。人への配慮として、障がい者支援につながる商品の積極的な購入、社会への配慮として、開発途上国の原料や製品を適正な価格で取引した「フェアトレード認証商品」の購入、環境への配慮として、エコ商品・リサイクル製品の積極的な購入等があります。
SDGs	持続可能な開発目標(SDGs)は、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された2016年から2030年までの国際目標。持続可能な世界を実現するための17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の誰一人として取り残さないことを誓っています。
カスタマーハラスメント	従業者等に対する顧客等からの要求、言動等のうち、その態様や程度が社会通念上不相当なものであって、当該要求、言動等により、従業者等の就業環境が害される行為を指します。
米トレサビリティ法	米トレサビリティ法は、米や米加工品について、何か問題が発生した際に流通ルートを手早く特定するために生まれた法律です。正式名称を「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」といいます。
サルベージ・パーティー	家庭で余った食材を持ち寄って、楽しみながら料理し、使い切るシェアパーティーです。
3015(さんまるいちご)運動	3015(さんまるいちご)運動は、富山県の最高峰である立山の標高3015メートルにちなんで、「食べきり3015」と「使いきり3015」の2つの取組みからなる運動です。「食べきり3015」は、宴会の際、乾杯後の30分間で味わい、お開き前の15分間で食べ切る、という食べ残しを減らす取組みです。また、「使いきり3015」は、毎月30日、15日は冷蔵庫の中身をチェックして、期限が近いものは使い切る、という取組みです。

用語	説明
消費生活相談のデジタル化	消費者のことを第一に考える視点を軸に、相談員の働きやすさの向上なども進めながら、消費者被害の最小化に資する消費生活相談を目指します。具体的な内容は次のとおりです。 ・F A Qの充実、オンライン相談など、消費者とのコンタクトポイントの多様化 ・相談支援システム導入、業務効率化による相談員の負担軽減、業務の高度化 ・相談データの分析強化・有効活用 ・クラウド・サービスの活用 など
食品表示ウォッチャー	日常の買い物を通して県内の食品販売店の食品表示の状況を確認・記録（モニタリング）し、その内容を県へ報告していただく活動に取り組んでいただける方を「食品表示ウォッチャー」に委嘱しています。
デコ活	デコ活とは、脱炭素(Decarbonization)と環境に良いエコ(Eco)を組み合わせた活動・生活を表す新しい造語です。
デジタル社会	「デジタル社会形成基本法」では、インターネットその他の高度情報通信ネットワークを通じて自由かつ安全に多様な情報又は知識を世界的規模で入手し、共有し、又は発信するとともに、先端的な技術をはじめとする情報通信技術を用いて電磁的記録として記録された多様かつ大量の情報を適正かつ効果的に活用することにより、あらゆる分野における創造的かつ活力ある発展が可能となる社会と定義されています。
デジタルリテラシー	デジタル技術について十分に理解し、効果的に活用するためのスキルや能力のこと。具体的には、デジタルデバイスやソフトウェアの操作、情報の検索や評価、プライバシーやセキュリティの管理などが含まれます。
特殊詐欺	犯人が電話やハガキ（封書）等で親族や公共機関の職員等を名乗って被害者を信じ込ませ、現金やキャッシュカードをだまし取ったり、医療費の還付金が受け取れるなどと言ってATMを操作させ、犯人の口座に送金させる犯罪（現金等を脅し取る恐喝や隙を見てキャッシュカード等をすり替えて盗み取る詐欺盗（窃盗）を含む。）のことです。
SNS	Social Networking Service の略。人と人とのつながりを促進・支援するコミュニティ型のWebサイト及びインターネットサービス。
SNS 型投資・ロマンス詐欺	SNS 型投資詐欺は、インターネット上に著名人の名前・写真を悪用した嘘の投資広告を出したり、「必ずもうかる投資方法を教えます」などとメッセージを送るなどして、SNS に誘導し、投資に関するメッセージのやりとりを重ねて被害者を信用させ、最終的に「投資金」や「手数料」などという名目で、ネットバンキングなどの手段により金銭等を振り込ませる詐欺です。SNS 型ロマンス詐欺は、SNS やマッチングアプリなどを通じて出会った者と、実際に直接会うことなくやりとりを続けることで恋愛感情や親近感を抱いてしまい、金銭等をだまし取られてしまう詐欺です。

