

第5次  
熊本県消費者施策の推進に関する基本計画

計画期間:令和8年度(2026年度)~令和12年度(2030年度)

令和8年(2026年)3月  
熊本県

# 目 次

第1章 消費者基本計画について .....	1
1 第5次消費者基本計画策定の趣旨 .....	1
2 第5次消費者基本計画の位置付け .....	2
3 第5次消費者基本計画の期間 .....	2
第2章 第4次消費者基本計画の取組実績及び成果等 .....	3
1 第4次消費者基本計画の概要 .....	3
2 第4次消費者基本計画の取組実績及び成果等について .....	4
第3章 消費者行政をめぐる現状と課題 .....	10
1 消費生活相談の現状 .....	10
2 消費者行政を取り巻く環境の変化 .....	13
第4次消費者基本計画の総括 .....	15
第4章 第5次消費者基本計画の推進 .....	16
基本的方向性1 消費者被害の未然防止と早期救済の推進 .....	16
1 県消費生活センターの専門的・広域的な機能の充実・強化 .....	16
2 市町村における相談体制整備支援及び相談機能の強化支援 .....	16
3 デジタル化の進展に対応した消費生活相談の充実 .....	17
4 配慮を要する消費者及び消費生活のグローバル化の進展への対応 .....	17
5 多重債務者に対する生活再生支援 .....	18
6 概ね5か年で到達すべき目標（K P I） .....	19
基本的方向性2 消費生活の安全・安心の確保 .....	20
1 生命・健康等の安全・安心の確保 .....	20
2 消費者取引の適正化 .....	20
3 適正な表示の確保 .....	20
4 生活関連物資等の安定確保 .....	21
5 災害時等における消費生活の安心の確保 .....	21
基本的方向性3 消費者教育の推進 .....	22
1 ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進 .....	22
2 消費者教育の連携と人材育成 .....	23

3	地域における高齢者・障がい者等の見守り活動を担う人材育成の支援	24
4	持続可能な社会の実現に向けた取組の推進	24
5	概ね5か年で到達すべき目標（K P I）	25
	<b>基本的方向性4 消費者行政を推進するための連携体制の強化</b>	<b>26</b>
1	各分野における施策間の連携強化	26
2	関係機関との連携強化	26
3	概ね5か年で到達すべき目標（K P I）	26
	<b>第5章 計画の推進に向けて</b>	<b>28</b>

**【資料】**

○用語解説	30
○熊本県消費生活条例	35
○消費者教育の推進に関する法律	43
○熊本県消費生活審議会（熊本県消費者教育推進地域協議会）委員名簿	47
○熊本県内の消費生活相談窓口一覧	48

# 第1章 消費者基本計画について

## 1 第5次消費者基本計画策定の趣旨

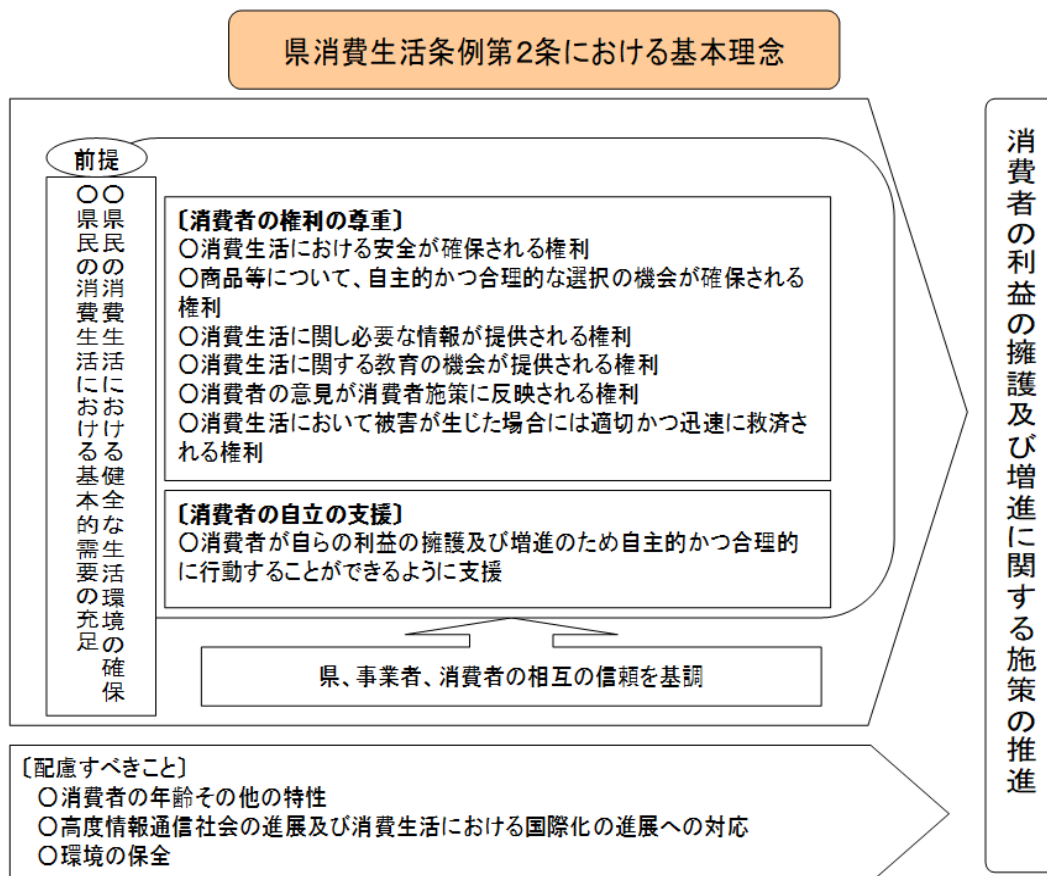
県では、消費者の利益の擁護と増進を図り、県民の消費生活の安定及び向上を目的とする「熊本県消費生活条例（以下「条例」という。）」第10条に基づき、「消費者施策の推進に関する基本的な計画（以下「消費者基本計画」という。）」を策定し、各種施策を推進してきました。

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

近年、高齢化の進行、消費生活のグローバル化やデジタル化の進展に加え、成年年齢の引き下げ、自然災害の激甚化や多発化、持続可能な社会の実現に向けた概念の普及など、消費者を取り巻く環境は大きく変化しています。このような中、高齢者や障がい者などを狙った悪質商法や、インターネット通販、副業・投資の儲け話に関する相談の増加など、消費者トラブルは、ますます複雑化、多様化しています。

本県では、第4次消費者基本計画の計画期間が令和8年（2026年）3月をもって終了することから、消費者を取り巻く社会環境の変化等や国の消費者基本計画（令和7年度（2025年度）から令和11年度（2029年度）までの5年間）の方向性との基本的な整合性を図りながら、「第5次消費者基本計画」を策定するものです。

【図1 県消費生活条例第2条における基本理念】



## **2 第5次消費者基本計画の位置付け**

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

## **3 第5次消費者基本計画の期間**

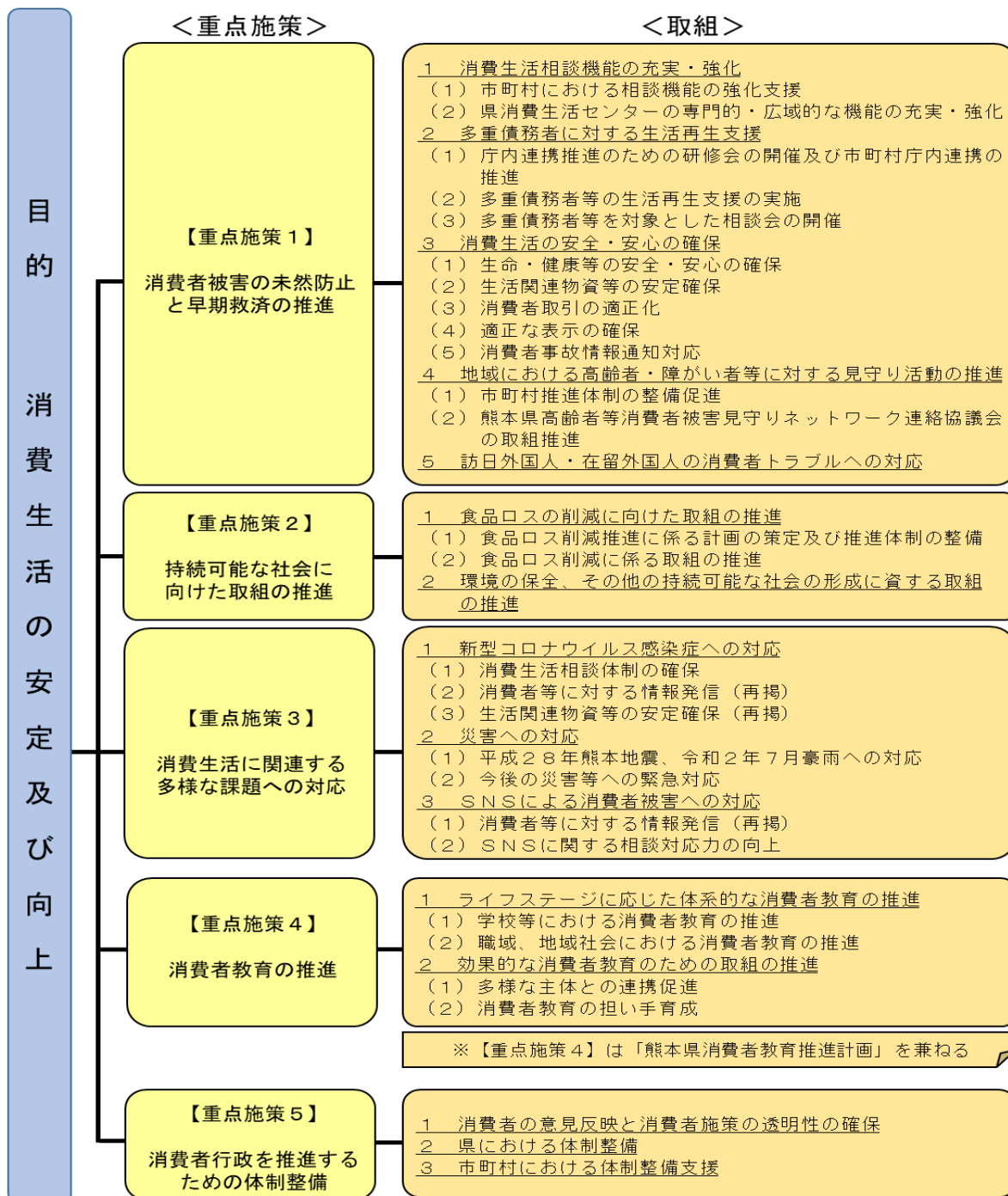
本計画の期間は、令和8年度（2026年度）から令和12年度（2030年度）までの5年間とします。

