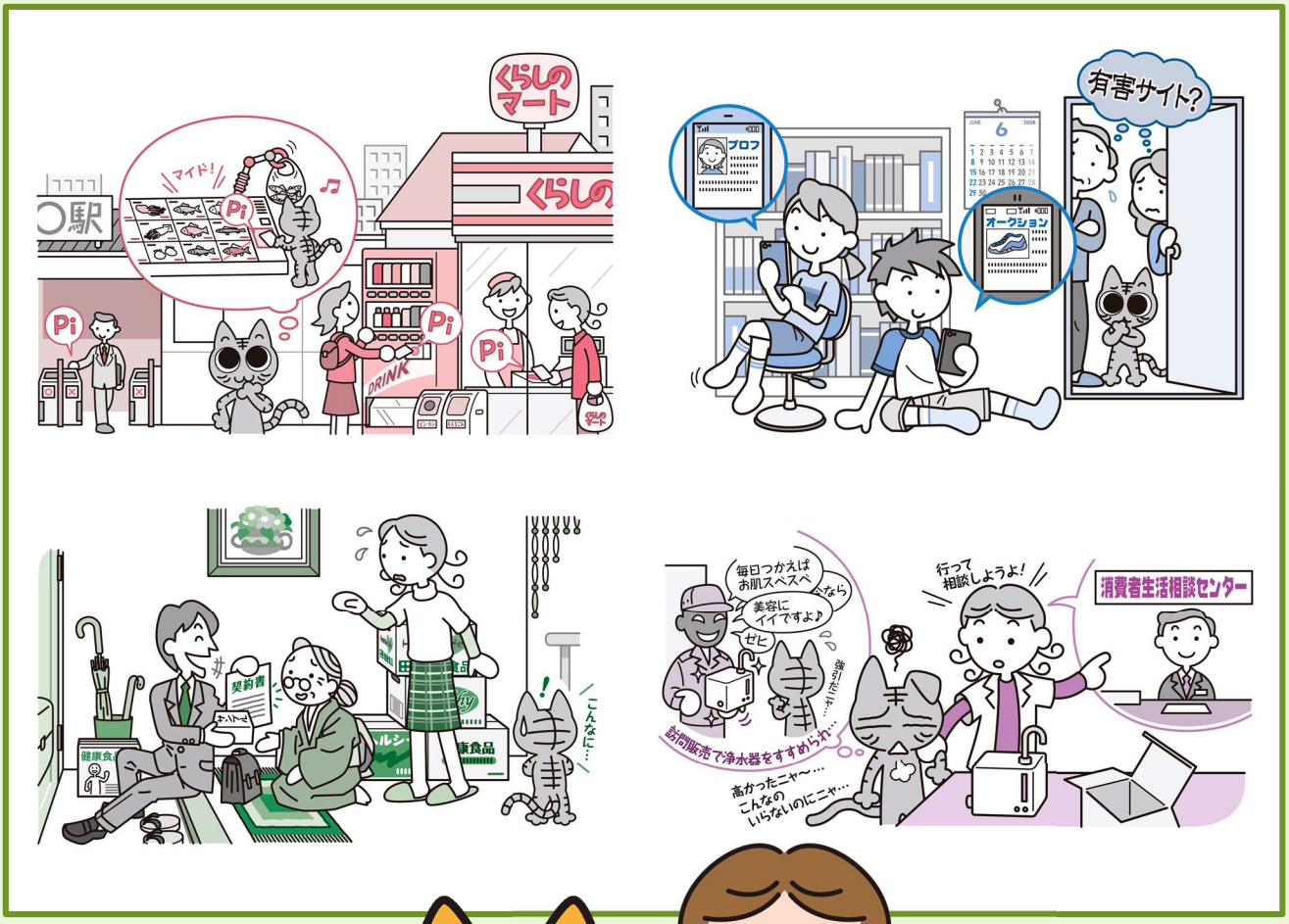
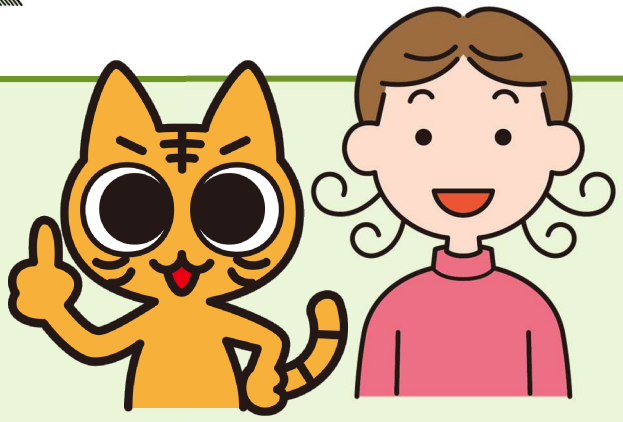
神奈川県

令和２年(2020年)３月

かながわ消費者施策推進指針

対象期間：2020 年度～2024 年度





かながわ消費者施策推進指針に位置付けられている取組みの
ホームページをご覧いただけます。

はじめに

私たちは、物を買ったり、食べたり、使ったり、日々何かしらの消費をして生活をしていますが、様々な技術革新により生活が便利になる一方で、新たな消費者トラブルや、悪質商法による消費者被害の発生は後を絶ちません。

県では、これまでも、消費者被害の未然防止や救済に向け、県内の消費生活相談体制の充実や、消費者教育の推進など、様々な取組みを進めてきました。

しかし、近年、高齢化の加速やＩＣＴ化・グルーバル化の進展等、消費生活を取り巻く環境は大きくそして急速に変化してきています。令和４年４月には改正民法の施行により、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられ、若者の消費者トラブルの拡大が懸念される状況にあります。

また、平成27年９月、国連サミットにおいて、国際社会全体の目標として「持続可能な開発目標」、いわゆるＳＤＧｓが全会一致で採択されました。このＳＤＧｓの理念は、本県がこれまで進めてきた「いのち輝くマグネット神奈川」の取組みと軌を一にするものであり、消費者施策の推進においてもＳＤＧｓの理念を踏まえて取り組むことが必要です。

こうした状況に対応するため、このたび県は、「かながわ消費者施策推進指針」を改定しました。この指針は、中長期的視点に立って消費者施策を推進していくための基本方針であり、ＳＤＧｓの理念を踏まえた４つの基本方向に基づき施策を展開することとしています。なかでも「高齢者の消費者被害の未然防止と救済」及び「成年年齢引下げに伴う若者への消費者教育の充実」の２つの取組みを重点的に進めてまいります。

指針の改定に当たりましては、神奈川県消費生活審議会の委員の皆様をはじめ、多くの方々から貴重な御意見や御提案をいただきました。皆様の御協力に深く感謝申し上げます。

今後は、消費者団体や事業者団体、各分野の専門家の皆様との連携を図りながら、県民の皆様が安全で安心して消費生活を送ることができるよう、そして、一人ひとりの消費者が、持続可能な社会の形成に積極的に参画することができる社会を目指し、消費者施策を推進してまいりますので、皆様の御理解とお力添えをお願いいたします。

令和２年３月

神奈川県知事　黒岩祐治

目　次

「かながわ消費者施策推進指針」（2020 年度～2024 年度）の概要 …… 2

1　指針の趣旨等 …… 4
(1) 指針の趣旨 …… 4
(2) 経緯 …… 4
(3) 指針の位置付け …… 4
(4) 指針の対象期間 …… 4
「かながわグランドデザイン」と「かながわ消費者施策推進指針」 …… 5

2　消費者をめぐる現状と課題 …… 6
(1) 高齢化の加速 …… 6
(2) ＩＣＴ（情報通信技術）化の進展 …… 7
(3) グローバル化の進展 …… 9
(4) ＳＤＧｓの採択 …… 10
(5) 民法改正による成年年齢引下げ …… 10
(6) 多様化・複雑化する消費者問題、商品やサービスに対する不安 …… 11
(7) 災害発生に関連する消費者トラブル等 …… 12

3　基本理念 …… 13

4　消費者施策の基本方向 …… 14

5　施策展開 …… 16
(1) 施策体系 …… 16
県の消費者施策推進と「持続可能な開発目標（ＳＤＧｓ）」 …… 17
(2) 重点的取組み …… 18
重点的取組み１　高齢者の消費者被害の未然防止と救済 …… 18
重点的取組み２　成年年齢引下げに伴う若者への消費者教育の充実 …… 18
コラム１「成年年齢引下げ　～18 歳から成人に！～」 …… 19
(3) 基本方向 …… 20
基本方向１　消費者教育の推進と持続可能な消費行動の促進 …… 20
コラム２「『エシカル（倫理的）消費』から考える消費者市民社会」 …… 22
コラム３「食品ロス　～もったいない！食べられるのに捨てられる～」 …… 23
基本方向２　消費者被害の未然防止 …… 24
コラム４「消費者団体訴訟制度　～不当な勧誘や契約条項などによる消費者トラブルの未然防止・拡大防止及び被害回復を図る～」 …… 26
コラム５「消費者団体や事業者団体等との連携による被害未然防止～高齢者の消費者被害が多い「訪問販売」に対する取組み～」 …… 27
基本方向３　消費者被害の救済 …… 28
基本方向４　安全・安心な消費生活の確保 …… 30
コラム６「『特定商取引法』とはどんな法律ですか？」 …… 31

6　推進体制等 …… 32
(1) 推進体制 …… 32
(2) 実効性の確保等 …… 32

付属資料 …… 33

「かながわ消費者施策推進指針」（2020年度～2024年度）の概要

1　指針の趣旨等 (P. 4)

(1)趣　旨　中長期的視点に立った消費者施策展開の基本方針

(2)経　緯　消費者基本法の改正を踏まえた消費生活審議会報告を基本に、2006年３月に策定。2015年３月の改定後、概ね５年後をめどに指針の有効性について検証することとしており、消費者を取り巻くさらなる社会状況の変化に対応するため改定を行うものです。

(3)位置付け　○「かながわグランドデザイン」を補完し、特定課題に対応する個別の指針
○「消費者教育推進法」に基づく都道府県消費者教育推進計画

2 消費者をめぐる現状と課題 (P. 6～)

(1)高齢化の加速

○県の高齢者人口は今後も増加
○高齢者からの消費生活相談が増加
→消費生活相談や消費者教育のほか、地域での見守り体制の構築など、総合的な取組みが必要

(2)ＩＣＴ(情報通信技術)化の進展

○スマートフォン等の情報通信機器の保有状況は上昇
○電子商取引に関する苦情相談は、幅広い世代から寄せられる傾向
→ＩＣＴ化の進展に伴う消費者トラブル未然防止に加え、情報リテラシーを含めた消費者教育、ＩＣＴを活用した情報発信が必要

(3) グローバル化の進展

○世界中で生産された商品に囲まれた日常生活や、海外サイトでの取引の増加
○本県に在住する外国人、滞在する外国人の増加
→注意喚起と相談による適切なアドバイス、外国人の消費者問題への対応のため、各機関との連携の強化が必要

(4) ＳＤＧｓの採択

○ＳＤＧｓの実現に向けた取組みは、消費者市民社会の形成に参画する消費者を育成するものと期待
→県の消費者施策を、ＳＤＧｓの理念を踏まえ実施することが必要

(5) 民法改正による成年年齢引下げ

○悪質なマルチ取引などによる被害が、高校生世代にまで拡大するおそれ
→教育現場と連携した若者への消費者教育の強化が必要

(6) 多様化・複雑化する消費者問題、商品やサービスに対する不安

○取引形態の変化に伴う消費者問題の多様化、複雑化
○商品やサービスの安全・安心に関する問題が依然として多数発生
→消費生活相談や消費者教育の充実、適切な情報提供等総合的な対策が必要

(7) 災害発生に関連する消費者トラブル等

○地震、豪雨等の災害発生に関連又は便乗した消費者トラブルの発生
→災害等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が必要

3　基本理念 (P. 13)

「消費者の権利の尊重と消費者市民社会の形成」を基本理念とし、現状と課題を踏まえた消費者施策を推進

「消費者の権利」を尊重するとともに、消費者施策推進にあたっての多様な主体との連携強化や、ＳＤＧｓの理念に基づく施策の推進をとおして「消費者市民社会」の実現をめざします。