用語	説明
とやまエコ・ストア制度	エコライフの一層の定着・拡大を図るため、レジ袋無料配布廃止に加え、資源物の店頭回収、環境に配慮した店舗空調温度の設定など、消費者と協働で環境配慮行動に積極的に取り組む小売店舗を登録する制度です。
富山県金融広報委員会	富山県、北陸財務局富山財務事務所、日本銀行富山事務所、富山県教育委員会、その他公共団体、民間金融機関、報道機関、消費者団体等の代表者などによって構成されている組織です。中立・公正な立場から、金融に関する広報や金融・金銭教育の支援を行っています。
とやまGAP	GAPとは「Good Agricultural Practice」の略で、直訳すると「良い農業のやり方」という意味です。農業に関する法律や規則、モラルを守ることにより、食品安全、環境保全、労働安全、人権保護、農場経営管理に配慮した、人と環境にやさしい持続的な農業経営をすることを意味しています。
BSE スクリーニング検査	BSE は 1986 年に英国で初めて報告された牛の病気です。スクリーニング検査では、延髄の一部（かんぬき部）から検査材料を採取し、エライザ法を行います。タンパク分解酵素を用いて異常プリオンを分離し、抗体等の試薬とともにプレートに検体を入れて、検査機器で測定します。
フードドライブ	家庭で余っている食品を集めて、食品を必要としている福祉団体や、こども食堂などに寄付する活動です。
フェアトレード認証商品	フェアトレードは、「発展途上国との貿易において、フェアなトレード(公正な取引)をすることにより、途上国の人々の生活を助ける」しくみのことです。代表的なものとして、国際フェアトレード認証ラベルがあり、その原料が生産されてから、輸出入、加工、製造工程を経て「国際フェアトレード認証製品」として完成品となるまでの全過程で、国際フェアトレードラベル機構（Fairtrade International）が定めた国際フェアトレード基準が守られていることを証明するラベルです。

第4章 計画の推進体制と進捗管理

1 計画の推進体制

富山県消費者基本計画に掲げられた理念と施策について、施策を実施する担当室課が互いに連携するとともに、国の機関、警察、市町村、福祉関係団体、消費者団体、弁護士会、司法書士会等の協力機関とも緊密に連携・協力しながら、それぞれの強みを最大限に活かして計画に掲げた施策を実施し、「消費者がウェルビーイングを実感できる社会の実現」を目指します。

2 計画の進捗管理・評価

本計画の進捗管理にあたっては、担当室課における施策の実施状況を把握し、毎年度、富山県消費生活審議会(消費者教育の推進施策を検討する場として消費者教育推進地域協議会に位置付け)に報告し、検証及び評価を行います。

3 評価指標

基本方針1 消費生活における安全・安心の確保

目標項目	内容	現状 (R6年度)	目標値 (R11年度)
消費者トラブルの経験がある県民の割合	過去1年間に購入商品やサービス利用でトラブルを受けた人の割合の低下	17%	15%以下
誰にも相談しなかった県民の割合	消費者被害を受けた際、誰にも相談したり伝えたりしなかった人の割合の低下	54%	30%以下
消費者安全確保地域協議会設置市町村の人口カバー率	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の上昇	40%	50%以上

基本方針 2 消費者教育の推進と人材(担い手)育成

目標項目	内容	現状 (R 6 年度)	目標値 (R11年度)
消費生活出前講座等(高齢者向け含む)受講者数	消費者トラブルの未然防止を図るため、高齢者等を含めた消費生活講座の受講者数の増加	1,714人/年	4,400人/年
消費者教育担い手	地域の身近な場所において、消費者啓発を受けられる環境づくりが必要であることから、消費者教育の担い手※の増加	663人(累計)	800人(累計)

※消費生活相談員、くらしのアドバイザー、消費生活推進リーダーなど

基本方針 3 連携・協働による持続可能な社会の実現

目標項目	内容	現状 (R 6 年度)	目標値 (R11年度)
商品等選択時に消費行動が環境に及ぼす影響を考慮する人の割合	公正かつ持続可能な社会の実現のため、消費行動が環境に及ぼす影響を考慮(エシカル消費)する人の割合の上昇	51%	65%以上
県民1人1日当たりの食品ロス量	県内の家庭・事業所から発生した、県民1人1日当たりの食品ロスの量の減少	約85 g	約78 g (R12) R7.6策定 予定

富山県消費者基本計画策定スケジュール

年 月 日	内 容
令和 6 年 6 月 17 日(月) ～ 7 月 7 日(日)	暮らしのアンケート(消費生活に係る県民意識調査)実施
11 月 18 日(月)	令和 6 年度 第 1 回 富山県消費生活審議会 (1)諮問 ・富山県消費者基本計画の策定について (2)報告事項 ①とやま消費者プラン～富山県消費者教育推進計画～の取 組みと成果について ②暮らしのアンケート(消費生活に係る県民意識調査) 結果について (3)審議事項 ・富山県消費者基本計画骨子(案)について
令和 7 年 2 月 10 日(月)	令和 6 年度 第 2 回 富山県消費生活審議会 審議事項 ① 富山県消費者基本計画骨子について ② 富山県消費者基本計画中間とりまとめ(素案)について
2 月 28 日(金) ～ 3 月 28 日(金)	パブリックコメントの実施 ・ 8 名から 15 件の意見あり
5 月 19 日(月)	令和 7 年度 第 1 回 富山県消費生活審議会 審議事項 ①令和 6 年度 第 2 回 富山県消費生活審議会でのご意見と 対応について ②「富山県消費者基本計画(素案)」に対するパブリックコ メントのご意見の概要と考え方について ③ 富山県消費者基本計画(答申案)について
6 月 2 日(月)	計画の答申
6 月 16 日(月)	計画策定