## 第2章 第4次消費者基本計画の取組実績及び成果等

### 1 第4次消費者基本計画の概要

第4次消費者基本計画は、令和3年度（2021年度）から令和7年度（2025年度）まで（5カ年）を計画期間とし、消費生活の安定と向上を目的に各種施策・事業を展開してきました。第4次消費者基本計画の施策の体系は以下のとおりです。

【図2 第4次消費者基本計画の施策体系】



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

## 2 第4次消費者基本計画の取組実績及び成果等について

### (1) 施策の取組実績及び成果等について

第4次消費者基本計画に掲げた主要施策の取組実績及び成果等については、以下のとおりです。

#### **重点施策1 消費者被害の未然防止と早期救済の推進**

##### 1 消費生活相談機能の充実・強化

消費者から寄せられる相談について、助言やあっせんにより、消費者被害の未然防止及び被害回復を図るとともに、県民に対しては、注意を要する事例に関する注意喚起や情報提供を行いました。

市町村に対しては、職員や消費生活相談員への情報提供や研修により相談対応力の向上を図るとともに、市町村からの経由相談対応、ICT（情報通信技術）を活用した消費生活相談や弁護士からの助言等を行うことで、県内どこでも消費生活相談を受けることができる相談体制の整備に努めました。

県消費生活センターでは、相談員を各種研修に派遣することで、専門性の向上に努めるとともに、複雑な法律問題や解決困難な相談に対応するため、弁護士、専門相談アドバイザー及び臨床心理士からの助言を受ける体制を確保しました。

また、令和6年度地方消費者行政現況調査によると、本県の「住民10万人当たり消費生活相談員数」は4.9人と全国平均2.7人を大きく上回る水準となっています。

今後も、複雑・多様化する消費者問題に対し、県消費生活センターがセンター・オブ・センターズとして県内の消費生活相談体制の更なる充実・強化に取り組んでいく必要があります。

##### 2 多重債務者に対する生活再生支援

平成28年熊本地震、新型コロナウイルス感染症、令和2年7月豪雨の影響等により、多重債務問題を抱える方々を消費生活面から支援するため、多重債務者対策協議会と連携して、専門家による無料法律相談会や多重債務問題対策も含めた「お金の悩み無料相談会」を実施しました。

また、「消費者自立のための生活再生総合支援事業」により、債務整理後の生活再生に向けた家計診断・生活指導を行うとともに、生活再生貸付（セーフティネット貸付）及び貸付後のフォローアップを行うなど、消費生活の面からの再生に向けた伴走型の支援を実施しました。しかしながら、多重債務に係る相談件数は、依然として高止まりの状況であり、生活再生に向けて引き続き支援を行います。

##### 3 消費生活の安全・安心の確保

第4次消費者基本計画の期間中においては、令和3年度（2021年度）に発生したあさりの産地偽装問題や、令和5年度（2023年度）に紅麴を原料とする健康食品による健康被害など、食の安全・安心を脅かす事案が発生しました。こうした状況の中、県では食品等の安全確保のため、県民や食品事業者を対象に講習会を実施するとともに、「食の安全110番」窓口を通じて相談・苦情の受付を行い、関係課と連携して迅速かつ的確な情報提供を行いました。また、生産から販売に至る行

程の各段階における残留農薬・食品添加物・微生物・残留農薬・アレルゲンなどの検査、食品表示法をはじめとした関係法令に基づく調査・指導等を実施しました。

消費者の安全・安心の確保のため、消費者事故や危険・危害情報の報告、関係機関と連携した商品テスト、事業者に対する法令遵守に向けた助言・相談対応・行政指導等により公正な取引の確保及び消費者保護に取り組みました。

県民の消費生活の安全・安心を確保するために、引き続き関係各課・関係機関等と連携しながら各種取組を実施していきます。

#### 4 地域における高齢者・障がい者等に対する見守り活動の推進

消費者安全確保地域協議会設置については、令和5年度（2023年度）に、第4次消費者基本計画の目標値を達成しました。引き続き、国が定めた見守り体制の設置（法定協議会の設置）を推進するとともに、見守りネットワーク構築に向けた課題やその解決について市町村と協議を行い、関係機関と連携しながら地域の見守り活動の推進を図ります。

#### 5 訪日外国人・在留外国人の消費生活相談への対応

訪日外国人や在留外国人からの消費生活相談について、県外国人サポートセンター及び国民生活センターと連携して対応しました。

また、外国人の方に向けた県消費生活センターを案内するホームページを作成するとともに、SNSを活用して相談窓口の周知を行いました。

今後も、外国人の増加に伴う相談の増加が見込まれるため、引き続き、多言語の消費相談窓口周知や関係機関との連携による相談対応を行います。

### 重点施策2 持続可能な社会に向けた取組の推進

#### 1 食品ロスの削減に向けた取組の推進

令和4年（2022年）3月に策定した「熊本県食品ロス削減推進計画」に基づき、消費者等の行動変容につながる4つの行動（①「てまえどり」推進、②「食べきり運動」推進、③「フードドライブ」活動推進、④「食ロスチェック」実施）を食品ロス削減アクション「四つ葉のクローバー運動」として消費者や事業者、関係団体等と連携して重点的に推進しました。

#### 2 環境の保全、その他の持続可能な社会の形成に資する取組の推進

人や社会、環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動により持続可能な社会の形成を目指すため、「エシカル消費」の普及啓発に取り組みました。

また、エシカル消費及び食品ロス削減の基本的な事項を記載した教材を作成し、県内高等学校等を対象に県消費者教育コーディネーターによる出前講座を実施しました。

### 重点施策3 消費生活に関連する多様な課題への対応

#### 1 新型コロナウイルス感染症への対応

新型コロナウイルス感染症の拡大による消費者トラブルの増加に対応するため、消費生活相談員を増員し、相談体制を強化しました。

また、県内の生活関連物資の価格動向調査を実施し、県ホームページで、マスク及びアルコール消毒製品の買い占めを行わないよう注意喚起を行うとともに、各種広報媒体を通じて新型コロナウイルス感染症に便乗した詐欺や悪質商法に関する注意喚起を行いました。

## 2 災害への対応

平成28年熊本地震及び令和2年7月豪雨の被災者を含む消費生活上の課題を抱える方々の相談を受け付け、生活再生支援事業等の多様な支援メニューを活用することで、自立した生活構築に向け支援しました。

今後、災害等が発生した際は、熊本県が熊本県生活協同組合連合会との間で締結した基本協定に基づき、救援物資・生活関連物資の調達及び安定供給を行うとともに、被災市町村の消費生活相談窓口機能を補完するために、消費者庁及び国民生活センターと連携して被災者の声を適切に反映できるよう相談体制の確保に努めます。

## 3 SNSによる消費者被害への対応

新型コロナウイルス感染症の拡大で、インターネットの利用に伴う消費者被害が増加したことを受け、テレビCM、SNS広告等を活用した注意喚起を行いました。

また、SNSに関する相談対応を強化するため、県消費生活相談員を国民生活センター等が主催するSNSをテーマとする研修に派遣するとともに、県弁護士会との勉強会でSNSトラブル事例を取り上げました。

### 重点施策4 消費者教育の推進

#### 1 ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進

義務教育学校では、各種研修会等を通じて消費者教育を推進し、高等学校では、家庭科、公民科、商業科等の授業で、消費者の権利・責任や家計管理を学習しました。特別支援学校においては、小・中・高の各段階で消費者教育を実施するとともに、県消費者教育コーディネーターが、学校現場全体のニーズ把握や消費者教育教材作成を通じて、消費者教育の充実に努めました。

また、県内の若者から高齢者まで幅広い世代を対象に、消費者教育出前講座を実施しました。

今後も、ライフステージに応じた体系的な消費者教育を推進するため、引き続き教育委員会、私立学校所管課、関係団体と連携しながら取り組んでいく必要があります。

#### 2 効果的な消費者教育のための取組の推進

学習指導の充実を図るため、小中学校教員に対しては、消費者教育に関する講演等の情報提供を行うとともに、高等学校教員に対しては、家庭科主任会等において消費者教育に関する情報提供を行うほか、特別支援学校教員に対しては、消費者教育に関係する学習内容について情報提供を行いました。

また、消費者団体との共催により消費生活講演会を開催するとともに、各消費者団体主催事業の情報発信を行うなど、消費者への啓発活動を実施しました。

## 重点施策5 消費者行政を推進するための体制整備

### 1 消費者の意見反映と消費者施策の透明性の確保

第4次消費者基本計画の推進にあたり、毎年度の推進状況について消費生活審議会への定期報告を実施し、意見を求めました。審議会での意見を踏まえ、事業の定期的な見直しを実施し、具体的施策に反映させました。

また、計画の透明性を確保するため、県民が最新の情報を得られるよう毎年度の推進状況を県のホームページに掲載しました。

今後も、第5次消費者基本計画の推進にあたり、消費者施策の透明性を確保し、県民の声をより積極的に反映させるよう取り組んでいきます。

### 2 県における体制整備

県は、市町村、関係部局との連携を強化し、消費者施策の着実な推進を図ってきました。市町村を含めた消費者行政が後退することがないように、国に対し「地方消費者行政の充実・強化のための安定的かつ恒久的な財源措置」の要望を継続的に実施しています。

また、次世代の消費生活相談員の育成に注力し、持続可能な相談体制の整備を進めるため、「消費生活相談員資格取得支援講座」を実施するとともに、消費者問題に意欲的な人材を発掘し、次世代の相談員の確保につなげる「消費生活相談支援担い手育成講座」を開催しました。