4　消費者施策の基本方向 (P. 14～)

現状と課題に対応し、基本理念を実現するため、４つの基本方向を定めています。

基本方向１　消費者教育の推進と持続可能な消費行動の促進

・教育現場と連携した消費者教育はもとより、幼児から高齢者までのライフステージごとに、それぞれの特性に配慮した消費者教育を推進します。
・消費生活相談情報を活かした研修実施や教材作成、消費者教育の担い手の育成など、消費者教育の拠点機能を発揮していきます。
・消費者教育の担い手、消費者団体や事業者団体など、それぞれの自主性を尊重した活動の支援や、相互の連携と情報共有の環境づくりに取り組むほか、消費生活に関連した他の教育との連携を図ります。
・持続可能な社会の形成に貢献できる消費行動の促進に取り組みます。

基本方向２　消費者被害の未然防止

・消費者が被害やトラブルに対応できる力を身に付けることができるよう、効果的に情報発信していきます。
・消費者の特性に応じた被害の未然防止に取り組むほか、地域での高齢者等見守りネットワーク構築を推進します。
・関係機関や消費者団体等、多様な主体との連携をとおして、消費者被害の未然防止に取り組みます。

基本方向３　消費者被害の救済

・消費者の権利を守るうえで根幹となる、消費生活相談において、かながわ中央消費生活センターのセンター・オブ・センターズとしての相談機能の向上を図ります。
・県域全体の相談体制の充実に向け、市町村と連携して取り組みます。
・被害の内容が県民の消費生活に著しい影響を及ぼし、又は、及ぼすおそれがあるものについては、神奈川県消費者被害救済委員会において、紛争の公正迅速な解決を図ります

基本方向４　安全・安心な消費生活の確保

・悪質事業者に対しては、特定商取引に関する法律等に基づき事業者指導に取り組み、消費生活における取引の適正化を図ります。
・消費者から信頼されるための事業者の取組みを支援します。
・商品やサービスの安全・安心の確保のため、適切な情報発信や、表示の適正化に取り組みます。

5 施策展開 (P. 16～)

消費者を取り巻く社会状況の変化や課題に対応し、基本理念を実現するため、２つの重点的な取組みを設定するとともに、４つの基本方向に基づき全体の施策を展開します。

重点的取組み１　高齢者の消費者被害の未然防止と救済

○高齢者の見守り体制の充実と高齢者等への講座実施等　○福祉の現場との連携等による高齢者に配慮した相談対応
○高齢者に伝わりやすい情報提供と県警と連携した特殊詐欺等への対応　○悪質な訪問販売撲滅に関する取組み

重点的取組み２　成年年齢引下げに伴う若者への消費者教育の充実

○教育現場と連携した若者への消費者教育の実施　○ＳＮＳ等を活用した若者への啓発の強化
○若者の消費者被害未然防止に向けた保護者等への理解促進　○若者が相談しやすい環境づくり

基本方向１　消費者教育の推進と持続可能な消費行動の促進

ア 様々な場やライフステージに応じた消費者教育の推進
□学校等における消費者教育の推進 □地域社会での消費者教育の推進 □職域での消費者教育の促進
イ 消費者教育の拠点機能の発揮と連携の推進
□消費生活相談情報を踏まえた研修実施・教材作成　□消費者教育の担い手の育成・活動の支援
□消費生活に関連するその他の教育との連携
ウ 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進
□エシカル（倫理的）消費の普及

基本方向２　消費者被害の未然防止

ア 被害未然防止に向けた注意喚起・情報発信
□相談情報を生かした注意警戒情報等の発信　□ホームページ、ＳＮＳ等様々な媒体による効果的な情報発信
□インターネットを介して発生する消費者被害への対応
イ 消費者の特性に配慮した対応
□高齢者・障がい者に配慮した対応　□若者に配慮した対応　□外国人に配慮した対応
ウ 他機関等と連携した消費者被害未然防止の推進
□適格消費者団体との連携による被害未然防止　□詐欺的悪質商法等への対応
□消費者団体や事業者団体等との連携による被害未然防止

基本方向３　消費者被害の救済

ア かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談機能の向上
□消費生活相談の実施　□広域的な相談窓口としての機能発揮　□高度な相談にも対応できる人材育成
□専門的な相談への対応
イ 市町村消費生活相談との連携・支援
□市町村の実情に応じたサポート　□相談員の人材の確保、資質の向上　□市町村との情報共有
ウ 消費者被害救済に向けた取組みの推進
□消費者被害救済委員会による被害の救済　□様々な相談機関等との連携強化

基本方向４　安全・安心な消費生活の確保

ア 事業者指導による取引の適正化
□法令に基づく事業者指導の実施　□事業者指導にあたっての連携の推進
イ 消費者から信頼される事業者活動の促進
□品質や顧客満足を高める事業者活動の支援　□事業者団体との連携による普及啓発
□消費生活協同組合法に基づく健全な生協運営の指導
ウ 商品及びサービスに関する安全・安心の確保
□商品及びサービスの安全に関する情報収集、提供　□適正な表示の推進　□食の安全・安心に関する消費者の理解促進

6 推進体制等 (P. 32)

(1)推進体制

○ 「市町村消費生活行政担当課長会議」等による市町村との連携
○ 「神奈川県の学校における消費者教育推進協議会」や「高齢者、障害者等の消費者被害防止対策連絡協議会」などによる庁内関係部局等の連携

(2)実効性の確保等

○ 毎年度、指針に基づき実施した事業について事業結果を取りまとめ、検証を行い、消費生活審議会に報告し、その内容を公表します。審議会からの意見については、適宜、施策・事業に反映していきます。
○ 消費者を取り巻く環境は絶え間なく変化し、新たな消費者問題が発生することが想定されます。消費者施策の推進にあたっては、こうした問題に迅速かつ的確に対応していきます。

1　指針の趣旨等

(1)　指針の趣旨

「かながわ消費者施策推進指針」（以下「指針」という。）は、中長期的視点に立った県の消費者施策展開の基本方針として、基本理念や施策展開の方向などを定めています。

(2)　経緯

ア　策定の経緯

2004年６月の消費者基本法の施行を踏まえ、2005年11月に神奈川県消費生活審議会（以下「消費生活審議会」という。）が行った提言「消費者基本法等に対応した今後の消費者施策のあり方について　～消費者行政ステップアップへの15の施策提言～」を基本にして、2006年３月に策定したものです。

イ　改定の経緯

策定から９年が経過し、高齢化の加速やネット社会の急激な進展等、消費者を取り巻く社会状況が変化したほか、消費者関連法令の制定・改正なども行われたことを踏まえ、2015年３月に指針を改定しました。改定指針は、「消費者教育の推進に関する法律」（2012年８月制定。以下「消費者教育推進法」という。）に基づく都道府県消費者教育推進計画として位置付けました。

県では、改定したこれまでの指針に基づき、「消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進」、「消費生活相談機能の充実」、「安全・安心な消費生活の確保」等の取組みを推進してきたところですが、指針は、策定後、概ね５年後をめどにその有効性について検証することとしているため、指針に基づく５年間の取組みが終了することとなる令和元年度に、指針に基づいて実施した事業の検証結果と、現行指針策定以降の社会状況の変化などを踏まえ、指針を改定することとしました。

(3)　指針の位置付け

ア　県における消費者施策展開の基本方針（神奈川県消費生活条例第５条の５で指針の策定について規定）

イ　消費者教育推進法第 10 条に基づく都道府県消費者教育推進計画

ウ　県の総合計画である「かながわグランドデザイン」を補完し、特定課題に対応する個別の指針

(4)　指針の対象期間

2020 年度から 2024 年度までの５年間

「かながわグランドデザイン」と「かながわ消費者施策推進指針」

県の総合計画「かながわグランドデザイン」は、県政運営の総合的・基本的指針として、神奈川の将来のあるべきすがたを描き、それに向けて県がどのような政策を展開するのかを示すもので、「基本構想」と「実施計画」から構成されています。第3期実施計画では、消費者政策を次のように位置付けています。

基本構想（目標年次 2025年）

●基本理念

「いのち輝くマグネット神奈川」を実現する

●神奈川県の将来像

・行ってみたい、住んでみたい、人を引きつける魅力あふれる神奈川

・いのちが輝き、誰もが元気で長生きできる神奈川

・県民総力戦で創る神奈川

第3期 実施計画（2019～2022年度）

主要施策・計画推進編

７つの政策分野

エネルギー・環境、安全・安心、産業・労働、健康・福祉、教育・子育て、県民生活、県土・まちづくり

重点施策を分野横断的にとりまとめ

プロジェクト編

プロジェクト（重点施策）

・５つの柱

・23のプロジェクト

Ⅱ 安全・安心

3 生活の安心の確保

(3) 安全で安心できる消費生活などの確保

No.251

消費者被害などの未然防止と救済

○ 様々な場や、幼児から高齢者までのライフステージに応じた消費者教育の推進と環境づくり

○ かながわ中央消費生活センターにおける広域的・専門的な相談機能の向上と市町村相談窓口への支援

○ 県民への情報提供や悪質事業者への指導強化等による消費者被害などの未然防止・拡大防止

○ 貸金業者の業務適正化とヤミ金融被害の未然防止

柱Ⅲ 安全・安心

プロジェクト11　安心

～ 日常生活における安心の実現 ～

「消費者トラブルへの対応と未然防止に向けた取組み」

指 標

「安全・安心な消費生活の確保に関する施策が充実していること」に関する満足度

KPI（重要業績評価指標）

・ 県の消費生活相談員及び行政職員が行う市町村支援件数

・ 消費者教育を担う様々な主体と連携した消費者教育の場の設定

・ 高校などに対する新たな教材を活用した出前講座の開催回数

かながわ消費者施策推進指針は、総合計画を補完する主な個別計画・指針の１つです。

指針に基づき、様々な施策を展開することにより、かながわグランドデザイン基本構想に掲げる基本理念の実現を図ります。

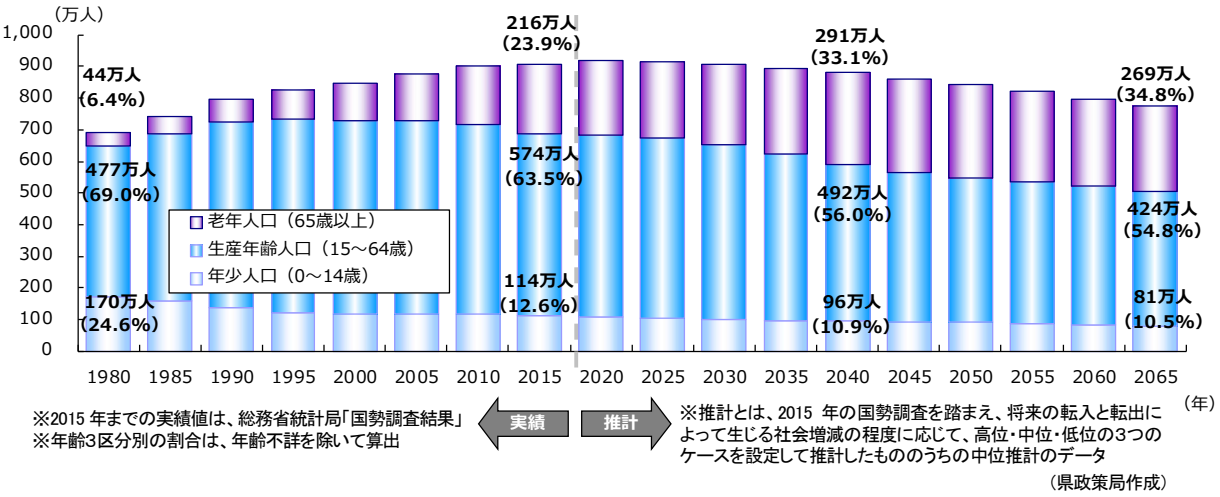
2　消費者をめぐる現状と課題

（1）高齢化の加速

神奈川県の65歳以上の人口の割合は、2015年には23.9%でしたが、2040年には33.1%となり、2065年には34.8%になると見込まれています。

消費生活相談における65歳以上の苦情相談件数は、年間18,000件程度でしたが、2018年度は全国的に架空請求ハガキ等の相談が増加したこともあり、高齢者からの苦情相談件数は年間30,000件超と大幅に増加しました。高齢者の苦情相談が全体に占める割合は4割近くとなっています。高齢者の相談の特徴としては、年代が上がるにつれ、「訪問販売」「電話勧誘販売」「訪問購入」「ネガティブ・オプション（いわゆる送り付け商法）」の割合が上昇しているといった傾向があること、他の世代と比べて契約金額や支払金額が大きいことが挙げられます。