富山県消費生活審議会委員名簿

任期：令和５年２月１７日～令和７年２月１６日

氏 名	役 職 名	備考
相山 馨	富山国際大学子ども育成学部教授	
上田 祐正	富山県商工会議所連合会常任理事	
江下 修	富山県中小企業団体中央会専務理事	
大井 千津子	富山県婦人会幹事	
尾畑 納子	富山県消費者協会会長(富山国際大学名誉教授)	
坂井 彦就	富山県生活衛生同業組合連合会会長	
桜井 森夫	小矢部市長	
瀬川 信子	消費生活研究グループ(上市町消費者グループ)	
高木 久斗	富山県共同店舗運営協議会副会長	
寺岡 富美夫	富山県生活協同組合連合会会長	
野口 康代	富山県商工会女性部連合会副会長	
橋爪 健一郎	弁護士	会 長
藤本 孝子	富山大学教育学部准教授	会長代理
松本 眞明	公募委員	
村田 美知子	JA 富山県女性組織協議会会長	
八島 美智子	(公財)富山県女性財団 業務執行理事	
渡辺 光	舟橋村長	

(五十音順)

任期:令和7年2月17日～令和9年2月16日

氏 名	役 職 名	備考
相山 馨	富山国際大学子ども育成学部教授	
上田 祐正	富山県商工会議所連合会常任理事	
江下 修	富山県中小企業団体中央会専務理事	
大井 千津子	富山県婦人会幹事	
尾畑 納子	富山県消費者協会会長(富山国際大学名誉教授)	令和7年5月22日まで
	富山国際大学名誉教授	令和7年5月23日から
坂井 彦就	富山県生活衛生同業組合連合会会長	
桜井 森夫	小矢部市長	
瀬川 信子	消費生活研究グループ(上市町消費者グループ)	
高木 久斗	富山県共同店舗運営協議会副会長	
寺岡 富美夫	富山県生活協同組合連合会会長	
野口 康代	富山県商工会女性部連合会副会長	
橋爪 健一郎	弁護士	会 長
藤本 孝子	富山大学教育学部准教授	会長代理
松本 眞明	公募委員	
村田 美知子	JA 富山県女性組織協議会会長	令和7年4月11日まで
林 志寿代		令和7年4月12日から
八島 美智子	元(公財)富山県女性財団 業務執行理事	令和7年5月22日まで
	富山県消費者協会会長	令和7年5月23日から
渡辺 光	舟橋村長	

(五十音順)

富山県民の消費生活の安定及び向上に関する条例(抜粋)

(富山県消費生活審議会)

- 第30条 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ため、富山県消費生活審議会(以下この条において「審議会」という。)を置く。
- 2 審議会は、委員25人以内で組織する。
 - 3 委員は、次に掲げる者のうちから、知事が任命する。
 - (1) 学識経験を有する者
 - (2) 消費者を代表する者
 - (3) 事業者を代表する者
 - 4 委員の任期は、2年とする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
 - 5 委員は、再任されることができる。
 - 6 審議会に会長を置く。
 - 7 会長は、委員が互選する。
 - 8 会長は、会務を総理し、審議会を代表する。
 - 9 会長に事故があるときは、会長があらかじめ指名する委員がその職務を代理する。
 - 10 専門の事項を調査審議させるため、審議会に専門調査委員を置くことができる。
 - 11 専門調査委員は、知事が任命する。
 - 12 専門調査委員は、当該専門の事項の調査審議が終了したときは、解任されるものとする。
 - 13 前各項に定めるもののほか、審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

富山県消費生活審議会規則(抜粋)

(趣旨)

- 第1条 この規則は、富山県民の消費生活の安定及び向上に関する条例(昭和55年富山県条例第40号)第30条第13項の規定に基づき、富山県消費生活審議会(以下「審議会」という。)の組織及び運営に関し必要な事項を定めるものとする。

(会議)

- 第2条 審議会の会議は、会長が招集する。
- 2 審議会は、委員の過半数が出席しなければ会議を開くことができない。
 - 3 審議会の議事は、出席した委員の過半数で決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

(部会)

- 第3条 審議会は、特定の事項を調査審議させるため、部会を置くことができる。
- 2 部会の設置及びその調査審議すべき事項は、会長が審議会に諮って定める。
 - 3 部会は、審議会の委員のうちから会長が指名する委員をもつて組織する。
 - 4 部会に部会長を置き、部会に属する委員のうちから会長がこれを指名する。
 - 5 前条の規定は、部会について準用する。この場合において、同条中「審議会」とあるのは「部会」と、「会長」とあるのは「部会長」と、「委員」とあるのは「部会に属する委員」と読み替えるものとする。
 - 6 部会長は、特定の事項に関する調査審議を終了したとき、又は会長が求めるときは、その結果又は経過を会長に報告しなければならない。
 - 7 審議会は、その定めるところにより、部会の議決をもつて審議会の議決とすることができる。

(庶務)

- 第4条 審議会の庶務は、生活環境文化部県民生活課において処理する。

(細則)

- 第5条 この規則に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、会長が審議会に諮って定める。