今後も、センター・オブ・センターズとして県の広域的・専門的機能の更なる充実・強化を図る必要があります。

### 3 市町村における体制整備支援

市町村が住民にとって最も身近な行政機関であることを踏まえ、県では地方消費者行政強化交付金を活用し、市町村の取組を支援してきました。

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

今後も、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される体制が維持・拡充されることを目指し、市町村消費者行政を引き続き支援していきます。

## (2) 概ね5か年で到達すべき目標（KPI）の達成状況について

第4次消費者基本計画に掲げたKPIの進捗状況は、以下のとおりです。

### 重点施策1 消費者被害の未然防止と早期救済の推進

#### ・県及び市町村の消費生活相談員の研修参加率

計画策定時より微増。引き続き、消費生活相談業務に係る情報共有や連携強化のため、相談員の研修参加を促します。

計画策定時（R1年度）	R5年度実績値	目標値（R7年度）
79%	80%	100%

- ・他部局（徴収部門等）から消費生活部局への情報提供・共同対応を実施した（する）市町村数

計画策定時より下回っている状況です。引き続き生活再生支援対策研修会において、庁内連携の重要性を関係各位に周知し、連携体制の構築を図ります。

計画策定時（R1年度）	R6年度実績値	目標値（R7年度）
27市町村(60%)	26市町村(58%)	45市町村(100%)

- ・消費者安全確保地域協議会の設置市町村の県内人口カバー率について

令和5年3月に熊本市が法定協議会を設置したことで目標値を達成。地域の見守り活動を推進するため、引き続き法定協議会のみならず、見守りネットワークを構築している市町村数の増加に取り組めます。

計画策定時（R1年度）	R6年度実績値	目標値（R7年度）
7%	62%	50%以上

## 重点施策2 持続可能な社会に向けた取組の推進

- ・食品ロス削減に取り組んでいない消費者の割合について

令和7年度の消費者の意識調査の結果、目標値を達成。引き続き、各種媒体を活用した広報や事業者参加のフードドライブなど、身近なことから取り組んでもらえるよう啓発を推進します。

計画策定時（R1年度）	R7年度実績値	目標値（R7年度）
19.8%	4.2%	10%以下

## 重点施策4 消費者教育の推進

- ・高校生等を対象とした消費生活出前講座実施校数について

新型コロナウイルス感染症の影響で減少していましたが、コロナ禍後少しずつ増加しています。引き続き、消費者教育コーディネーターを通し、県が実施する出前講座の活用を呼びかけます。

計画策定時（R1年度）	R6年度実績値	目標値（R7年度）
29校/年	25校/年	40校以上/年

- ・消費者教育教材「社会への扉」等を活用した消費者教育実施校数

計画策定時より増加していますが、教科書の内容が充実していることや生徒の特性にあった教育課程を編成している学校もあり、未実施の学校も増えています。引き続き、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よう、実践的な消費者教育の充実を促します。

計画策定時（R1年度）	R6年度実績値	目標値（R7年度）
78校(71%)	82校(74.5%)	122校(100%)

- ・大学等における被害情報の学内掲示等実施校数について

統廃合等による学校数の変化により、校数は減少していますが、目標の100%を達成できています。今後も、情報提供等を継続し、若年層の消費者被害の未然防止に努めます。

計画策定時（R1年度）	R6年度実績値	目標値（R7年度）
47校(70%)	66校(100%)	68校(100%)

・講習等（出前講座を含む）の実施市町村数

計画策定時より実施市町村数は減少していますが、実施回数は約 60 件増加しています。市町村を柱に県内全域で出前講座が実現できるよう、消費者教育コーディネーターによる市町村訪問において、引き続き積極的な消費生活出前講座の活用を呼びかけるとともに、ニーズ把握に努めます。

計画策定時（R 1 年度）	R 6 年度実績値	目標値（R 7 年度）
31 市町村 (69%)	27 市町村 (60%)	45 市町村 (100%)

**重点施策 5 消費者行政を推進するための体制整備**

・県及び市町村の消費生活相談員の資格保有率

目標値は達成できている状況です。引き続き消費生活相談員資格取得支援講座等の実施により、資格取得に向けた支援を行います。

計画策定時（R 1 年度）	R 6 年度実績値	目標値（R 7 年度）
74%	83%	83%以上

### 第3章 消費者行政をめぐる現状と課題

#### 1 消費生活相談の現状

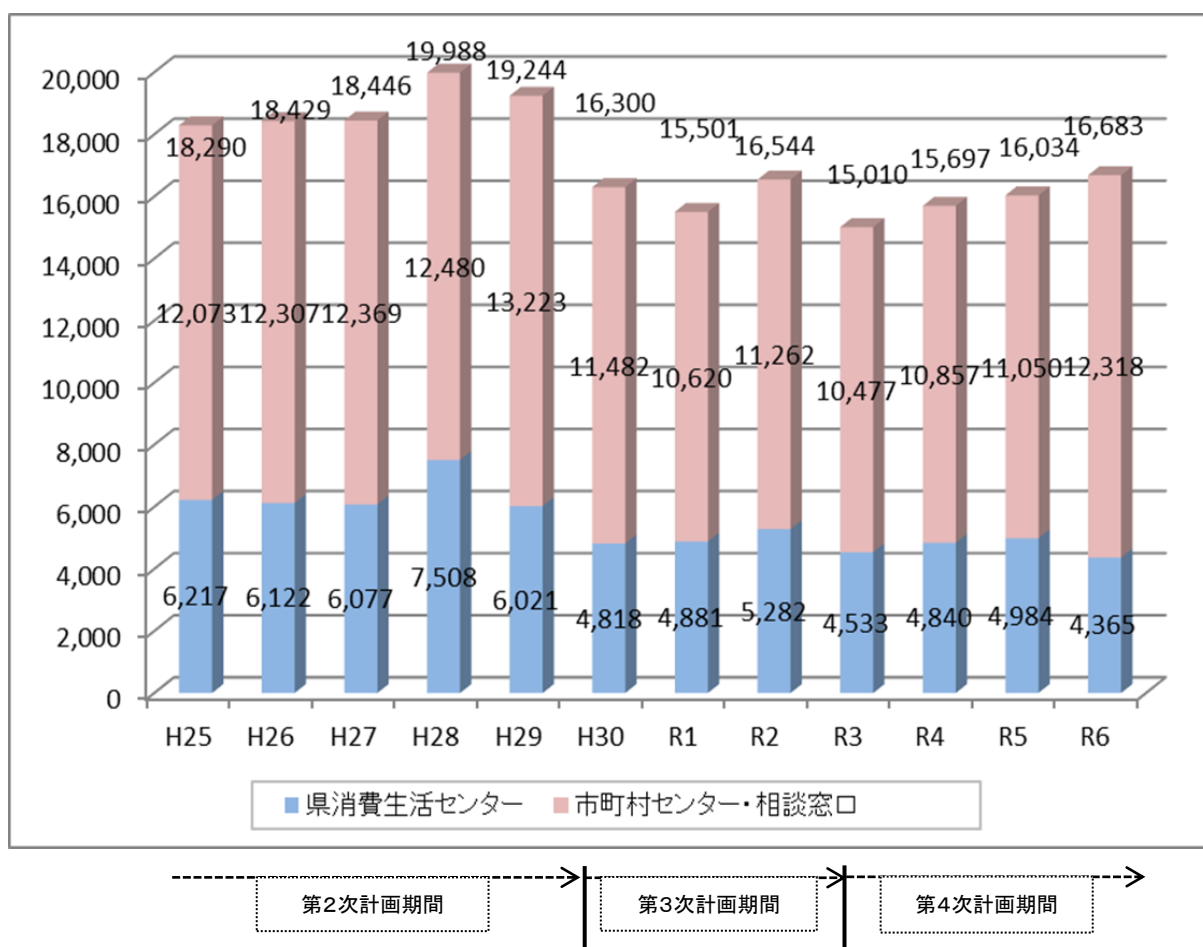
##### (1) 消費生活相談件数

平成22年度（2010年度）に市町村の相談件数が県の相談件数を上回って以降、その傾向は一貫して継続しています。

県及び市町村を合わせた相談件数は、熊本地震が発生した平成28年度（2016年度）及び平成29年度（2017年度）に増加しましたが、平成30年度（2018年度）以降は減少に転じ、令和3年度（2021年度）は約15,000件となりました。その後は年々増加傾向にあります。令和6年度（2024年度）の県への相談件数は4,365件となっています。一方で、市町村の相談件数は12,318件と増加しており、市町村における相談体制が効果的に機能していると考えられます。

また、令和6年度地方消費者行政現況調査によると、本県の消費生活相談におけるあっせん率（令和5年度）は、14.6%と全国自治体平均の9.9%と比較すると高い状況となっています。

【図3 消費生活相談件数の推移】



## (2) 相談内容

県消費生活センターで受け付けた相談件数を商品・サービス別に見ると、不審なメールやフィッシング詐欺を含む「商品一般」と、定期購入によるトラブルが多い「化粧品」「健康食品」に関する相談が上位を占めています。また、占い、サポート契約等を含む「役務その他」も依然上位にあります。

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

近年、副業や投資の儲け話に関する相談が多くなっています。令和6年度の相談件数は167件で、被害総額は約4億2,000万円となり、全体の被害総額の約43%を占めています。

【表1 商品・サービス別相談件数の推移※1】

(単位：件)

商品・役務（サービス）名	計画策定時 （R3年度）		R5年度		R6年度	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
商品一般	412	9.1%	574	11.5%	537	12.3%
化粧品	236	5.2%	373	7.5%	282	6.5%
役務その他 （副業サポート、代行サービス等）	292	6.4%	254	5.1%	262	6.0%
健康食品	172	3.8%	196	3.9%	215	4.9%
相談その他	156	3.4%	170	3.4%	149	3.4%
不動産賃貸借関係	141	3.1%	141	2.8%	135	3.1%