年齢３区分別の人口推計

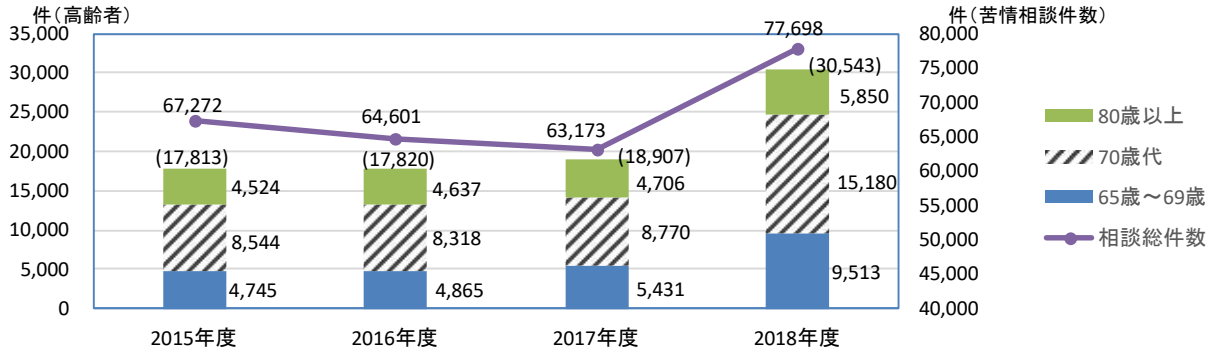


※2015 年までの実績値は、総務省統計局「国勢調査結果」
※年齢3区分別の割合は、年齢不詳を除いて算出

※推計とは、2015 年の国勢調査を踏まえ、将来の転入と転出によって生じる社会増減の程度に応じて、高位・中位・低位の3つのケースを設定して推計したもののうちの中位推計のデータ

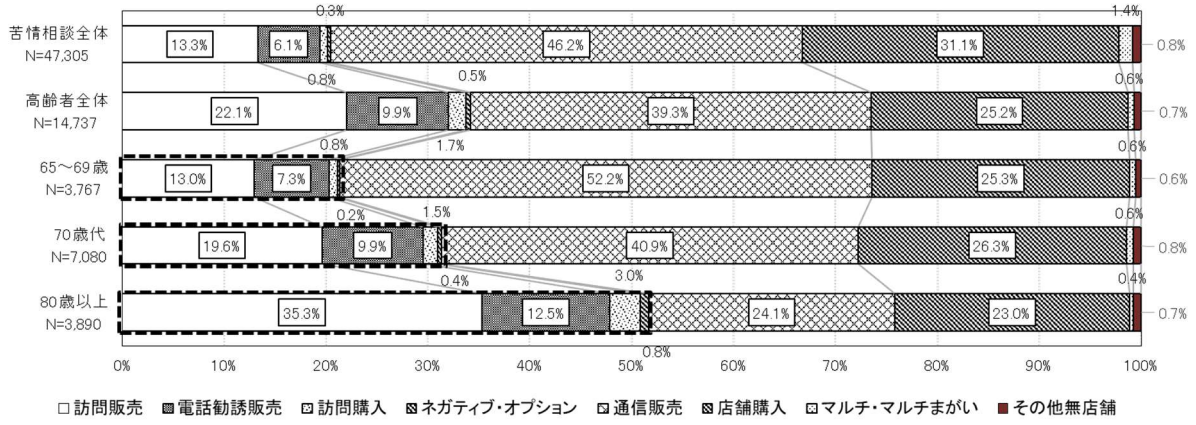
（県政策局作成）

県内の高齢者（65歳以上）の苦情相談件数の推移



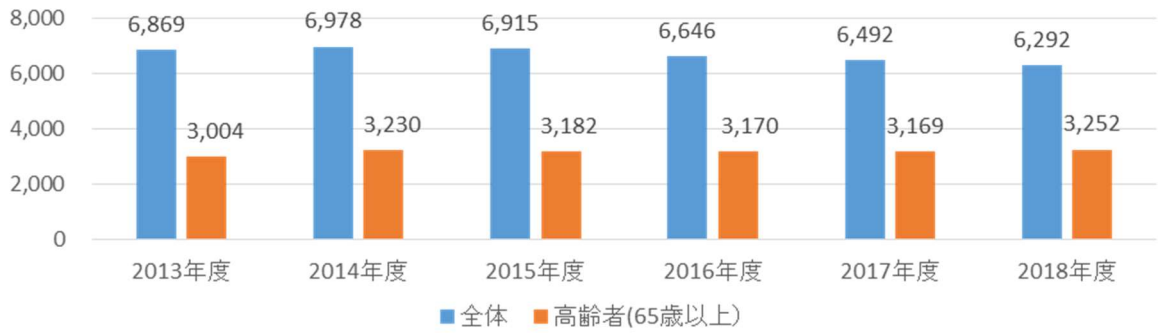
（消費生活課作成）

「高齢者（65 歳以上）」の苦情相談　販売購入形態別割合（不明・無関係は除く）※2018 年度



（消費生活課作成）

県内の訪問販売に係る苦情相談件数の推移



（消費生活課作成）

「訪問販売」にかかる苦情相談件数は、年間6,000件を超え高止まりの状況にあります。直近の統計によると、65歳以上の高齢者がその約半数を占める状況にあり、**今後ますます高齢化が進む中で、高齢者が安全・安心な消費生活を送ることができるよう、消費生活相談や消費者教育のほか、地域での見守り体制の構築など、総合的な取組みが必要です**。

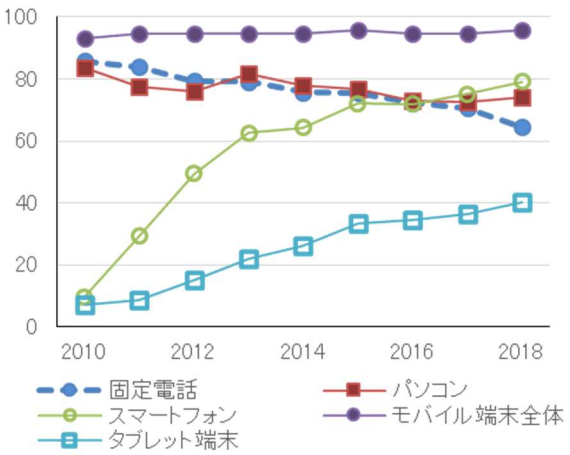
（2）ＩＣＴ（情報通信技術）化の進展

通信利用動向調査によると、スマートフォン等の情報通信機器の保有状況は上昇し続けており、携帯電話やスマートフォンなどのモバイル端末全体の保有率は９割以上の保有率となっています。インターネット利用者の割合は、全国平均で79.8%（神奈川県平均84.5%）に及び、13歳～59歳の各年齢階層においては90%を超えています。また、二人以上の世帯におけるインターネットショッピングの利用率は、39.2%に達していることから、ＩＣＴが日常生活の中に浸透していることが伺えます。

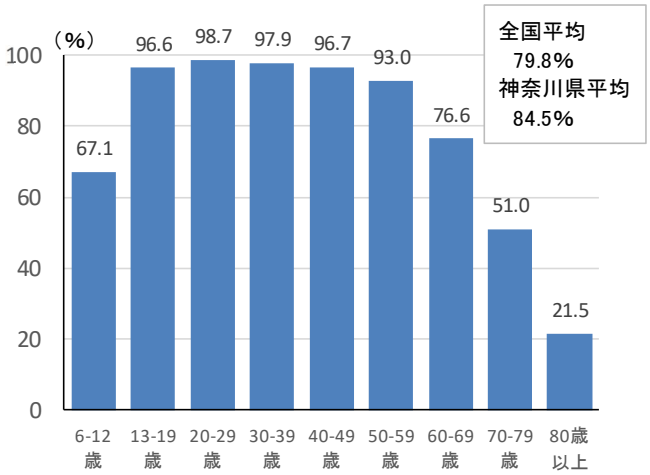
こうしたネット社会の進展により、いつでも手軽にショッピングができるというメリットがある一方で、新たな消費者被害の発生というデメリットもあります。電子商取引に関する苦情相談は、

モバイル端末の普及に伴い、ここ数年、販売方法・手口別で最も多く寄せられる傾向にあることから、**ＩＣＴ化の進展に伴う消費者トラブルに対する未然防止に加え、情報リテラシー[1]を含めた教育が必要です。また、消費者教育の実施についてはＩＣＴの特性を活かした情報発信の視点も重要です。**

主な情報通信機器の保有状況（全国）



年齢階層別インターネット利用状況（全国）



（総務省　2018 年度　通信利用動向調査）

ネットショッピング利用世帯の割合の推移（全国・二人以上の世帯）

（総務省　家計消費状況調査年報（2018 年））

販売方法・手口別の県内苦情相談件数・上位５位（2016 年度～2018 年度）

2016年度					2017年度					2018年度				
	販売方法・手口	件数	男女別※			販売方法・手口	件数	男女別			販売方法・手口	件数	男女別	
1	電子商取引	20,947	男性	10,309	1	電子商取引	18,126	男性	8,343	1	電子商取引	17,186	男性	8,064
			女性	10,315				女性	9,414				女性	8,745
2	家庭訪販	5,877	男性	2,553	2	家庭訪販	5,809	男性	2,515	2	身分詐称	9,712	男性	1,344
			女性	3,205				女性	3,147				女性	8,283
3	電話勧誘	5,404	男性	2,216	3	電話勧誘	4,952	男性	2,053	3	家庭訪販	5,398	男性	2,425
			女性	2,920				女性	2,606				女性	2,877
4	無料商法	2,238	男性	1,119	4	身分詐称	3,758	男性	1,107	4	電話勧誘	4,608	男性	2,026
			女性	1,077				女性	2,583				女性	2,282
5	身分詐称	1,287	男性	454	5	無料商法	1,625	男性	732	5	無料商法	1,647	男性	749
			女性	788				女性	824				女性	808

※　匿名等の相談があるため、男女別の合計と総件数は一致しない。

（消費生活課作成）

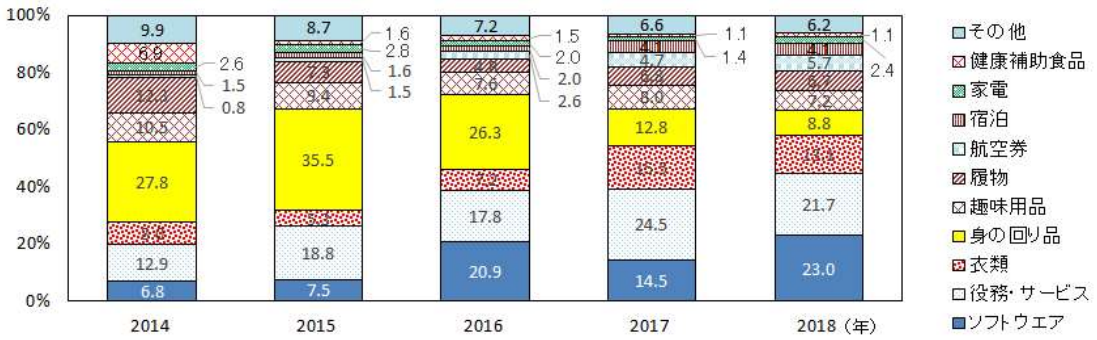
[1] **情報リテラシー**：情報化社会でコンピューターなど情報関連技術を習得し、積極的に情報を活用することのできる能力のことをいいます。