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

【表2 販売購入形態別相談状況の推移】

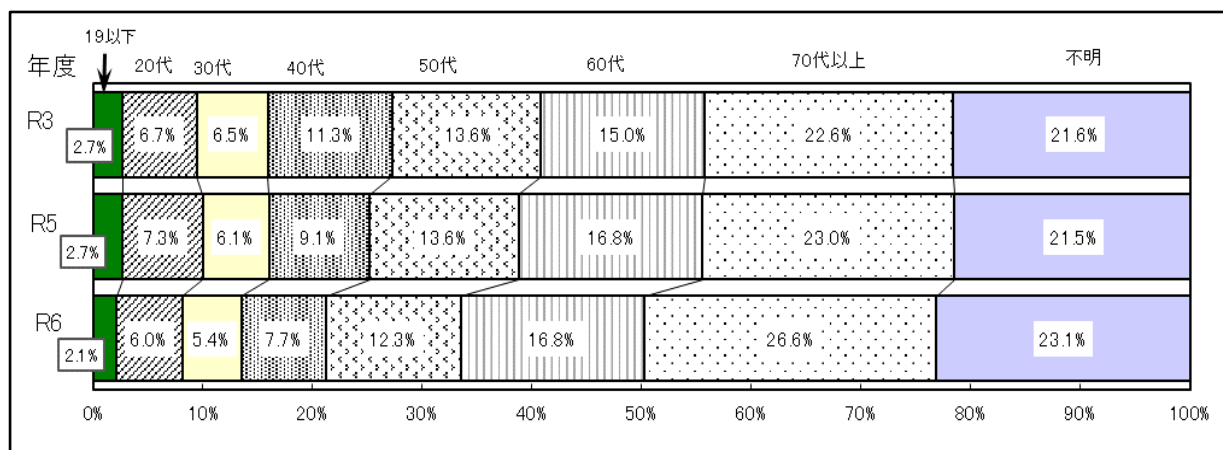
(単位：件)

区 分		計画策定時 (R3年度)	R5年度	R6年度
無店舗販売	通信販売	1,534	1,734	1,411
	訪問販売	316	226	261
	電話勧誘販売	244	219	284
	マルチ商法	61	43	43
	訪問購入	33	33	30
	送り付け商法	5	9	15
	その他無店舗	94	110	109
小 計		2,287	2,374	2,153
店舗購入		765	716	577
不明・無関係		1,481	1,894	1,635
合 計		4,533	4,984	4,365

### (3) 契約当事者の年齢

令和6年度に県消費生活センターへ寄せられた消費生活相談においては、契約当事者に占める60歳以上の割合が43.4%となり、依然として高齢者が契約の当事者である割合が高い傾向にあります。

【図4 契約当事者の年齢別割合】



## 2 消費者行政を取り巻く環境の変化

### (1) デジタル化の急速な進展

近年、デジタル化の進展により、インターネット取引の普及や決済サービスの拡大など消費者の利便性が大きく向上しています。

他方で、「令和7年版消費者白書（消費者庁）」の消費生活相談状況を見ると、2024年の相談件数約90.0万件のうち、「インターネット通販」が約24.5万件（27.2%）、「SNS関係」が約8.6万件（9.5%）となっており、これらの相談件数は近年増加傾向にあります。

また、キャッシュレス決済の普及及び支払い手段の多様化に伴い、取引における支払い方法が複雑化するとともに、そのしくみを悪用した不正利用の問題も発生しています。

今後も、デジタル化の更なる進展により、消費者トラブルが複雑・多様化していくことが懸念されます。

### (2) 消費者のぜい弱性の高まり

#### ① 高齢化の進行

本県の総人口は令和6年（2024年）10月1日現在で約169万6千人、そのうち65歳以上の人口（以下、高齢者人口）は約55万2千人です。

平成27年（2015年）に比べ、総人口が約9万人の減少、高齢者人口で約4万1千人の増加となっており、伸び率で見ると総人口が約5.0%の減少であるのに対して、高齢者人口は約8.0%増加しています。

また、本県の高齢化率（総人口に占める65歳以上人口の割合）は、32.6%（全国平均29.3%）であり、今後も総人口に占める高齢者の割合は増加することが見込まれます。

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

#### ② 成年年齢の引下げ

令和4年（2022年）4月1日から、民法上の成年年齢が20歳から18歳に引き下げられたことに伴い、18歳から親権者の同意なしで契約をすることができるようになり、「未成年者取消権」の行使ができなくなりました。

若年者が、悪質商法の勧誘、副業や投資の儲け話などの消費者トラブルに巻き込まれないようにするためには、成長段階に応じた消費者教育を行うことにより、消費者として正しい知識や判断する力を身に付ける必要があります。

#### ③ 訪日外国人・在留外国人の増加

本県における外国人の延べ宿泊者数は令和5年（2023年）は約100万人を超え、前年と比較して約10倍の延べ宿泊者数を記録しています。

また、在留外国人数は令和6年（2024年）12月末現在で約2万9千人であり、前年度末比14.8%増は、全国7位の伸び率となっています。

このような状況を踏まえると、今後、外国人から寄せられる消費生活相談の件数は増加することが見込まれます。

高齢化やデジタル化等が進展する社会においては、消費者トラブルの複雑・多様

化により、消費者の誰しものがぜい弱な立場に陥るおそれがあります。

そのため、多様な「消費者のぜい弱性」を踏まえた対応を充実させていく必要があります。

### **(3) 持続可能な社会の実現**

#### **① 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり**

SDGs（持続可能な開発目標）は、2030年を達成年限とした、誰一人取り残さない持続可能でより良い社会の実現を目指す世界共通目標です。SDGsの17の目標の中でも、「SDG12：つくる責任、つかう責任」は特に消費者政策との関連が強く、消費者の安全確保に関する施策をはじめ、安全・安心で豊かに暮らすことができる社会を実現するための施策が、この取組の中に位置付けられています。

消費者政策を推進するに当たっては、事業者（生産者）及び消費者がSDGsの達成に向けた取組を加速させることが必要です。

#### **② 緊急時における消費行動の変化**

平成28年熊本地震、令和2年7月豪雨により多くの人命や財産が失われました。自然災害により、消費者の生活基盤は大きく被害を受け、生活関連物資の入手が困難になるなど、消費生活が深刻な影響を受けたり、住宅補修等の生活基盤の再建に乗じた悪質商法や義援金詐欺等の消費者トラブル等も報告されました。

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

また、新型コロナウイルス感染症の拡大時には、マスクやアルコール消毒製品等の生活関連物資が、不確かな情報に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により、一時的に品薄となり、消費者の生活に大きな影響を与えました。

このような自然災害の発生時や感染症の拡大時などの緊急時には、一時的なぜい弱性の増加につけ込む悪質商法等が発生するおそれがあります。

## < 第4次消費者基本計画の総括 >

### 1. 第4次消費者基本計画の取組実績及び成果

- 県ではこれまで、県内どこに住んでいても消費生活相談を受けることができる体制の構築のため、市町村の消費者行政の取組を支援してきました。近年、住民10万人当たりの消費生活相談員数（令和6年度）は4.9人で全国5位の水準になっており、あっせん率（令和5年度）は14.6%と全国自治体平均の9.9%と比較し高くなっており、消費生活相談体制の整備は着実に進みました。
- 第4次消費者基本計画では消費生活相談体制の整備とともに、消費者被害の未然防止と早期救済の推進、持続可能な社会に向けた取組の推進、消費者教育の推進等を重点施策として着実に進めてきました。また、新型コロナウイルス感染症や令和2年7月豪雨災害など緊急時における消費者被害の防止や救済にも対応しました。
- KPIについては「消費者安全確保地域協議会の設置市町村の県内人口カバー率」などは目標を達成した一方、「消費生活相談員の研修参加率」や「出前講座実施数」などの目標が未達成となっています。これは、研修や講座の周知不足、市町村や学校現場のニーズを十分に把握できていなかったことなどが要因と考えられるため、各市町村や学校と丁寧に意見交換を行う中で実情を把握するとともに、引き続き積極的に周知啓発に取り組んでいく必要があります。

### 2. 消費者行政をめぐる現状と課題

- 県内の消費生活相談件数は、16,000件を超えて推移しており、相談内容としては、インターネット通信販売や副業や投資に関するトラブルが多く寄せられており、60歳代以上が43.4%と高齢者の割合が多い傾向にあります。
- デジタル化の進展、高齢化の進行、成年年齢の引き下げなど、消費者を取り巻く環境は大きく変化し、消費者トラブルも複雑・多様化しています。今後も、消費者のぜい弱性の高まりに対応するため、消費者被害の未然防止と早期救済、消費生活の安全・安心の確保、消費者教育に取り組んでいく必要があります。

### 3. 第5次消費者基本計画の基本的方向性

- 第5次消費者基本計画では、第2章の「第4次消費者基本計画の取組実績及び成果等」及び第3章の「消費者行政をめぐる現状と課題」を踏まえ、以下の4つの基本的方向性を定め、それぞれの施策毎に必要な取組を推進します。

#### 【基本的方向性1】消費者被害の未然防止と早期救済の推進

- ・消費者被害の未然防止と早期救済の推進のため、県及び市町村の消費生活相談体制の整備や高齢者等の地域の見守り活動を推進します。

#### 【基本的方向性2】消費生活の安全・安心の確保

- ・消費者の安全・安心確保のための法令に基づく検査・指導、取引適正化のための法執行等、災害時等の注意喚起や情報提供を実施します。

#### 【基本的方向性3】消費者教育の推進

- ・関係団体等と連携し、学校、地域、職域等の様々な場を活用し、ライフステージに応じた消費者教育を推進します。

#### 【基本的方向性4】消費者行政を推進するための連携体制の強化

- ・基本的方向性1～3に基づく施策を推進するための関係機関との連携体制を強化します。

## 第4章 第5次消費者基本計画の推進

第4次消費者基本計画の総括に掲げた第5次消費者基本計画の基本的方向性を具体的に推進していくため、計画期間の5年間に以下のとおり各施策を実施していきます。なお、進行管理のため、施策に応じた成果指標（K P I）を設定します。

### 基本的方向性1 消費者被害の未然防止と早期救済の推進

消費者問題が複雑・多様化する中、消費者がどこに住んでいても質の高い相談や救済を受けられる体制が必要です。

このため、県は、市町村に対する技術的支援を行いつつ、センター・オブ・センターズとして、県消費生活センターの機能の充実・強化を図るとともに、様々な消費生活相談に対し、専門機関と連携して、助言、あっせんなどの対応を行い、消費者被害の未然防止と早期救済に努めるとともに、県内の消費生活相談を担う次世代の消費生活相談員の育成に努めます。

また、高齢者や障がい者など配慮を要する消費者の見守り活動や外国人からの相談対応強化、関係団体と連携した多重債務者対策の取組を推進します。

#### 1 県消費生活センターの専門的・広域的な機能の充実・強化

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

県消費生活センターが、本県における中核的相談機関たるセンター・オブ・センターズとしての役割を十分果たせるよう、県の相談機能の強化を進めます。

##### (1) 専門性の向上

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

##### (2) 関係機関と連携した専門的相談体制の確保

複雑な法律問題や多重債務などの相談に対応するため、県弁護士会及び県司法書士会と連携した無料法律相談を実施するとともに、臨床心理士による助言体制を確保します。

##### (3) 消費者等に対する情報発信

県消費生活センターに寄せられた相談や国の動向等を踏まえ、県の広報媒体の活用や関係機関と連携することにより、県民へ迅速に注意喚起を行います。

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

#### 2 市町村における相談体制整備支援及び相談機能の強化支援

市町村は、住民にとって最も身近な行政機関です。これまで、県は、地方消費者行政活性化基金や地方消費者行政推進交付金、地方消費者行政強化交付金等を活用して、消費生活センターの設立促進や消費生活相談員の配置促進など相談体制の充実を目指す市町村の取組を支援してきました。引き続き、市町村消費者行政が後退する

ことがないよう、関係団体と連携しながら、国への要望活動を継続して実施していきます。

#### (1) 相談対応力の向上支援

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

#### (2) 市町村への技術的支援

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

#### (3) 市町村における体制整備支援

引き続き、国の交付金等を活用し、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される体制が維持・拡充されることを目指し、市町村消費者行政を支援していきます。

### 3 デジタル化の進展に対応した消費生活相談の充実

近年、デジタル化の進展に伴い、SNSを活用した悪質商法が問題となっています。本県においても、インターネット通販による消費者トラブルや、SNSが関係する消費生活相談件数は近年増加傾向にあります。

このため、デジタル技術を用いた悪質事案の発生を未然に防ぎ、早期に被害回復を図るための取組を進めます。

また、国では、令和8年度（2026年度）から新たな相談支援システム（以下、「新システム」）への円滑な移行を最優先課題とし、地方の実情を的確に把握しながら、消費者や地方公共団体の職員・消費生活相談員に対して、十分な情報提供などを行うこととしています。県消費生活センターにおいても、今後の国の動向を注視していきます。

#### (1) デジタル化の進展に対応した相談対応力の向上

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

#### (2) 新たな相談支援システムの移行支援

県内の消費生活センターが円滑に新システムへ移行できるよう、県としても適宜情報提供等を行います。また、国が進める相談体制のDX化を推進するにあたっては、市町村それぞれの実情に応じた支援を行います。

### 4 配慮を要する消費者及び消費生活のグローバル化の進展への対応

少子高齢化の進展等を背景に、地域コミュニティが衰退し、地域のつながりが希薄になっています。こうした状況の中、消費者がトラブルに直面した際に、周囲へ相談できずに問題を一人で抱え込んでしまうことが課題となっています。

特に、高齢者や障がいのある方、判断力が不十分な認知症の方などは、消費者被害に遭いやすく、その深刻化が懸念されます。

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

また、県内の訪日外国人、在留外国人数が増加している現状を受け、外国人からの

相談の増加が見込まれることへの対応を強化します。

**(1) 市町村推進体制の整備促進**

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

**(2) 熊本県高齢者等消費者被害見守りネットワーク連絡協議会の取組推進**

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

**(3) 消費生活のグローバル化への対応**

県消費生活センターでは、訪日外国人・在留外国人からの消費生活相談について、県外国人サポートセンターを始めとした県内の関係機関と連携して対応します。特に、訪日外国人の消費生活相談については、国民生活センターが設置している「訪日観光客消費者ホットライン」を案内するなど、国等の専門機関とも連携した対応を行います。

また、多言語に対応している県公式SNSを活用し、県内の在留外国人向けに消費生活相談窓口を周知します。

**5 多重債務者に対する生活再生支援**

多重債務者問題は、依然として深刻な社会問題であり、とりわけ本県においては、「平成28年熊本地震」、「新型コロナウイルス感染症」、「令和2年7月豪雨」、物価高騰等の影響により多重債務に係る相談件数は、依然として高止まりの状況です。

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

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

**(1) 庁内連携推進のための研修会の開催及び市町村庁内連携の推進**

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

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

**(2) 多重債務者等の生活再生支援の推進**

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

**(3) 多重債務者等を対象とした相談会の開催**

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

## 6 概ね5か年で到達すべき目標（KPI）

成果指標	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和12年度)
県及び市町村の消費生活相談員の資格保有率	83%	90%以上

成果指標	現状値 (令和5年度)	目標値 (令和12年度)
県及び市町村の消費生活相談員の研修参加率	80%	100%

成果指標	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和12年度)
他部局（徴収部門等）と連携体制を構築している市町村数	38市町村	45市町村

成果指標	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和12年度)
高齢者等見守りネットワークを構築または参画している市町村数	38市町村	45市町村

## **基本的方向性 2 消費生活の安全・安心の確保**

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

このため、県は、各種法令等に基づく検査・指導、商品テスト等を行うとともに、消費者取引の適正化を図るため、事業者に対する法執行等を行います。

また、災害など緊急時には状況に応じて生活関連物資の需給状況に関する調査・情報収集を行うとともに、県民に対し適切な情報提供を行います。

### **1 生命・健康等の安全・安心の確保**

商品・サービス、食に関する関係法令等に基づき、検査・監視・指導体制を確保するとともに、県民や事業者への講習会や情報提供等を行うことにより、消費者の生命・健康等の安全・安心の確保に努めます。

#### **(1) 商品・サービスの安全性の確保**

消費者事故等に関する情報について、消費者庁へ速やかに通知するとともに、苦情相談等に伴う原因究明のための商品テストを行います。

また、消費生活用製品安全法や各種法令等に基づき商品・サービス等の検査・監視・指導、県民への情報提供等を行います。

#### **(2) 食の安全・安心の確保**

生産から販売に至る各段階における安全管理体制を確保するため、関係法令等に基づき、事業者に対して検査・監視・指導等を行います。

また、県民や事業者への講習会や情報提供等を行うことにより、食の安全・安心を確保します。

### **2 消費者取引の適正化**

消費者が安全・安心な消費生活を送るためには、商品・サービス等の安全性が確保されるだけでなく、取引が適正であることが重要です。県は、消費者の利益の擁護を図るため、関係機関と連携しながら、適正な消費者取引の推進に向けた各種取組を実施していきます。

#### **(1) 各種法令等に基づく不当な取引行為の防止**

事業者のコンプライアンス確保に向けた助言や相談対応、市町村や警察等の関係機関との情報共有や連携推進、不当な取引行為を行う悪質な事業者に対する法執行等を行うことにより、消費者取引の適正化に努めます。

#### **(2) 適格消費者団体との連携**

引き続き、事業者の不当な取引行為に対する差止請求権が認められている「適格消費者団体」と連携し、消費者契約法第 40 条により消費生活相談情報を提供するとともに、差止請求権について県民への周知を行います。

### **3 適正な表示の確保**

消費者の自主的かつ合理的な選択の機会確保のため、県民や事業者に対し、適正な表示について講習会等を行うとともに、不当景品類及び不当表示防止法、家庭用品品質表示法、食品表示法等の関係法令等に基づき、立入検査・指導等を行うこと

により、適正な表示の確保に努めます。

#### **4 生活関連物資等の安定確保**

生活関連物資等の安定確保のため、商品等の需給及び価格の動向について必要な調査や情報収集を行います。また、県民に対し、需給状況の情報提供や便乗した詐欺や悪質商法に関する注意喚起を行うとともに、必要に応じ、関連事業者団体等に対し、供給の確保や便乗値上げ防止等の要請を行います。

#### **5 災害時等における消費生活の安心の確保**

災害時や感染症拡大時など緊急時において、被害の状況に応じた相談体制を構築し、消費者へ適切な消費行動を行うための情報提供を行うとともに、災害時等に便乗した悪質商法に関する注意喚起を行います。

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

さらに、緊急時に市町村の消費生活相談窓口機能を補完するために、消費者庁及び国民生活センターと連携し、被災者の声を適切に反映できるよう相談体制の確保に努めます。

## 基本的方向性3 消費者教育の推進

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

このため、県では関係団体等と連携し、学校、地域、職域等の様々な場を効果的に活用し、それぞれのライフステージに応じた消費者教育を推進します。

また、地域の見守り活動を担う人材の育成や食品ロス削減など持続可能な社会の実現に向けた取組を促進します。

### 1 ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進

成年年齢引き下げにより、若者が消費者トラブルに巻き込まれるリスクが高まっています。そのため、小学校から高等学校までの成長段階に応じた実践的な消費者教育を推進します。

また、若年層に限らず、すべての消費者が安全・安心な消費生活を送るために、関係団体等と連携し、学校、地域、職域等の様々な場において、ライフステージに応じた消費者教育を推進します。

#### (1) 学校等における消費者教育の推進

##### ① 高等学校段階までの着実な消費者教育の実施

- 小学校、中学校、義務教育学校、高等学校及び特別支援学校において、学習指導要領に基づく消費者教育を着実に実施します。
- より実践的な能力を身に付けられる教材(「社会への扉」(消費者庁作成)等)を活用した授業の促進や、学校現場のニーズに沿った消費者教育教材の提供を行います。
- 県消費者教育コーディネーターを活用し、学校現場のニーズ把握を行うとともに、ニーズに沿った出前講座のマッチングや教材作成等の支援を行います。
- 関係団体等と連携し学校現場のニーズに即した高校生等のための出前講座を実施するとともに、「ALL 熊本金融経済教育プロジェクト」を活用して、県内の高校生等を対象にした金融経済教育を推進します。

##### ② 専修学校・各種学校、大学等における消費者教育の推進

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

#### (2) 職域、地域社会における消費者教育の推進

- 事業者等が行う研修等において、講師を派遣して出前講座を行うとともに事業者のニーズに沿ったチラシ等の配布を行います。
- 地域において、市町村、地域団体、社会福祉団体、社会教育施設等が研修等