（3）グローバル化の進展

経済社会のグローバル化の進展に伴い、消費生活においてもグローバル化が進んでいます。世界中の国や地域で生産された多くの商品に囲まれて日常生活を送っているだけなく、個人でもインターネットショッピングで海外サイトをとおして取引をすることもあります。海外サイトだと気づかずに取引を行い、商品が届かない、模倣品が届いたといったトラブルも起こっています。**こうした取引に伴うトラブルに対する注意喚起を図るとともに、トラブルが生じた際には相談による適切なアドバイスが必要です**。

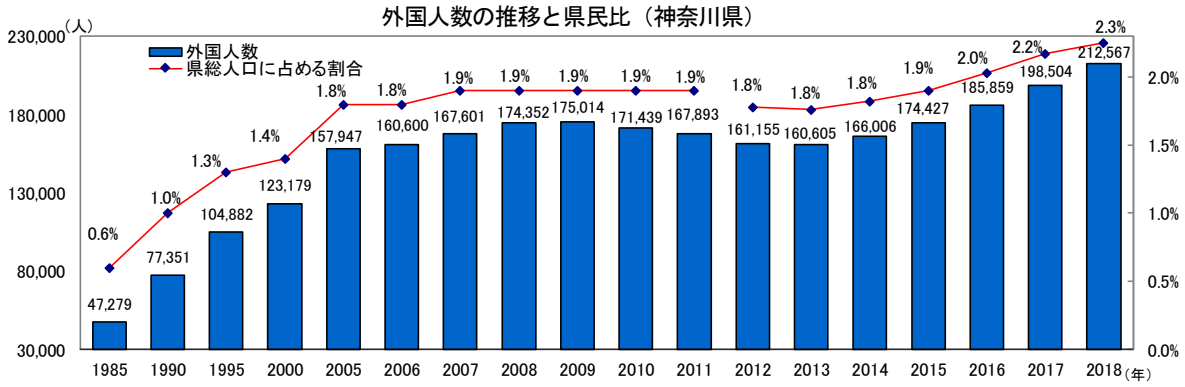
本県在住の外国人は、増加の一途をたどっており、2018年度には212,567人で県総人口に占める割合は2.3%に及んでいます。また、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催もあり、今後も外国人旅行者数が増えることが見込まれることから、**外国人が消費者問題を抱えることもあります。その対応のためには、各機関との連携の強化が必要です**。

越境消費者センター[2]が受け付けた相談の商品・サービス類型別割合



（消費者庁　令和元年版消費者白書）

外国人数の推移と県民比（神奈川県）



・2011 年度までは外国人登録法に基づく外国人登録者数、2012 年度以降は住民基本台帳上の外国人数
(なお、2012 年度までは 12 月 31 日現在、2013 年度以降は 1 月 1 日現在のデータ)

外国人旅行者の訪問者数（神奈川県）

（観光庁訪日外国人　消費動向調査、日本政府観光局（JINTO）調査）

[2] **越境消費者センター**：海外の事業者との間での取引でトラブルにあった消費者のための相談窓口。独立行政法人国民生活センターが運営しています。

（4）ＳＤＧｓの採択

持続可能な開発目標（ＳＤＧｓ）は、2015年9月に国連の「持続可能な開発サミット」で採択された、17の開発目標を達成することにより「誰一人取り残さない」社会の実現を目指す国際目標です。

（消費者庁ホームページより）

ＳＤＧｓの理念は、本県がこれまで進めてきた「いのち輝くマグネット神奈川」の取組みと軌を一にするものです。こうした本県の先進的な取組みが評価され、2018年6月には、国の「ＳＤＧｓ未来都市[1]」及び「自治体ＳＤＧｓモデル事業[1]」の両方に全国で唯一、都道府県として選定されています。

ＳＤＧｓについての理解を促し、より多くの人々がＳＤＧｓに関する情報を得、また、主体的・能動的に学び行動することは、ＳＤＧｓの達成につながり、それはまた、消費者市民社会の形成に参画する消費者を育成するものと期待されることから、**県の消費者施策においても、関連部局と連携し、ＳＤＧｓの理念を踏まえ実施していく必要があります**。

（5）民法改正による成年年齢引下げ

本県における若者（契約当事者が30歳未満）の苦情相談件数は、2018年度は6,442件で、苦情相談総件数に占める割合は、8.3%となっています。未成年（20歳未満）からの苦情相談件数と、20歳代の件数を比較してみると、20歳代からの苦情相談件数のほうが、大幅に多い傾向が見て取れます。若者の消費者被害の動向を見ると、20歳からマルチ取引[2]やエステサービスなどの相談が増加し、契約購入金額も増加する傾向にあります。

成年年齢の引下げにより、18歳から親の同意なく携帯電話の契約などを締結することが可能となるだけでなく、ローン契約やクレジット契約も可能となる一方、未成年であることを理由とした契約の取消ができなくなることで、18歳・19歳の年代にまで消費者被害が広がることが懸念されます。

成年年齢に達する若者が、契約等について正しい判断ができるよう教育現場と連携した消費者教育の強化が必要です。

---

[1] **ＳＤＧｓ未来都市と自治体ＳＤＧｓモデル事業**：SDGｓ未来都市とは、SDGsの理念に沿った基本的・総合的取組みを推進しようとする都市・地域の中から、特に、経済・社会・環境の三側面における新しい価値創出を通して持続可能な開発を実現するポテンシャルが高い都市・地域として選定されているものです。全国でSDGs達成に向けた優れた取組みを行う自治体をSDGs未来都市として選定し、そのうち、特に先導的な取組みが自治体SDGsモデル事業に選定されています。

[2] **マルチ取引**：巻末（P.45）にマルチ取引（マルチ商法）を含む「消費生活トラブル用語集」を掲載しています。

「若者」の苦情相談件数推移（神奈川県）

単位：件

区　分		2016年度	2017年度	2018年度	前年度比
若者の苦情相談件数（A）		7,411	6,704	6,442	96.1%
		(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	
	未成年（20歳未満）	1,557	1,268	1,211	95.5%
	（構成比）	(21.0%)	(18.9%)	(18.8%)	
	20歳代	5,854	5,436	5,231	96.2%
	（構成比）	(79.0%)	(81.1%)	(81.2%)	
苦情相談件数（B）		64,601	63,173	77,698	123.0%
苦情相談件数に占める若者の相談の割合（A)/(B)		11.5%	10.6%	8.3%	

（消費生活課作成）

全国の若者の消費者被害の動向

・20 歳～22 歳で相談件数が増える商品・役務
　男性：マルチ取引、フリーローン、サラ金　など
　女性：エステ、医療サービス　など
・契約購入金額の平均も 20 歳以降に増加
　18 歳　男性：約 16 万円、女性：約 16 万円
　19 歳　男性：約 21 万円、女性：約 17 万円
　20 歳～22 歳　男性：約 39 万円、女性：約 27 万円

（消費者委員会　成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ報告書）

（6）多様化・複雑化する消費者問題、商品やサービスに対する不安

先に述べたＩＣＴ化の進展などを背景とした消費者トラブルのみならず、キャッシュレス決済、シェアリングエコノミー、フリマサイトでの個人間取引等、商品やサービスの取引形態が大きく変化しています。それに伴い消費生活相談の内容は多岐にわたっており、次々と新たな商品やサービスに関する相談が寄せられている状況です。

こうした事例に加え、詐欺的な悪質商法も横行しており、今後もこうした状況に対応していくため、**消費生活相談機能や消費者教育の充実をはじめ、総合的な対策が必要となっています**。

また、製品による重大事故など、商品やサービスの安全・安心に関する問題が依然として多数発生しています。**消費者が、様々な商品やサービスについて正確な知識を身に付けられるよう、県や事業者が適切な情報提供をしていくことなどが求められます**。

消費者問題に関する 2018 年の 10 大項目

- 増え続ける　「架空請求」に関する相談　ハガキだけではなく、封書で届くことも
- 深刻化する　原野商法の二次被害トラブル
- 仮想通貨などのトラブル目立つ　不正流出事件　事業者への行政処分も
- 広がる　個人間取引　フリマサービスなど
- 改正医療法施行　医療機関のウェブサイト等も広告規制の対象に
- 「オーナー商法」や「シェアハウス投資」でのトラブルが相次ぐ
- 成人式当日に連絡とれず「はれのひ」　多くの若者が被害に
- 民法改正　「18 歳成人」2022 年から
- 今年も発生　こどもの誤飲事故
- 大規模自然災害が頻発した１年　豪雨災害での「消費者トラブル 110 番」開設など

（国民生活センター発表資料）

販売方法・手口別の苦情相談上位 10 位（時系列）

順位	販売方法･手口	件数	主な品目	過去4年間の件数の推移（2015=100） 2015 2016 2017 2018	順位	販売方法･手口	件数	主な品目	過去4年間の件数の推移（2015=100） 2015 2016 2017 2018
1	電子商取引	17,186	①デジタルコンテンツ6,839 ②健康食品1,419 ③化粧品1,072	78	6	ワンクリック請求	1,280	①デジタルコンテンツ1,246 ②司法書士11 ③商品一般10	71
2	身分詐称	9,712	①商品一般7,477 ②デジタルコンテンツ1,289 ③インターネット接続回線156	813	7	利殖商法	1,099	①ファンド型投資商品465 ②デジタルコンテンツ232 ③他のデリバティブ取引53	171
3	家庭訪販	5,398	①工事・建築1,250 ②新聞438 ③テレビ放送サービス359	88	8	サイドビジネス商法	1,070	①デジタルコンテンツ377 ②他の内職・副業202 ③化粧品46	139
4	電話勧誘	4,608	①インターネット接続回線993 ②商品一般381 ③デジタルコンテンツ204	81	9	点検商法	771	①工事・建築397 ②役務その他サービス59 ③修理サービス51	110
5	無料商法	1,647	①デジタルコンテンツ475 ②工事・建築115 ③インターネット接続回線72 ③役務その他サービス72	67	10	二次被害	626	①山林174 ②商品一般152 ③別荘地48	61

※「販売方法・手口」は複数選択可能なため、件数の計は相談件数と一致しない
※グラフは 2015 年度の件数を 100 として増減傾向を表したもの

（消費生活課作成）

（7）災害発生に関連する消費者トラブル等

地震や台風、大雪などの自然災害が起きると、それに関連した消費者トラブルの相談が寄せられます。相談の内容は、直接被災した人からの住宅の修理工事などに関するものの他、旅行や航空サービスのキャンセルに関するものなど自然災害によって間接的に発生したトラブルに加えて、自然災害を口実・きっかけとして不要なサービス等を勧誘する事例も多くみられます。

たとえ、直接罹災しなくとも、災害に便乗した消費者トラブルに遭遇する可能性は誰にでもあります。**災害その他非常の事態においても、消費者が合理的に判断し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が必要です**。

自然災害にみる消費者トラブル　ー被災した住宅の修理トラブルから、便乗商法までー

【事例 1】屋根の無料点検後、このまま放置すると雨漏りすると言われ高額な契約をさせられた
【事例 2】賃貸アパートの雨漏りで家具が使い物にならなくなった
【事例 3】豪雨で雨漏りし修理してもらったがさらにひどくなった
【事例 4】大雪でカーポートが壊れたが、もともとの施工が悪かったのではないか
【事例 5】台風のため航空機が欠航したが業者と連絡がつかない
【事例 6】台風のためキャンプ場の予約を解約したら高額な解約料を請求された
【事例 7】屋根の修理工事を火災保険の保険金の額で行うと言う業者が信用できない
【事例 8】アンケートに答えたら補償金が受け取れると言われた
【事例 9】「あなたの個人情報が漏れ、自宅が避難場所になっている」という劇場型勧誘
【事例 10】高齢者施設の入居権の買い取り代金を立て替えたが、犯罪だと言われお金を請求された

（国民生活センター発表資料）

3　基本理念

「**消費者の権利の尊重と消費者市民社会の形成**」を基本理念とし、消費者をめぐる現状と課題を踏まえ、消費者施策を推進します。

県ではこれまでも、「消費者の安全の確保」や「消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保」といった「消費者の権利」[1]を尊重するとともに、消費者が自らの利益を確保するために行動する「消費者の自立」に向け、取り組んできました。