を行う際に、講師の派遣を行うとともに、ニーズに沿ったチラシ等の配布をします。

- 見守りネットワーク構成団体と連携し、構成員や高齢者等の支援者に対し、高齢者等を狙う悪質商法への対応方法など消費者教育を推進します。
- 熊本県金融広報委員会、金融経済教育推進機構等の関係団体と連携し、金融経済教育を推進します。

## 2 消費者教育の連携と人材育成

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

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

### (1) 多様な主体との連携促進

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

### (2) 消費者教育の担い手育成

#### ① 学校における教職員の指導力の向上

教職員は、消費者教育の担い手として重要な役割が期待されます。

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

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

#### ② 大学等における教職員の指導力の向上

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

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

#### ③ 地域における担い手の育成

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

特に、市町村の消費生活センター、消費生活相談窓口で相談を受ける消費生活相談員や消費者行政担当職員は、地域における消費者教育の中核的担い手であり、各主体との連携を図るうえでコーディネーターとしての役割も期待され

ます。そのため、市町村等が教育の担い手育成やスキルアップを図るために実施する研修に対し、専門家を派遣するなどにより、その取組を支援します。

#### ④ 職域における担い手の育成

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

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

### 3 地域における高齢者・障がい者等の見守り活動を担う人材育成の支援

高齢者や障がい者等の配慮を要する消費者は、判断力や理解力が十分でない場合があります。消費者トラブルに巻き込まれやすい傾向があります。

さらに、被害に自ら気づきにくく、問題が顕在化しづらいため、対応が遅れるケースも少なくありません。

こうしたリスクに対応するためには、地域において消費者の安全・安心を支える見守り活動が不可欠であり、地域の実情に応じた見守り活動を効果的に実施するためには、消費者行政部局、関係機関、事業者など多様な主体が連携し、支援体制を強化することが重要です。その一環として、見守り活動の担い手となる人材の育成に取り組めます。

### 4 持続可能な社会の実現に向けた取組の推進

我が国の食品ロス発生量は年間 464 万トン（令和 5 年度推計）で、食料生産や輸送、廃棄に費やされた資源や労力、コスト等の浪費であり、その過程で排出されたCO<sub>2</sub>により環境に負荷が生じています。食品ロス削減は国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」にも位置付けられており、国は令和元年（2019 年）10 月に「食品ロス削減の推進に関する法律」を制定、令和 2 年（2020 年）3 月に「食品ロス削減の推進に関する基本的な方針」を閣議決定、令和 7 年（2025 年）3 月に同方針の変更を閣議決定し、食品ロス削減を国民運動として推進しています。

本県においても、令和 4 年（2022 年）3 月に「熊本県食品ロス削減推進計画」を策定し、消費者や事業者、関係団体等と連携して食品ロス削減に取り組んでいます。持続可能な生産と消費は共に推進される必要があるとの認識の下、消費者に期待される役割として、エシカル消費や食品ロス削減の普及啓発等により、消費者の主体的取組が推進されることが重要となります。

#### （1）食品ロス削減に係る取組の推進

食品ロス削減アクション「四つ葉のクローバー運動」（①「てまえどり」推進、②「食べきり運動」推進、③「フードドライブ」活動推進、④「食ロスチェック」実施）を消費者や事業者、関係団体等と連携して重点的に推進します。

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

## (2) エシカル消費の普及啓発に係る取組の推進

人や社会、環境に配慮した消費行動である「エシカル消費」について、消費者教育コーディネーターが作成した教材の活用や学校訪問等によるエシカル消費講座の案内を通じて、普及啓発を推進します。

## (3) 環境の保全、その他の持続可能な社会の形成に資する取組の推進

### ① 環境教育の推進

県消費生活条例第 37 条において、健全な消費生活を推進するため、資源及びエネルギーの有効利用及びこれを通じた環境への配慮に関し、知識の普及、指導、情報の提供その他必要な施策を講ずるものとしており、また、本県では「2050 年までに『県内CO<sub>2</sub>排出実質ゼロ』を目指す」こととしています。

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

### ② 食育の推進

県民一人ひとりが、ライフステージに応じた健全な食生活を実践できるよう、食育の取組を推進します。

### ③ カスタマーハラスメントの防止

近年、「カスタマーハラスメント（消費者による暴言や不当な要求等）」が深刻な社会問題となっています。消費者と事業者との円滑なコミュニケーションを図り、持続可能な消費活動を推進するため、消費者が事業者意見に適切に伝える方法等について、周知・啓発を行います。

## 5 概ね5か年で到達すべき目標（KPI）

成果指標	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和12年度)
高校生等を対象とした消費生活出前講座実施回数	63回/年	110回/年

成果指標	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和12年度)
実践的な消費者教育を実施した高校等の数（「社会への扉」活用等）	82校 (74.5%)	110校 (100%)

成果指標	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和12年度)
講習等（出前講座を含む）の実施市町村数	27市町村 (60%)	45市町村 (100%)

成果指標	現状値 (令和7年度)	目標値 (令和12年度)
食品ロス削減に取り組んでいる消費者の割合	95.8%	前年度比増

## 基本的方向性 4 消費者行政を推進するための連携体制の強化

基本的方向性 1～3 の施策を取り組むに当たっては、市町村や関係団体との連携体制を強化し、本計画に基づく施策の実施を通じて、本県の消費者行政を推進します。

また、県では毎年度の進捗状況を消費生活審議会へ報告し施策間の共有を図るとともに、様々な会議や研修の機会等を通して関係団体等との連携を強化します。

### 1 各分野における施策間の連携強化

消費者の安全・安心を確保し、消費者被害を未然に防止するためには、多様化・複雑化する問題に対応できる体制を築くことが重要です。消費者行政分野だけでなく教育、福祉、環境、警察等の各分野の施策が密接に関わり合い、相互に情報共有を行いながら、包括的に消費者行政に取り組みます。

具体的には、庁内の消費生活関係部局から構成される消費者行政推進本部において、必要な協議及び調整を行うとともに、毎年度、消費生活審議会及び消費者教育推進地域協議会にて、各分野の学識経験者等から計画の推進について意見等を求め、施策への反映に努めます。

### 2 関係機関との連携強化

国、他の都道府県、市町村、他の行政機関等、弁護士会、司法書士会、消費生活協同組合、消費者団体等へ積極的に情報提供等を行い、連携を強化することで、対応困難事例への対応力強化、消費者教育の更なる推進、見守りネットワークの構築の促進等、消費者行政の充実を図り、県民が安全・安心して生活できる環境を構築していきます。

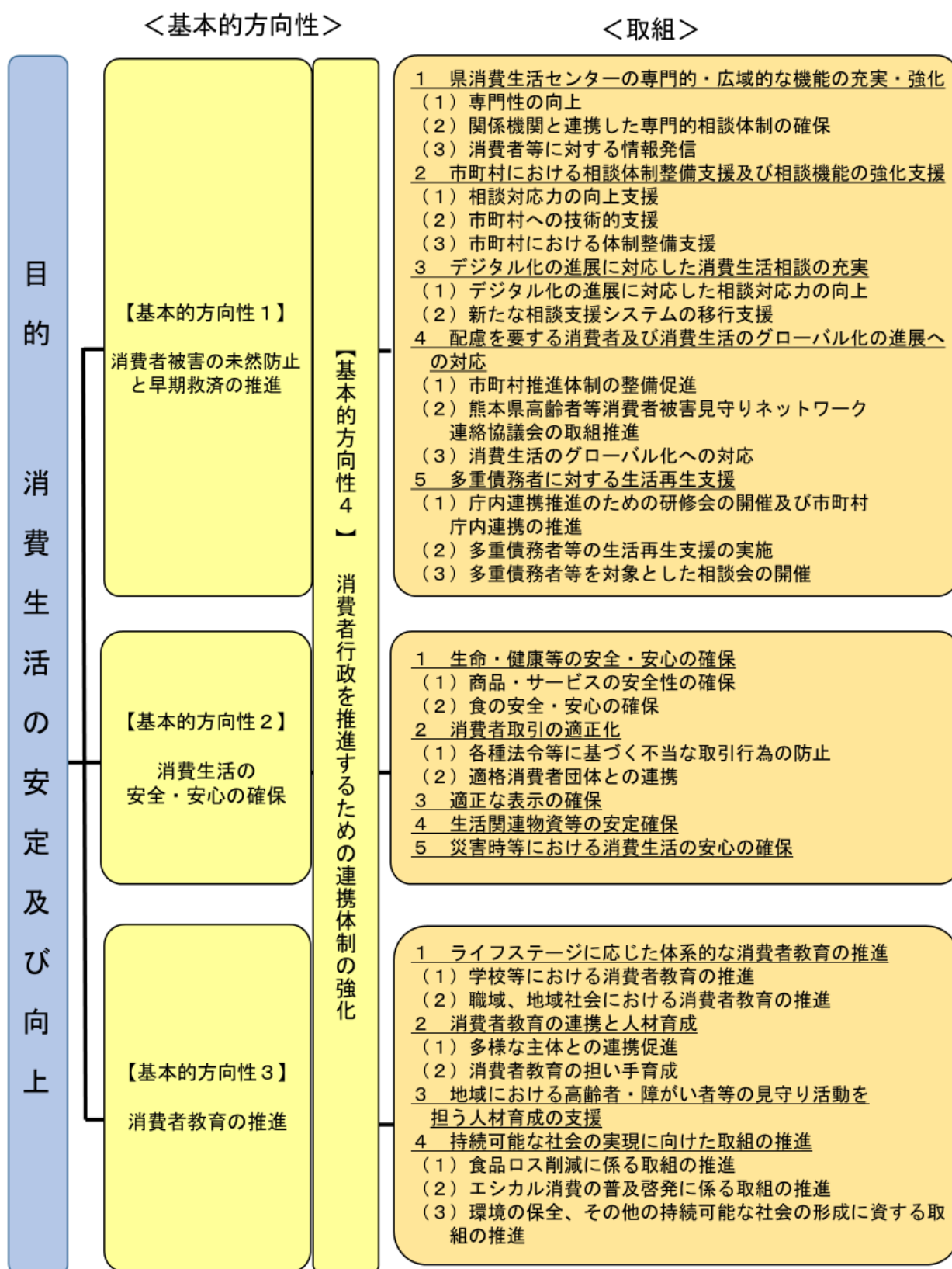
また、計画の推進に当たっては、国と連携しながら、必要に応じて消費者庁への施策提言等を行います。