かながわ消費者施策推進指針では、さらに、消費者自らが公正かつ持続可能な社会づくりに積極的に参画する「消費者市民社会」[2]の実現を目指し、「消費者の権利の尊重と消費者市民社会の形成」を基本理念としています。

この基本理念のもとに実施する、個々の消費者の権利が尊重されるための幅広い取組みと、消費者一人ひとりが、日々の意思決定や行動が経済社会や地球環境に大きな影響を与えることを自覚し、持続可能な社会に向け積極的に参画する社会を目指す取組みは、国連が提唱する「誰一人取り残さない」社会の実現を目指す国際目標であるＳＤＧｓと軌を一にするものであり、本県の消費者施策を推進することにより、世界が目指す持続可能な社会の実現にも貢献していきます。

消費者問題が多様化、複雑化するなか、基本理念を具体化していくためには、行政だけでなく、様々な主体との連携が必要です。なかでも、「消費者市民社会」の形成にあたっては、自立した消費者自らが連携し、消費者教育の担い手となっていくことが期待されます。このため、消費者団体、事業者、事業者団体や学校等と協力し、消費者教育を推進していきます。

[1] **消費者の権利**：神奈川県消費生活条例では、つぎの９つの消費者の権利を定め、この権利を確立することで、県民の消費生活の安定と向上及び環境に配慮した消費生活の推進に資することを目的としています。
（１）消費生活に係る商品等によつて生命及び健康を侵されない権利
（２）消費生活に係る商品等に適正な表示を行わせる権利
（３）消費生活を不当な取引行為によつて侵害されない権利
（４）消費生活に係る商品等について不当な取引条件を強制されない権利
（５）消費生活において被つた不当な被害から速やかに救済される権利
（６）消費生活に必要な情報を速やかに提供される権利
（７）消費生活に係る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
（８）消費生活において、必要な知識及び判断力を習得し、自主的かつ合理的に行動するため、消費者教育を受ける機会が提供される権利
（９）消費者の意見が県の施策に適切に反映される権利

[2] **消費者市民社会**：「消費者教育推進法」第２条第２項において、「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」と定義されています。

4　消費者施策の基本方向

消費者をめぐる現状と課題に対応し、基本理念を実現するため、４つの基本方向を定めます。

基本方向１　消費者教育の推進と持続可能な消費行動の促進

「施策展開」は P20～23

○　社会状況の変化に伴い、多様化、複雑化する商品・サービスや取引形態、急激に進展するネット社会に潜む危険性などについての知識を深めていくこともますます重要となっており、こうした内容を含め、体系的に消費者教育に取り組んでいくことが求められています。

○　このため、教育現場と連携した消費者教育はもとより、幼児から高齢者までのライフステージごとに、対象に応じた方法により、それぞれの特性に配慮した消費者教育を推進します。

○　また、かながわ中央消費生活センター[1]に寄せられた消費生活相談情報を分析し、研修や教材作成に反映することで、消費者教育の拠点機能を発揮するとともに、多様な課題に対応できる消費者教育の担い手の育成に取り組みます。

○　消費者教育の推進にあたっては、消費者教育の担い手、消費者団体や事業者・事業者団体など、それぞれの自主性を尊重した活動の支援や、相互の連携と情報共有の環境づくりに取り組むほか、環境教育や食育等、庁内における消費生活に関連した教育との連携を図ります。

○　消費者が「保護される存在」にとどまることなく、「自立した主体」として行動することができるよう支援するとともに、消費者市民社会の形成に向け、社会の一員として自らの行動が社会に影響を与えることを自覚し、環境に配慮した商品の選択をするなど、持続可能な社会の形成に貢献できる消費行動の促進に取り組みます。

基本方向２　消費者被害の未然防止

「施策展開」は P24～27

○　消費者が何らかの消費者被害にあった場合、各地の消費生活相談窓口では、相談等により被害の救済を図っているところですが、被害が起きた後の対応だけでなく、被害に遭わないこと、遭いそうになった時に回避できることも重要です。

○　消費者が、悪質な勧誘等による消費者被害や、商品やサービスの利用に伴う消費者トラブルに巻き込まれることなく、自らそうした被害やトラブルに対応できる力を身に付けることができるよう、相談情報を生かした消費生活に関する注意警戒情報等を、ホームページ、ＳＮＳ等様々な媒体により効果的に情報発信していきます。

○　また、高齢者や障がい者、若者、外国人等、消費者の特性に応じた被害の未然防止策を講じていきます。高齢者や障がい者の消費者被害の未然防止に向けては、地域での高齢者等見守りネットワーク構築を推進します。

○　消費者被害の未然防止に向けては、事業者の不当な行為の差止請求等を行う適格消費者団体や詐欺的悪質商法の対策を行う県警察等の関連部署と連携を図るとともに、消費者団体や事業者団体等とも連携して行っていく必要があります。多様な主体との連携をとおして、消費者被害の未然防止に取り組みます。

基本方向３　消費者被害の救済

「施策展開」は P28～29

○　消費者のくらし全般に関わる消費生活相談は、消費者の権利を守り、消費者の安全・安心を確保するうえで根幹となるものです。

○　県内では、市町村が連携して相談窓口を設置するといった取組みにより、全ての市町村において消費生活相談体制が整備され、住民に最も身近な窓口で相談を受け付けています。

○　近年、相談の内容は多様化、複雑化しており、身近な消費生活相談窓口での適切で迅速な対応が求められるとともに、かながわ中央消費生活センターでは、県内の相談情報の的確な分析や情報提供など、広域的な役割を果たすことがますます重要となっています。

○　今後も、センター・オブ・センターズとして、かながわ中央消費生活センターの消費生活相談機能の向上を図るとともに、県民がどこの地域においても等しく消費生活相談を受けることができるよう、県域全体の相談体制の充実に向けて、市町村と連携して取り組みます。

○　消費生活相談において、被害の内容が県民の消費生活に著しい影響を及ぼし、又は、及ぼすおそれがあるものについては、神奈川県消費者被害救済委員会[2]において、あっせん・調停を行い、紛争の公正迅速な解決を図ります。

基本方向４　安全・安心な消費生活の確保

「施策展開」は P30～31

○　県は、これまでも、「消費者の安全の確保」や「消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保」といった消費者の権利の尊重に向け、施策を展開してきましたが、消費者問題の多様化、複雑化や、商品及びサービスの安全性に対する消費者の不安に対応するため、より一層の取組みが求められています。

○　悪質事業者に対しては、特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）等に基づき事業者指導に取り組み、消費生活における取引の適正化を図ります。

○　事業者にも、消費者に対する、公正な取引の確保、適切かつ迅速な情報提供や苦情相談への対応といった、消費者から信頼されるための取組みが求められており、県としてこうした活動を支援します。

○　さらに、商品及びサービスに関する重大事故等の情報の収集、県民への発信などを進めるとともに、関係法令に基づいた適正な表示の推進や、食の安全・安心に関する消費者の理解促進に取り組みます。

---

[1] **かながわ中央消費生活センター**：本県では、「消費生活相談等の事務」に加えて、消費者教育や事業者指導といった事務も所掌する消費生活課全体を消費生活センターとしています。また、県内の消費生活センターの中心的役割を担うことを示すため、「かながわ中央消費生活センター」の呼称を使用しています。

[2] **神奈川県消費者被害救済委員会**：消費生活センターなどの相談窓口に寄せられた苦情相談のうち、被害内容が県民の生活に著しく影響を与え、又は与えるおそれがあると知事が認めるものがあるとき、その紛争の解決のために「あっせん」や「調停」を行う附属機関です。知事からの付託があった場合に開催されます。

5　施策展開

４つの基本方向に基づき、施策を展開します。各施策の推進にあたっては、関連するＳＤＧｓの理念を踏まえて取り組みます。

（１）施策体系

基本方向（大柱）	中柱	小柱	関連するＳＤＧｓ
１　消費者教育の推進と持続可能な消費行動の促進	ア　様々な場やライフステージに応じた消費者教育の推進	学校等における消費者教育の推進 【保育所、幼稚園等】 【小学校、中学校、高等学校、特別支援学校等】 【大学、専門学校等】 地域社会での消費者教育の推進 【地域】 【家庭】 職域での消費者教育の促進	1, 4, 8, 10, 12, 14, 15, 16, 17
	イ　消費者教育の拠点機能の発揮と連携の推進	消費生活相談情報を踏まえた研修実施・教材作成 消費者教育の担い手の育成・活動の支援 消費生活に関連するその他の教育との連携	
	ウ　持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	エシカル（倫理的）消費の普及	
２　消費者被害の未然防止	ア　被害未然防止に向けた注意喚起・情報発信	相談情報を生かした注意警戒情報等の発信 ホームページ、ＳＮＳ等様々な媒体による効果的な情報発信 インターネットを介して発生する消費者被害への対応	1, 3, 10, 12, 16, 17
	イ　消費者の特性に配慮した対応	高齢者・障がい者に配慮した対応 若者に配慮した対応 外国人に配慮した対応	
	ウ　他機関等と連携した消費者被害未然防止の推進	適格消費者団体との連携による被害未然防止 詐欺的悪質商法等への対応 消費者団体や事業者団体等との連携による被害未然防止	
３　消費者被害の救済	ア　かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談機能の向上	消費生活相談の実施 広域的な相談窓口としての機能発揮 高度な相談にも対応できる人材育成 専門的な相談への対応	1, 10, 16, 17
	イ　市町村消費生活相談との連携・支援	市町村の実情に応じたサポート 相談員の人材の確保、資質の向上 市町村との情報共有	
	ウ　消費者被害救済に向けた取組みの推進	消費者被害救済委員会による被害の救済 様々な相談機関等との連携強化	
４　安全・安心な消費生活の確保	ア　事業者指導による取引の適正化	法令に基づく事業者指導の実施 事業者指導にあたっての連携の推進	3, 10, 12, 16, 17
	イ　消費者から信頼される事業者活動の促進	品質や顧客満足を高める事業者活動の支援 事業者団体との連携による普及啓発 消費生活協同組合法に基づく健全な生協運営の指導	
	ウ　商品及びサービスに関する安全・安心の確保	商品及びサービスの安全に関する情報収集、提供 適正な表示の促進 食の安全・安心に関する消費者の理解促進	

県の消費者施策推進と「持続可能な開発目標（ＳＤＧｓ）」

県では、これまで「いのち輝くマグネット神奈川」を掲げ、様々な施策を連関させ、将来に向けて持続可能な社会を維持するため、総合的に施策を展開してきましたが、それは、ＳＤＧｓの理念と軌を一にするものであることから、本県としても、ＳＤＧｓにしっかりと取り組むこととしています。

消費者施策の推進にあたっては、ＳＤＧｓの17のゴールのうち、「12 つくる責任　つかう責任」を中心に、「10 人や国の不平等をなくそう」「16 平和と公正をすべての人に」「17 パートナーシップで目標を達成しよう」等のゴールを念頭において取り組みます。

◆ＳＤＧｓの１７の開発目標

1 貧困をなくそう	あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる。	10 人や国の不平等をなくそう	各国内及び各国間の不平等を是正する。
2 飢餓をゼロに	飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する。	11 住み続けられるまちづくりを	包摂的で安全かつ強靭（レジリエント）で持続可能な都市及び人間居住を実現する。
3 すべての人に健康と福祉を	あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する。	12 つくる責任つかう責任	持続可能な生産消費形態を確保する。
4 質の高い教育をみんなに	すべての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する。	13 気候変動に具体的な対策を	気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる。
5 ジェンダー平等を実現しよう	ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う。	14 海の豊かさを守ろう	持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する。
6 安全な水とトイレを世界中に	すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する。	15 陸の豊かさも守ろう	陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する。
7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに	すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する。	16 平和と公正をすべての人に	持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する。
8 働きがいも経済成長も	包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用（ディーセント・ワーク）を促進する。	17 パートナーシップで目標を達成しよう	持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する。
9 産業と技術革新の基盤をつくろう	強靭（レジリエント）なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る。		