### 3 概ね5か年で到達すべき目標（KPI）

成果指標（再掲）	現状値 （令和6年度）	目標値 （令和12年度）
他部局（徴収部門等）と連携体制を構築している市町村数	38 市町村	45 市町村

成果指標（再掲）	現状値 （令和6年度）	目標値 （令和12年度）
高齢者等見守りネットワークを構築または参画している市町村数	38 市町村	45 市町村

【図5 第5次消費者基本計画の施策体系】



※ 基本的方向性3は「消費者教育の推進に関する法律」第10条第1項に基づく「熊本県消費者教育推進計画」として策定しています。

## 第5章 計画の推進に向けて

### 1 推進体制

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

### 2 関係機関との連携・協力

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

### 3 計画の進行管理

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

### 4 消費生活審議会・消費者教育推進地域協議会への報告

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

### 5 実施状況等の公表

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

# 資 料

○用語解説

○熊本県消費生活条例

○消費者教育の推進に関する法律

○熊本県消費生活審議会（熊本県消費者教育推進地域協議会委員）名簿

○熊本県内の消費生活相談窓口一覧

## 用語解説

### 【あ】

#### 【悪質商法】

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

#### 【悪質な事業者】

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

#### 【あっせん】

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

### 【え】

#### 【エシカル消費】

地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動のこと。  
フェアトレード商品、障がい者支援につながる商品、その地域で作られた商品（地産地消）などを優先して購入することなどが挙げられる。

### 【お】

#### 【ALL熊本 金融経済教育プロジェクト】

令和7年（2025年）4月に発足。熊本県内の産（民間企業等）・官（行政機関）・学（教育機関）・金（金融機関）の関係機関が一体となり、これからの熊本県を担う高校生の金融リテラシーの向上に貢献すること等を目的とし、県内全域の高校等を対象に金融・経済分野に係る出前授業（無償）を実施する取組。

### 【き】

#### 【金融経済教育】

金融リテラシー（経済的に自立し、より良い生活を送るために必要なお金に関する知識や判断力）を身につけるための教育。

### 【く】

#### 【熊本県消費生活条例】

県民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的として、県民の消費生活における利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立支援その他の基本理念を定め、県、事業者及び消費者の責務等を明らかにするとともに、県の実施する施策について必要な事項を定めた県の条例。昭和52年（1977年）9月制定。

### 【け】

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

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

### 【し】

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

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

#### 【社会への扉】

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

した、主に高校生を対象とした教材のこと。

### **[消費者安全確保地域協議会]**

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

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

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

### **[消費者基本計画]**

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

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

### **[消費者教育]**

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

### **[消費者教育コーディネーター]**

地域において消費者教育を担う様々な人材（行政職員、消費生活相談員、教育関係者、福祉関係者、消費者団体、事業者等）が有機的に活動できるように、それらの人材をつないだり、調整したりする役割を担う。

### **[消費者教育推進計画]**

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

### **[消費者ホットライン「188」]**

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

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

### **[消費生活センター]**

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

- ① 事業者に対する消費者からの苦情に係る相談について、専門的な知識及び経験を有する者が、苦情の処理及びあっせんを行うこと。
- ② 全国消費生活情報ネットワークシステムの機能を有する電子情報処理組織、その他の設備を備えていること。
- ③ ①及び②の事務を 1 週間に 4 日以上行うこと。

### **[消費生活相談]**

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

### **[消費生活相談員]**

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

### **[消費生活相談窓口]**

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

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

### **[商品テスト]**

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

### **[食品ロス]**

本来食べられるにも関わらず捨てられる食品のこと。

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

日本では、令和5年（2023年）には事業者系食品ロス及び家庭系食品ロスで合計約464万トンの食品ロスが発生しており、連携して削減に取り組んでいく必要がある。

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

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

### **[新アクションプラン]**

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

### **[センター・オブ・センターズ]**

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

具体的には、県内の消費者事故情報等の一元的な集約や、複数の市町村で発生している消費生活相談を自ら処理したり、豊富な相談事例の蓄積などを活かし、より高度で専門的な知識が必要とされる事案に解決に乗り出したり、市町村の相談員等へのアドバイスを行い県全体としてあっせん力の向上など問題解決能力を高めていくこと。

### **【そ】**

#### **[ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS：social networking service）]**

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

### **【た】**

#### **[多重債務者]**

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

#### **[多重債務問題]**

借金の返済のために借金を繰り返して雪だるま式に借金が膨らみ、返済困難に陥り、自殺や夜

逃げ、家庭崩壊等、本人や家族等の人生に重大な影響を及ぼす社会問題。

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

## 【ち】

### 【地方消費者行政活性化基金】

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

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

### 【地方消費者行政強化交付金】

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

### 【地方消費者行政推進交付金】

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

## 【て】

### 【適格消費者団体】

消費者契約法（平成 12 年法律第 61 号）の規定により内閣総理大臣の認定を受けた消費者団体。不特定多数の消費者の利益のために、差止請求権訴訟を提起することが認められている。令和 7 年（2025 年）10 月末現在、全国で 26 の団体が認定を受けている。

### 【DX (Digital Transformation : デジタルトランスフォーメーション)】

デジタル技術を活用した変革。

## 【に】

### 【2050 年県内 CO2 排出実質ゼロ】

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

## 【ま】

### 【マルチ商法】

販売組織の加入者が消費者に商品などを購入させて、その販売組織に加入させることによりマージンを得る仕組みの商法。これを繰り返すことにより、販売組織がピラミッド式に拡大していく。

## 【み】

### 【見守りネットワーク】

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

## 【よ】

### 【四つ葉のクローバー運動】

令和 4 年（2022 年）3 月「熊本県食品ロス削減推進計画」を策定（令和 8 年（2026 年）3 月改

定) し、日常生活で取り組める食品ロス削減につながる4つの行動として推進。

- ・ **てまえどり**

日頃の買い物の際、購入してすぐに食べるものについて、商品棚の手前にある商品等、販売期限の迫った商品を積極的に選ぶ行為。

- ・ **食べきり運動**

県民、食べきり協力店、県が協力して、宴会等での食べきりを目指す運動。

- ・ **フードドライブ**

家庭で余っている食べ物を学校や職場などに持ち寄り、それらをまとめて必要とする支援団体に寄付する活動。

- ・ **食ロスチェック**

消費者団体等の協力を得て消費者からモニターを募り、食品ロスの発生要因等を調査し、事業者等と共有する取組。

# 熊本県消費生活条例

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

## 目 次

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

## 第 1 章 総則

### (目的)

第 1 条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、県民の消費生活における利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立支援その他の基本理念を定め、県、事業者及び消費者の責務等を明らかにするとともに、県の実施する施策について必要な事項を定めることにより、県民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的とする。

### (基本理念)

第 2 条 消費者の利益の擁護及び増進に関する施策(以下「消費者施策」という。)の推進は、県、事業者及び消費者の相互の信頼を基調とし、県民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、次に掲げる消費者の権利を尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

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

### (定義)

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

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

### (県の責務)

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

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

### (市町村との連携等)

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

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

(事業者の責務等)

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

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

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

2 事業者団体は、県が実施する消費者施策に協力しなければならない。

第8条 消費者は、自ら進んで、消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するとともに、県が実施する消費者施策に協力するよう努めなければならない。

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

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

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

(消費者基本計画)

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

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

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

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

5 前2項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

## 第2章 消費生活の安全、取引等の適正化に関する施策

### 第1節 安全の確保

(安全の確保)

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

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

(安全の確保に関する調査)

第12条 知事は、事業者が供給する商品等について、危険商品等の疑いがあると認めるときは、速やかに必要な調査を行うものとする。

2 知事は、前項の調査を行う場合において、必要があると認めるときは、当該事業者に対し、期間を定めて、当該商品等が安全であることの裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることが

できる。

(安全確保勧告等)

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

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

(緊急安全確保措置)

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

第2節 表示、規格等の適正化

(表示の適正化)

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

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

(規格の適正化)

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

(包装の適正化)

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

(計量の適正化)

第18条 事業者は、その供給する商品等について、消費者が不利益を被ることがないように適正な計量をするよう努めなければならない。

(広告の適正化)

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

(供給後のサービスの適正化)

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

(自主基準)

第21条 事業者は、その供給する商品等について、表示、規格等の適正化を図るため、必要な基準(以下「自主基準」という。)を定めるよう努めなければならない。

2 事業者は、自主基準を定め、変更し、又は廃止したときは、速やかに当該自主基準を知事に届け出なければならない。

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

(県の基準の設定)

第22条 知事は、事業者が供給する商品等について、表示、規格等の適正化を図るため、特に必要があると認めるときは、事業者が遵守すべき基準(以下「県の基準」という。)を定めることができる。

- 2 知事は、前項の規定により県の基準を定めようとするときは、熊本県消費生活審議会の意見を聴いて定めるものとする。
- 3 知事は、県の基準を定めたときは、速やかに告示しなければならない。
- 4 前2項の規定は、第1項の規定により定めた県の基準を変更し、又は廃止する場合に準用する。

(県の基準の遵守義務)

第23条 事業者は、県の基準を遵守しなければならない。

(表示、規格等の適正化に関する調査)

第24条 知事は、事業者が県の基準に違反している疑いがあると認めるときは、速やかに必要な調査を行うものとする。

- 2 知事は、前項の調査を行う場合において、必要があると認めるときは、当該事業者に対し、期間を定めて、当該県の基準に違反していないことの裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が、当該資料を提出しないときは、県の基準に違反しているものとみなす。

(県の基準の遵守勧告)

第25条 知事は、事業者が県の基準に違反していると認めるときは、当該事業者に対し、これを遵守するよう勧告することができる。

### 第3節 不当な取引行為の禁止等

(不当な取引行為の禁止)