（２）重点的取組み

重点的取組み１　高齢者の消費者被害の未然防止と救済

本県では、急速な高齢化が見込まれています。一人暮らしの高齢者も増えており、身近に相談する人がいないことで被害が深刻化することも多いと考えられます。

「人生100歳時代」に向けて、高齢者の安全・安心な消費生活を確保するため、被害の未然防止と救済に積極的に取り組みます。

【主な取組み】

○　「高齢者、障害者等の消費者被害未然防止対策連絡協議会」[1]において、福祉関係団体等との連携を進めるほか、市町村での取組みを支援し、地域での高齢者等見守りネットワーク構築を推進します。また、高齢者や高齢者を見守る方々に対し、出前講座を実施します。

○　高齢者等契約弱者に配慮した相談対応のため、消費生活相談員に対する研修を実施するとともに、消費生活相談窓口と福祉の現場との連携を進めます。

○　高齢者の消費者被害未然防止のため、高齢者に伝わりやすく工夫して、情報提供を行います。また、県警察と連携し、高齢者に被害が多い特殊詐欺等への対策を進めます。

○　高齢者に被害が多い「訪問販売」に関しては、自主的な取組みを進める事業者団体や消費者団体と協力し、悪質な訪問販売を撲滅する取組みを進めます。

重点的取組み２　成年年齢引下げに伴う若者への消費者教育の充実

民法の改正によって、2022年４月に、成年年齢が「18歳以上」へと引き下げられ、これまで20歳を過ぎた若者を標的としていた、悪質なマルチ取引や、高額なエステ契約などの被害が、高校生世代にまで拡大するおそれがあります。

若者は、何らかの消費者トラブルに遭遇しても、どこに相談してよいかわからなかったり、「知識」や「社会経験」の乏しさから、本人に「消費者トラブルに遭っている」という認識に欠けていることも考えられます。

被害未然防止の観点から、若者への消費者教育を一層強化していくことが重要です。

【主な取組み】

○　民法改正後、成年年齢に達する高校生世代のみならず、中学生の段階から、契約等について正しい知識を身に付けられるよう、「神奈川県の学校における消費者教育推進協議会」[2]での検討等を通じて教育現場と連携を図りながら、教員が活用しやすい教材の作成、提供に取り組むとともに、ＳＮＳを積極的に活用した啓発を強化していきます。

○　また、若者本人だけではなく、その保護者や教員等周りの大人に対しても、若者に多くみられる消費者トラブルとその対応について、理解の促進を図ります。

○　若者が相談しやすいよう、若者を対象とした相談会の開催や青少年部門の相談機関との連携を進め、若者が相談しやすい環境づくりを進めます。

---

[1] **高齢者、障害者等の消費者被害未然防止対策連絡協議会**：高齢者、障がい者等の消費者被害防止に向けた総合的な対策の協議を行う機関で、県機関、消費者団体、福祉関連団体により構成しています。

[2] **神奈川県の学校における消費者教育推進協議会**：学校における消費者教育が円滑に実施されるよう関係機関との連携、協力を進めることを目的とした機関で、県の消費生活課と教育関係機関で構成しています。

コラム１

「成年年齢引下げ」

～18 歳から成人に！～

○　成年年齢が引き下げられます！

2019 年６月に民法が改正され、2022 年４月１日から成年年齢が 18 歳に引き下げられることになりました。

○　成年年齢が 18 歳に引き下げられると、どんなことが起きるの？

未成年者には、「未成年者取消権」が認められています。これにより、親の同意を得ずに契約した場合は、契約を取り消すことができるのです。これは、未成年者の消費者被害を防ぐ非常に強力な権利であり、業者側としても、後で契約を取り消されてしまうリスクがあることから、未成年者を勧誘のターゲットにすることは少なく、未成年者保護のための防波堤になっています。しかし、成年年齢引下げにより、18 歳、19 歳の若者は、契約を取り消すことができなくなってしまうのです。

○　成人になりたての若者の相談件数は多いの？

全国の消費生活センター等に寄せられる消費生活相談について、年齢ごとの平均件数でみると、18～19 歳の相談件数に比べ、成人になりたての若者（20～22 歳）の相談件数が大きく増えています。

○　何に注意すればよいの？

契約に関する知識や経験が乏しい若者を狙い撃ちにする悪質な業者もおり、成年年齢引下げによって消費者被害が 18 歳や 19 歳にも広がることが懸念されます。消費者トラブルに遭わないためには、未成年のうちから契約に関する知識を学び、様々なルールを知った上で、その契約が必要かよく検討する力を身につけておくことが重要です。

成年年齢引下げに関する高校生の消費者被害未然防止に向けたチラシ

（3）基本方向

基本方向１	消費者教育の推進と持続可能な消費行動の促進

ア　様々な場やライフステージに応じた消費者教育の推進

◆　学校等における消費者教育の推進

【保育所、幼稚園等】

日常生活での事故防止について学び、ものを大切にする心、おつかいや買い物への関心などを育んでいくため、教材の提供や講師の派遣などにより、保育所、幼稚園等における消費者教育を支援します。

【小学校、中学校、高等学校、特別支援学校等】

学校教育においては、学習指導要領に基づき、社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科などの教科を中心に、消費者教育を実施していきます。

また、学校や教育機関との連携を進めながら、児童・生徒の発達段階に応じた教育教材等を作成するとともに、これらの教材を活用した講座や、インターネット被害未然防止に特化した講座の実施に取り組みます。

教員に対しては、消費者問題への理解を促進するための研修を実施するほか、ニーズに応じた情報や教材の提供を行っていきます。

さらに、動画やホームページ、ＳＮＳを活用して、児童・生徒に伝わりやすい効果的な情報発信を行っていきます。

【大学、専門学校等】

若者の消費者被害の傾向として、20歳からマルチ取引やエステサービスなどの相談が増加し、契約購入金額も増加する傾向にあるため、契約行為の当事者となり得る学生に対し、消費者としての自立支援のための講座を実施します。

また、若者向けの悪質商法被害未然防止のための啓発資料を発行するとともに、動画やホームページ、ＳＮＳを活用して、若者に伝わりやすい効果的な情報発信を行っていきます。

◆　地域社会での消費者教育の推進

【地域】

消費者被害を未然に防止するため、町内会や地域住民の通いの場、子ども会、放課後児童クラブなどで出前講座を実施し、地域社会における消費者教育活動を促進します。

特に、高齢者、障がい者等の消費者被害未然防止に向けては、町内会等における取組みのほか、インターネット被害の未然防止に特化した講座を実施するとともに、高齢者団体、障がい者団体をはじめとする関係機関との連携による地域見守り活動の仕組みの中で、高齢者、障がい者等それぞれの状況に配慮した、伝わりやすい啓発資料の作成や、見守る方々などに対する出前講座などの届ける消費者教育を実施します。

また、地域において多様な消費者教育の機会を提供するため、消費者団体やＮＰＯ等による消費者教育を支援します。

【家庭】

子どもの安全確保やスマートフォンなどによるインターネットの適正利用、環境教育や食育といった、家庭における教育が特に重要な分野について、保護者による消費者教育を支援するため、教材の提供や保護者を対象とした講座などを実施します。

特に、成年年齢引下げに伴う若者の消費者トラブル未然防止に向けては、若者本人への消費者教育だけではなく、その保護者等に対しても、理解の促進を図ります。

◆　職域での消費者教育の促進

持続可能な社会を形成する重要な構成員である事業者においても、従業者の消費生活に関する知識及び理解を深め、さらには SDGｓやエシカル消費の概念を普及することは、消費者市民社会の形成にも寄与されるものと期待されるため、事業者による従業者への消費者教育の取組みを支援します。

イ　消費者教育の拠点機能の発揮と連携の推進

◆　消費生活相談情報を踏まえた研修実施・教材作成

かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談を踏まえ、悪質商法の被害情報などを分析し、消費者への注意喚起や教材等に適時に反映させます。

また、市町村の消費生活センターが消費者教育の拠点としての役割を果たせるよう、市町村に対し、啓発資料の提供や相談員を対象とした研修などを実施します。教材、研修や消費者教育を担う団体の情報などは、ポータルサイトで集約し発信します。

（消費者教育サポートサイト
「つながる・かながわ」）

◆　消費者教育の担い手の育成・活動の支援

教員や消費生活相談員のほか、地域の人材を消費者教育の担い手とするための取組みを推進します。また、多様な担い手の育成を図るため、消費者団体やＮＰＯ等による消費者教育に関する取組みを支援します。

担い手の活動の支援として、地域や学校等の消費者の学びの場とのマッチング、講演会や活動発表などの連携・協働の場の提供、消費者教育のポータルサイトの運用などに取組み、消費者教育のコーディネート機能を発揮していきます。

◆　消費生活に関連するその他の教育との連携

環境教育、食育、国際理解教育などにおいては、消費者の自立や消費者市民社会に参画することの重要性について理解と関心を高めるうえで、消費者教育と目的や内容が重なる部分があります。

こうした分野では、「神奈川県環境基本計画」、「神奈川県食育推進計画」、「かながわ食の安全・安心の確保の推進に関する指針」、「かながわ国際施策推進指針」、「かながわ青少年育成・支援指針」といった県の計画等に基づき、取組みが進められています。これらの計画等に位置付けられた消費生活に関連する教育と連携し、効果的な消費者教育を推進します。

また、消費者教育推進法では、その基本理念として「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」とされていることから、関連部局との連携を密にし、災害等の非常時における消費生活に関する合理的行動のための知識・理解を進めます。

このほか、神奈川県金融広報委員会[1]と連携し、金融リテラシー（知識、判断力）の向上を図るため、金融広報アドバイザー派遣講座の実施や講演会の開催など、ライフステージにあわせた金融経済教育を進めます。

ウ　持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進

◆　エシカル（倫理的）消費[2]の普及

私たちは、物を買ったり、食べたり、使ったり、日々何かしらの消費をして生活しています。人や社会、環境などに配慮した商品やサービスを選ぶ思いやりのある消費行動を「エシカル消費」といいます。私たち一人ひとりの“消費”行動は、世界の経済や環境にも大きな影響を与えるものです。

そこで、エシカル消費の理念を広め、持続可能な社会の形成に向けた消費行動を促すため、リーフレットの作成やイベントの実施等、行政、消費者団体、事業者・事業者団体等と連携して普及・啓発を進めます。

コラム2

「エシカル（倫理的）消費」から考える消費者市民社会

みなさんは、買い物をするとき、どういう基準で商品を選んでいるでしょうか。選択基準のひとつに、より良い社会づくりに向け、人や社会・環境に配慮した商品を積極的に選ぶ「**エシカル消費**」があります。

○　身の回りにある「エシカル消費」

環境に配慮した商品だけでも、「オーガニック（有機）コットン」を使用したＴシャツやタオル、持続可能な環境管理として「森林認証（ＦＳＣ認証）」を受けた紙で作られたノート、輸送にかかる二酸化炭素排出が少ない地元産農産物など、身の回りにたくさんあります。コーヒー豆やチョコレートなどで知られる「フェアトレード」も、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立をめざす仕組みだけでなく、生産地域の環境に配慮されていることが認証の条件となっています。

○　プラスチックごみ問題の対策

海洋汚染が今、世界規模で大きな社会問題となっています。2018年夏、鎌倉市由比ガ浜でシロナガスクジラの赤ちゃんが打ち上げられ、胃の中からプラスチックごみが発見されました。こうしたプラスチックごみ問題の対策※1として、生活に身近なレジ袋※2やプラスチック製のストローを使用しないことも、エシカルな消費行動といえます。

※1　神奈川県では、プラスチックごみ問題の対策として「かながわプラごみゼロ宣言」を行っています。

※2　プラスチックごみの削減に向けて、2020年７月からすべての小売店でプラスチック製レジ袋が有料化される予定です。

○　持続可能な社会の形成に向けて

大量生産、大量消費の現代社会において、私たち一人ひとりの“消費”行動が世界の経済や地球環境にも大きな影響を与え続けていることを自覚し、持続可能な社会を形成していくためには、積極的に社会へと働きかける消費者を育てていく必要があります。

県では、神奈川県消費生活条例に消費者市民社会の理念を追加し、消費者教育の充実を図るとともに、企業や団体と連携した啓発イベントの開催のほか、リーフレットや動画などを作成し、エシカル消費の普及に取り組んでいきます。

より良い社会づくりに向けて、あなたもエシカル消費を考えてみませんか？

「買い物が未来をつくる未来をかえる」リーフレットと「SDGs目標 12 カード」セット（2018 年度発行）

コラム3

「食品ロス」

～もったいない！食べられるのに捨てられる～

○　みなさんは「食品ロス」という言葉を聞いた事がありますか？

食べ残しや賞味期限切れなど、食べられたはずなのに廃棄されてしまっている食べ物を「食品ロス」といいます。

○　SDGs との関連

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」では、食料の損失、廃棄の削減について目標設定され、「SDG s 」のターゲット 12.3 には、「2030 年までに世界の一人当たりの食料廃棄を半減させる」という内容が組み込まれており、食品ロスの削減は、国際的にも重要な課題となっています。

○　我が国でも取組は始まっているの？

我が国においても、食品ロスの削減を推進するため、「食品ロスの削減の推進に関する法律」2019 年 10 月 1 日に施行されました。日本における食品ロスは年間 643 万トン※です。これは、世界中で飢餓に苦しむ人々に向けた世界の食糧援助量(2017 年で年間約 380 万トン※)の 1.7 倍に相当します。

○　どのような食品ロスが多いの？

食品ロスの内訳は、規格外品、返品、売れ残り、食べ残しなどの事業系が 352 万トン※、食べ残し、手つかずの食品（直接廃棄）、皮の剥きすぎなどの家庭系が 291 万トン※と、家庭から排出される量も半分近くを占めています。

※農林水産省及び環境省「2016 年度推計」

○　食品ロスを減らすためにできることは？

食品ロスを減らすためには、事業者や家庭の皆様一人ひとりが意識して、国民全体で食品ロスの削減を目指すことが大切です。一人ひとりの取組みとしては、買物時に「買いすぎない」、料理を作る際「作りすぎない」、外食時に「注文しすぎない」、そして「食べきる」ことが重要です。

（エシカル消費の普及イベント　「食品ロス削減」をテーマとして実施）

[1] **神奈川県金融広報委員会**：神奈川県、財務省関東財務局、日本銀行、県内金融機関、報道機関等により構成され、金融経済情報の提供や金融経済学習の支援を行っています。

[2] **エシカル消費**：「エシカル消費」とは英語で「倫理的な消費」という意味で、例としては、「フェアトレード」「オーガニック」や「地産地消」「食品ロス」「障がい者支援につながる商品」「応援消費」「伝統工芸」「動物福祉」「寄付付き商品」「リサイクル・アップサイクル」「エシカル金融」など幅広い消費の形があります。

基本方向２　消費者被害の未然防止

ア　被害未然防止に向けた注意喚起・情報発信

◆　相談情報を生かした注意警戒情報等の発信

消費生活相談窓口に寄せられた相談事例の中から、消費者に特に知っていただきたい注意事項や、消費生活に関する様々な情報を定期的に発信するほか、関連省庁・国民生活センター等が発信する最新の消費生活に関する注意情報を、随時発信していきます。

また、ＰＩＯ-ＮＥＴ[1]により収集した相談情報を分析し、「消費生活相談概要」を作成・公表することで、被害の未然防止を図ります。

（かながわ消費生活
注意・警戒情報）

◆　ホームページ、ＳＮＳ等様々な媒体による効果的な情報発信

消費者被害未然防止に向け、消費生活課ホームページやＳＮＳを活用した注意喚起情報をタイムリーに発信するほか、県のたより、ラジオ放送、啓発動画、映画館での広告、ラッピングバスなど、様々な機会と媒体を活用し、効果的に情報を届けられるよう情報発信の強化を図ります。特に、昨今増加している架空請求ハガキに対する注意喚起などは、県庁ホームページのトップページに掲載するなど、多くの方に情報が届くようにしていきます。

（消費生活課ホームページ）

（Facebook）

（Twitter）

◆　インターネットを介して発生する消費者被害への対応

インターネットを介して発生する様々な消費者被害に対応するため、子どもから高齢者まで幅広い年代を対象として啓発を行います。

動画、疑似体験ソフト、リーフレット等を提供するとともに、最新の被害状況に対応した内容を取り入れた、インターネット被害に関する講座を実施します。

（インターネット被害未然防止講座の様子）

[1] **ＰＩＯ-ＮＥＴ**：全国消費生活情報ネットワークシステム。国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報（消費生活相談情報）の収集を行っているシステム。

イ　消費者の特性に配慮した対応

◆　高齢者・障がい者に配慮した対応

高齢者や障がい者の中には、加齢や障がいにより判断力が不十分な状況となることで、消費者トラブルに巻き込まれてしまう人もいます。こうしたトラブルを未然に防ぐためには、周囲の人たちによる支えが必要です。契約等で困ったことがある場合には、消費生活センターに相談できることを周知するとともに、福祉の関係機関と連携を進めるなど、それぞれの特性に配慮した対応に取り組みます。

また、高齢者や障がい者に多い被害に対する注意事項等を、本人だけでなく、家族や身の回りの人に向けて発信し、高齢者や障がい者が孤立した状態で被害を抱え込んでしまうことを防ぎます。

このほか、関係機関と連携し、見守る人を対象とした啓発を実施するとともに、市町村との意見交換会等を通じて、見守りネットワーク構築につなげていくほか、判断能力が十分でない方々の権利擁護のための成年後見制度の活用や、事業者活動における障がい者理解を促進します。

◆　若者に配慮した対応

若者は、何らかの消費者トラブルに遭遇しても、どこに相談してよいかわからなかったり、「知識」や「社会経験」の乏しさから、本人に「消費者トラブルに遭っている」という認識に欠けていることも考えられます。

成年年齢引下げに伴い、若者が巻き込まれる恐れのある消費者トラブルについては、若者への消費者教育の充実を図るとともに、若者が“自分事”として問題をとらえられるよう、ＳＮＳを活用した効果的な情報発信を行ってきます。

また、若者を対象とした相談会の開催や青少年部門の相談機関との連携など、若者に配慮した対応を進めます。

◆　外国人に配慮した対応

本県在住外国人や本県に滞在する外国人が増加傾向にある中で、かながわ中央消費生活センターの消費生活相談窓口において、多言語支援センターかながわ[2]や訪日観光客消費者ホットライン[3]と連携し、外国人の消費者トラブルにも適切に対応していきます。

また、外国語による消費生活相談窓口案内リーフレットにより、悪質商法への注意を呼びかけます。

[2] **多言語支援センターかながわ**：外国籍県民や来県外国人への情報提供、通訳支援を多言語で行うセンター。英語、中国語、タガログ語 、ベトナム語 、スペイン語、ポルトガル語、ネパール語、タイ語、韓国・朝鮮語、インドネシア語、やさしい日本語により問合せを受け付けていて、県から委託された民間団体により「かながわ中央消費生活センター」と同一の建物内で運営されています。

[3] **訪日観光客消費者ホットライン**：国民生活センターが開設している訪日観光客向け（専用）の電話による消費者相談窓口。英語、中国語、韓国語、タイ語、ベトナム語、日本語の計６カ国語に対応しています。

ウ　他機関等と連携した消費者被害未然防止の推進

◆　適格消費者団体[1]との連携による被害未然防止

「消費者団体訴訟制度」においては、内閣総理大臣が認定した消費者団体が、消費者に代わって、事業者が行う不当な行為等に対して差止請求等を行うことで、同一の消費者被害の未然防止を図ることが期待されます。その差止請求等を行う適格消費者団体と県が連携することで、消費者被害の未然防止を推進します。

◆　詐欺的悪質商法等への対応

消費生活相談窓口において、特殊詐欺等の情報が得られた場合には、県警察へ情報提供し、被害の拡大防止を図るほか、県警察と金融機関等の連携により、窓口等における声掛けによる被害阻止対策を推進するなど、関連機関との連携を深め、防犯対策を進めます。

また、ヤミ金融[2]被害に対しては、東京都、千葉県、埼玉県と本県の一都三県によるヤミ金融被害防止合同キャンペーン実施や、国や関係団体等との連携などにより未然防止に取り組みます。

◆　消費者団体や事業者団体等との連携による被害未然防止

消費者被害の未然防止は、行政による取組みだけで効果を発揮できるものではなく、消費者団体や事業者団体等とも連携して行っていくことが必要です。

そこで、消費者被害未然防止のキャンペーンを消費者団体等と連携して行うほか、高齢者に被害の多い「訪問販売」に関して、自主的な取組みを進める事業者団体や消費者団体等と協力し、悪質な訪問販売を撲滅する取組みを進めます。

コラム4

「消費者団体訴訟制度」

～不当な勧誘や契約条項などによる消費者トラブルの未然防止・拡大防止及び被害回復を図る～

○「消費者団体訴訟制度」って？

消費者被害に遭ってしまった時、個人で対応するのは難しい場合があります。「消費者団体訴訟制度」とは、内閣総理大臣が認定した消費者団体が、消費者に代わって訴訟等をすることで、後を絶たない不当な勧誘や契約による消費者トラブルを未然に防いだり、拡大を防いだり、被害を回復する制度で、「差止請求」と「被害回復」があります。

○「差止請求」って何？どんな時が対象になる？

「差止請求」とは、適格消費者団体が、「不当な勧誘」、「不当な契約条項」「不当な表示」などの事業者の不当な行為に対し、差し止めを求めることができる制度です。

○「被害回復」って何？どんな時が対象になる？

「被害回復」とは、多数の消費者に共通して生じた財産的被害について、特定適格消費者団体※が訴訟を通じて集団的な被害の回復を求めることができる制度です。

※特定適格消費者団体：被害回復裁判手続を行うのに必要な適格性を有するとして、内閣総理大臣が認定した消費者団体

不当な勧誘や契約条項などによる消費者トラブルに遭ったら、まずは各地の消費生活センターにご相談ください。また同種の消費者トラブルの未然防止・拡大防止、被害回復を図るために、適格消費者団体や特定適格消費者団体への情報提供をお願いします。

コラム５

消費者団体や事業者団体等との連携による被害未然防止

～高齢者の消費者被害が多い「訪問販売」に対する取組み～

神奈川県ではこれまでも、消費者団体や、事業者団体等と連携した取組みによって、消費者被害未然防止を図ってきました。

特に、高齢者に被害の多い「訪問販売」に関しては、適正な勧誘のために自主的な取組を推進する事業者団体と県がチームとなって、悪質な勧誘を決して許してはいけない！という機運を高めていくこととし、2018 年３月**「悪質な訪問販売 撲滅！かながわ宣言」**を行いました。

消費者団体ともタッグを組み、事業者団体と県が連携して取組みを進め、神奈川県では健全な事業者しか訪問販売ができない、という機運の醸成を進めるものです。

○　宣　言

神奈川県

「県は、悪質な訪問販売から県民を守る施策を推進することを宣言します。」

事業者団体（共通）

「私たちは、法令を遵守し、適正な勧誘を行うための取組みを進めることを宣言します。」

○　宣言団体（８団体）

公益社団法人日本訪問販売協会、
一般社団法人全日本冠婚葬祭互助協会、
神奈川県ケーブルテレビ協議会、
神奈川県新聞販売組合、京浜新聞販売組合、
公益社団法人かながわ住まいまちづくり協会、
神奈川県生活協同組合連合会、
一般社団法人生命保険協会神奈川県協会

「宣言団体のロゴマーク」
消費者が、悪質な訪問販売にはっきり「NO」と言えるように、県と宣言団体が支えていくイメージを表しています。

[1] **適格消費者団体**：不特定多数の消費者の利益を擁護するために、差止請求権を適切に行使できる専門性などの要件を満たしたうえで、内閣総理大臣によって認定された消費者団体のことをいいます。