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

- (1) 消費者に対し、販売の意図を隠して接近し、商品等に関する重要な情報を提供せず、不実を告げ、誤信を招く情報を提供し、将来における不確実な事項について断定的な判断を提供し、消費者の意に反し、威迫し、執ように説得し、又は心理的に不安な状態若しくは正常な判断ができない状態に陥れる方法その他の不当な方法により契約(商品等を販売する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者からの商品等の購入を条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約を含む。以下この条において同じ。)の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- (2) 消費者に対し、不当に不利益をもたらす内容の契約を締結させる行為
- (3) 消費者又はその関係人に対し、契約(契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。)に基づくその債務の履行を不当に強要し、又は消費者に対し、契約に基づく自己の債務の履行を不当に拒否し、一方的に変更し、若しくは正当な理由なく遅延させる行為
- (4) 消費者に対し、消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、解除、取消し若しくは無効の主張を妨げ、又は契約の申込みの撤回、解除若しくは取消しによって生ずる債務若しくは契約が無効であることに基づく債務の履行を不当に拒否し、若しくは正当な理由なく遅延させる行為

(不当な取引行為に関する調査)

第27条 知事は、事業者と消費者との間で行われる取引に関する行為について、不当な取引行為の疑いがあると認めるときは、速やかに必要な調査を行うものとする。

- 2 知事は、前項の調査を行う場合において、必要があると認めるときは、当該取引行為をする事業者に対し、期間を定めて、当該取引行為が正当な取引行為であることの裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が、当該資料を提出しないときは、不当な取引行為を行っているものとみなす。

(不当な取引行為の中止勧告)

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

(不当な取引行為に関する情報提供)

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

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

### 第3章 消費者啓発及び消費者教育の推進等

(消費者啓発及び消費者教育の推進)

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

(消費者団体の活動の促進)

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

(試験等の実施及び情報提供)

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

### 第4章 生活関連商品等に関する施策

(調査等)

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

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

(商品等の指定)

第34条 知事は、生活関連商品等の買占め若しくは売惜しみが行われ若しくは行われるおそれがある場合又は生活関連商品等の価格が異常に上昇し若しくは上昇するおそれがある場合において、当該生活関連商品等の不足若しくは価格の上昇が県民の生活に著しい影響を及ぼし又は及ぼすおそれがあると認めるときは、当該生活関連商品等を特別の調査を要する商品等として指定することができる。

2 知事は、前項に規定する事態が消滅したと認めるときは、同項の規定による指定を解除するものとする。

3 知事は、第1項の規定により指定し、又は前項の規定により指定を解除したときは、速やかにその旨を告示しなければならない。

(商品等の売渡し勧告)

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

(価格の引下げ勧告)

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

### 第5章 資源及びエネルギーの有効利用を通じた環境への配慮等

(環境への配慮等)

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

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

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

### 第6章 多重債務問題改善の取組

(多重債務問題改善の取組)

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

## 第7章 消費者苦情の処理等

(消費者苦情の処理)

第39条 知事は、消費者苦情の申出があったときは、速やかにその内容を調査し、当該消費者苦情を解決するために、助言、あっせんその他の措置を講じなければならない。

2 知事は、前項の規定による調査に当たって必要があると認めるときは、当該消費者苦情に係る事業者その他の関係者に資料の提出又は説明を求めることができる。

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

(消費者苦情の処理に係る市町村への支援)

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

(消費者苦情の処理に係る人材の確保等)

第41条 県は、消費者苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、人材の確保及び資質の向上その他の必要な施策を講ずるものとする。

(熊本県消費者苦情処理委員会)

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

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

3 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

4 臨時委員は、当該特別事項の審議が終了したとき、解任されるものとする。

5 第2項の委員及び臨時委員は、再任されることができる。

6 委員会は、あっせん又は調停のため必要があると認めるときは、当該消費者苦情に係る関係者に対し、必要な資料の提出又は説明を求めることができる。

7 第2項から前項に定めるもののほか、委員会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

(消費者苦情の処理に関する情報の提供)

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

(消費者訴訟の援助)

第44条 知事は、消費者が事業者を相手とする訴訟(以下「消費者訴訟」という。)を提起する場合において、当該訴訟が次の各号のすべてに該当する消費者苦情に係るもので、公益上必要があると認めるときは、委員会の意見を聴いて、当該消費者に対し、規則で定めるところにより、当該訴訟の費用に充てる資金の貸付けを行うことができる。

(1) 委員会のあっせん又は調停によって解決されなかったもの

(2) 同一又は同種の被害が多数発生し、又は多数発生するおそれがあるもの

(3) 1件当たりの被害額が規則で定める額以下のもの

(貸付金の返還等)

第45条 前条の規定により資金の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したときは、当該貸付けに係る資金に相当する金額を返還しなければならない。

2 知事は、前項の規定にかかわらず、特に必要があると認めるときは、規則に定めるところにより、当該貸付けに係る資金の全部若しくは一部の返還を猶予し、又は免除することができる。

(適格消費者団体への支援)

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

## 第8章 熊本県消費生活審議会

(熊本県消費生活審議会)

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

2 審議会は、委員15人以内で組織する。

3 委員は、次の各号に掲げる者のうちから、知事が任命する。

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

4 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

5 委員は、再任されることができる。

6 第2項から前項までに定めるもののほか、審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

## 第9章 知事に対する申出

(知事に対する申出)

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

2 知事は、前項の規定による申出があったときは、必要な調査を行い、その申出の内容が事実であると認めるときは、この条例に基づく措置その他適当な措置をとるものとする。

## 第10章 調査、公表等

(立入調査等)

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

2 前項の規定により立入調査又は質問をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者に提示しなければならない。

3 第1項に規定する立入調査又は質問の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

(公表)

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

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

(意見の聴取)

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

## 第11章 雑則

(国等への要請)

第52条 知事は、この条例の目的を達成するため必要があると認めるときは、国、他の地方公共団体又は独立行政法人に対し、適切な措置をとるよう要請し、又は協力を求めるものとする。

(委任)

第53条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附則 (略)

**消費者教育の推進に関する法律**  
(平成二十四年八月二十二日法律第六十一号)

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

**第一章 総則**

(目的)

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

(定義)

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

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

(基本理念)

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

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

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

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

**5** 消費者教育は、消費者の消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。

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

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

(国の責務)

**第四条** 国は、自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができる自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念（以下この章において「基本理念」という。）にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

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

(地方公共団体の責務)

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

た施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(消費者団体の努力)

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

(事業者及び事業者団体の努力)

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

(財政上の措置等)

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

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

## 第二章 基本方針等

(基本方針)

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

2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項

二 消費者教育の推進の内容に関する事項

三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項

四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

3 基本方針は、消費者基本法（昭和四十四年法律第七十八号）第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

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

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

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

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

8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

(都道府県消費者教育推進計画等)

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

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

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

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

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

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

### 第三章 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

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

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

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

(大学等における消費者教育の推進)

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

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

(地域における消費者教育の推進)

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

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

(事業者及び事業者団体による消費者教育の支援)

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

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

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

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

(教材の充実等)

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

(人材の育成等)

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

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

(調査研究等)

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

(情報の収集及び提供等)

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

努めなければならない。

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

#### 第四章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

**第十九条** 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

- 2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

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

(消費者教育推進地域協議会)

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

- 2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。

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

#### 附 則 抄

(施行期日)

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

(検討)

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

## 熊本県消費生活審議会（熊本県消費者教育推進地域協議会）委員名簿

任期：令和7年(2025年)7月1日～令和9年(2027年)6月30日

区分	氏名	所属団体等（役職名等）
学 識 経 験 者	山西 佑季	熊本県立大学総合管理学部（准教授）
	諏佐 マリ	熊本大学 大学院人文社会科学研究部（准教授）
	原 彰宏	熊本県弁護士会（消費者問題対策委員会委員長）
	福井 一基	株式会社熊本日日新聞社（編集局編集委員兼論説委員）
	木原 徹	熊本県公立高等学校長会 （熊本県立上天草高等学校長）
	菊川 雅子	熊本県高等学校教育研究会家庭部会 （熊本県立菊池支援学校副校長）
消 費 者	中山 健	NPO法人消費者支援ネットくまもと（事務局長）
	東原 福美	NPO法人熊本消費者協会（会長）
	中野 祐子	熊本県生活協同組合連合会（理事）
	神保 京子	熊本県地域婦人会連絡協議会（副会長）
事 業 者	西村 秀美	一般社団法人熊本県銀行協会（事務局次長）
	浦田 隆治	熊本県商工会連合会（専務理事）
	原山 明博	熊本県商工会議所連合会（専務理事）
行 政	赤池 健志郎	人吉市職員（市民部地域コミュニティ課長）
	川口 和博	熊本県社会福祉協議会（地域福祉部長）

（令和8年(2026年)1月現在、敬称略）

## 熊本県内の消費生活相談窓口一覧

相 談 窓 口 (無料)	電話番号・受付時間	備 考
熊本県弁護士会 法律相談センター	096-325-0009(電話予約または web予約) (平日9:00~17:00)	多重債務の相談は無料
熊本県司法書士会 総合相談センター	096-364-2890(予約制) (平日9:00~17:00)	多重債務の相談は無料
NPO法人 熊本クレ・サラ被害をなくす会	096-351-7400 (月~金 10:00~17:00、 土 10:00~12:00)	サラ金、ヤミ金、多重債務などの相談
日本司法支援センター 熊本地方事務所(法テラス熊本)	0570-078365(ナビダイヤル) 050-3383-5522(IP電話の場合) (平日9:00~17:00)	・債務整理方法の情報提供 ・民事法律扶助による無料法律相談の 案内
熊本県警 警察安全相談室 (警察本部広報県民課)	#9110 096-383-9110 (平日8:30~17:00)	脅されたときなどは、お近くの警察署、 交番、駐在所へ
九州財務局多重債務相談窓口	096-351-0150 (平日9:00~12:00、13:00~17:00)	多重債務相談
グリーンコープ生活協同組合くま もと 生活再生相談室	096-243-2100 (月~金 8:30~17:30、 第1、第3土 9:00~12:00)	生活再生相談 生活再生貸付
適格消費者団体 NPO法人消費者支援ネットくま もと	096-356-3110 (平日10:00~12:00、 13:00~17:00)	消費者被害の未然防止・拡大防止・被害 回復のための活動(不当な事業活動への 改善申し入れ、差止請求)
消費者ホットライン188(いや や!)	188(ナビダイヤル)	お住まいの近くの消費生活センター・相 談窓口につながります。受付時間はつな がった相談窓口によって異なります。
各市の消費生活センター	お住まいの市へお問い合わせください。	
各町村の消費生活相談窓口	お住まいの町村へお問い合わせください。	