[2] **ヤミ金融**：無登録で貸金業を営む者や登録業者を含め法律に違反するような高金利で貸付けを行ったり、悪質な取立てを行ったりする者のことをいいます。

基本方向３　消費者被害の救済

ア　かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談機能の向上

◆　消費生活相談の実施

消費生活相談を実施し、多様化、複雑化する消費者問題に対応します。土日、祝日、平日夜間の相談やメールによる受付けを行うことにより、市町村の相談業務の補完機能を担うとともに、平日の昼間に相談しにくい消費者の利便性向上を図っていきます。

また、消費生活相談窓口の効果的な周知のほか、コミュニケーションボードの設置等、相談対応におけるバリアフリー化に努めます。

◆　広域的な相談窓口としての機能発揮

ＰＩＯ-ＮＥＴにより県内の相談情報を分析し、かながわ中央消費生活センター自らも相談を受け、新手、悪質な相談や多発している相談の事例、これらに対する処理方法等について、市町村の相談窓口へ情報提供するなど、広域的相談窓口としての機能を発揮します。

◆　高度な相談にも対応できる人材育成

高度な相談に対応し、専門性を発揮していくため、消費生活相談員等に対して専門的な研修を実施するとともに、専門性の高い分野において、情報収集、事例分析、研究を実施し、対策を分かりやすくまとめ、市町村へ情報提供していきます。

また、こうした取組みを進め、消費生活相談員等の経験を蓄積し、消費生活相談機能の向上を図ります。

◆　専門的な相談への対応

市町村で受けた消費生活相談のなかで、法律や技術相談など専門知識が必要なものについて、弁護士などの専門家と連携し、助言等を行います。

また、多重債務者など生活再建が必要な方を支援するため、関係機関と連携を図りながら相談を実施します。

イ　市町村消費生活相談との連携・支援

◆　市町村の実情に応じたサポート

身近な市町村で適切な消費生活相談が受けられるよう、市町村から依頼を受けて県の相談員を派遣し、助言を行うとともに、定期的に市町村相談窓口を巡回するほか、政令市を除く６地域に指定消費生活相談員[1]を各１名配置し、市町村職員、消費生活相談員に対し、消費生活相談の処理方法等について助言するなど、市町村の実情に応じたサポートを行います。

また、相談現場においては、相談で得た情報を消費者施策の展開につなげるためにも行政職員の理解を深めることが重要であることから、行政職員を対象とした研修も実施していきます。

◆　**相談員の人材の確保、資質の向上**

市町村において、解決能力の高い消費生活相談員を確保するため、県が作成した相談員の有資格者名簿等を活用した情報提供や、相談現場のニーズにあった相談員研修、採用後間もない相談員のかながわ中央消費生活センターへの研修受入れを行います。

◆　**市町村との情報共有**

市町村の消費生活相談担当者と定期的に情報交換や相談処理手法の研究を行うとともに、市町村、事業者等との懇談会を開催し、苦情相談の解決に向けた相談状況や事例等の情報交換を行います。

ウ　消費者被害救済に向けた取組みの推進

◆　**消費者被害救済委員会による被害の救済**

消費者と事業者の紛争が多様化、複雑化するなか、被害の内容が県民の消費生活に著しい影響を及ぼし、又は、及ぼすおそれがある相談については、相談者の申し出を受け、神奈川県消費者被害救済委員会において、あっせん・調停を行い、紛争の公正迅速な解決を図ります。

◆　**様々な相談機関等との連携強化**

市町村や、他都県市、国民生活センター、ＡＤＲ[2]機関、事業者団体など、様々な相談機関等との有機的な連携、協働により、効率的で迅速な紛争処理機能を発揮し、消費者被害の救済を図ります。

[1] **指定消費生活相談員**： 消費者安全法において、都道府県は、消費生活相談員の中から、一定程度の実務経験を有する者を、市町村の消費生活相談に関する助言、協力等の援助を行う「指定消費生活相談員」として指定（努力義務）することとされています。

[2] **ＡＤＲ**：Alternative Dispute Resolution　裁判以外の場において紛争を解決するための手段や方法のこと。

基本方向４　安全・安心な消費生活の確保

ア　事業者指導による取引の適正化

◆　法令に基づく事業者指導の実施

商品等の売買又は役務の提供について、不当な取引行為を行う事業者を、特定商取引法及び消費生活条例に基づき指導します。

また、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）に基づき、不当表示を行う事業者等に対する指導を行うとともに、割賦販売法に基づき、事業者に対して立入検査及び改善指導を行います。

◆　事業者指導にあたっての連携の推進

都県の枠を越えて広域的に不当な取引行為を行う事業者に迅速に対応し、効果的な指導、処分等を行うため、近隣都県で構成する対策会議や、政令市、県警察との協議の場等において情報交換し、連携を進めます。

イ　消費者から信頼される事業者活動の促進

◆　品質や顧客満足を高める事業者活動の支援

品質や顧客満足を高める事業者活動の促進のため、事業者に対し、積極的な取組み事例の情報提供や、コンプライアンス意識向上などを含めた研修を行うとともに、事業者自ら事業者活動の自主行動基準を策定、公表し、運用する活動を支援します。

また、公益通報者保護法[1]の普及に向けた取組みを行います。

◆　事業者団体との連携による普及啓発

消費者問題に関する事業者団体との話し合いの場や、悪質な訪問販売撲滅に関して、自主的な取組みを進める事業者団体等との意見交換会において、被害情報の共有や意見交換を行い、消費者被害の未然防止を図るとともに、事業者団体が行う、消費者から信頼される事業者活動を促進するための教育、研修などを支援します。

◆　消費生活協同組合法に基づく健全な生協運営の指導

消費者である組合員が安心できる、健全な生協運営を図るため、消費生活協同組合の設立認可等の許認可や検査、改善指導を行います。

[1] **公益通報者保護法**：事業者内部の法令違反行為について公益のために通報した労働者を、解雇等の不利益な取扱いから保護することにより、事業者の法令遵守経営の強化を図り、国民生活の安定と社会経済の健全な発展をめざす制度。

ウ　商品及びサービスに関する安全・安心の確保

◆　商品及びサービスの安全に関する情報収集、提供

消費者安全法に基づき、消費生活相談窓口に寄せられた商品及びサービスに関する重大事故等の情報を収集し、国へ通知するとともに、県などで実施する商品テストの結果なども含めて、市町村や消費者へ積極的に情報提供します。

また、消費生活用製品安全法に基づく販売業者への立入検査など、市町村と連携した取組みを進めます。

◆　適正な表示の推進

適正な表示の確保を図るため、景品表示法、食品表示法等に基づき、関連事業者に対する指導等を行います。

◆　食の安全・安心に関する消費者の理解促進

消費者に食の安全・安心に関する知識と理解を深めてもらうため、情報の発信、共有化などにより、リスクに関する相互理解（リスクコミュニケーション）を進めます。

コラム6

「特定商取引法」とはどんな法律ですか？

正式な法律名は「特定商取引に関する法律」。訪問販売など消費者トラブルの多い特定の取引類型（7 類型）を対象にして、トラブル防止のルールを定め、事業者による不当な勧誘行為等を取り締まることにより、消費者取引の公正を確保するために設けられた法律です。その概要は、次のとおりです。

※詳しくは、消費生活課ホームページからご覧いただけます。

「Check&Try
ひと目でわかる
特定商取引法」

取引類型	内容	トラブルの原因
訪問販売	●自宅又は職場への訪問販売　●キャッチセールス ●アポイントメントセールス　●ＳＦ商法	消費者が自ら求めないのに、突然勧誘を受ける
訪問購入	営業所等以外で事業者が物品の購入を行う取引	
電話勧誘販売	電話で勧誘し、申込みを受ける販売	
通信販売	新聞、雑誌、インターネット等で広告し、郵便、電話等の通信手段により申込みを受ける販売	事業者と対面して商品や販売条件を確認できない
特定継続的役務提供	長期・継続的な役務の提供とこれに対する高額の対価を約する取引(現在、エステティック、美容医療、語学教室、家庭教師、学習塾、パソコン教室、結婚相手紹介サービスの７業種が対象)	長期・高額の負担を伴う
連鎖販売取引（マルチ商法）	個人を販売員として勧誘し、さらに次の販売員を勧誘する形で、販売組織を連鎖的に拡大して行う商品、役務の販売	ビジネスに不慣れな個人を勧誘する
業務提供誘引販売取引（内職・モニター商法）	「仕事を提供するので収入が得られる」などと誘引し、仕事に必要であるとして、商品等を売って金銭負担を負わせる取引	

6　推進体制等

(1)　推進体制

◆　消費者施策の推進にあたっては、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、さらには市町村、他都道府県、国など、関係機関と協働、連携し、効果的に展開していきます。

◆　県民の生活に身近な市町村とは、それぞれの役割分担を踏まえながら、「市町村消費生活行政担当課長会議」などの場を通じて、連携した取組みを進めます。

◆　「神奈川県の学校における消費者教育推進協議会」での教育局等との連携をはじめ、「高齢者、障害者等の消費者被害防止対策連絡協議会」、「かながわ食育推進会議」、「神奈川県食の安全・安心推進会議」、「特殊詐欺撲滅に向けた情報連絡会」等各分野における既存の協議の場を通じて、庁内関係部局が連携し、部局横断的に消費者施策に取り組むとともに、関係団体等との協働を進めていきます。

(2)　実効性の確保等

◆　毎年度、指針に基づいて実施した事業についての事業結果を取りまとめ、検証を行い、消費生活審議会に報告し、その内容を公表するとともに、消費生活審議会からの意見については、適宜、施策・事業に反映していきます。

◆　消費者教育推進法に基づく「消費者教育推進地域協議会」については、消費生活審議会がその役割を担うこととし、消費生活審議会の意見を踏まえて施策を推進していきます。

◆　消費者を取り巻く環境は絶え間なく変化し、新たな消費者問題が発生することが想定されます。消費者施策の推進にあたっては、こうした問題に迅速かつ的確に対応していきます。

付属資料

神奈川県消費生活条例 ……35
消費者教育の推進に関する法律 ……42
消費生活トラブル用語集 ……45
神奈川県内の消費生活相談窓口のご案内 ……46

神奈川県消費生活条例

昭和55年3月31日条例第1号
最終改正：平成30年3月30日条例第35号

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、県民の消費生活に関し、県及び事業者の果たすべき責務等を明らかにするとともに、県が実施する施策について必要な事項を定め、次に掲げる消費者の権利を確立し、もつて県民の消費生活の安定と向上及び環境に配慮した消費生活の推進に資することを目的とする。
（1）　消費生活に係る商品等によつて生命及び健康を侵されない権利
（2）　消費生活に係る商品等に適正な表示を行わせる権利
（3）　消費生活を不当な取引行為によつて侵害されない権利
（4）　消費生活に係る商品等について不当な取引条件を強制されない権利
（5）　消費生活において被つた不当な被害から速やかに救済される権利
（6）　消費生活に必要な情報を速やかに提供される権利
（7）　消費生活に係る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
（8）　消費生活において、必要な知識及び判断力を習得し、自主的かつ合理的に行動するため、消費者教育を受ける機会が提供される権利
（9）　消費者の意見が県の施策に適切に反映される権利
一部改正〔平成元年条例22号・15年24号・17年40号〕

（定義）
第2条　この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。
（1）　消費者　事業者が提供する商品等を用いて生活する者、事業者に商品等を提供する取引を行う者（個人に限り、事業として若しくは事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。）又はこれらに準ずる者として規則で定める者をいう。
（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、役務及び権利をいう。
一部改正〔平成元年条例22号・15年24号・30年35号〕

（県の責務）
第3条　県は、県民の協力の下に、この条例に定める施策を進めるとともに、消費生活の安定と向上及び環境に配慮した消費生活の推進に資する効果的な施策を策定し、実施するよう努めなければならない。
一部改正〔平成15年条例24号・17年40号・30年35号〕

（消費生活に関する相談の実施）
第3条の2　県は、事業者との取引又は事業者が取り扱う商品等に関する消費者からの相談に柔軟かつ弾力的に対応するものとする。
追加〔平成30年条例35号〕

（情報の収集と提供）
第3条の3　県は、県民の消費生活の安定及び向上を図り、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する情報を収集し、消費者に必要な情報を提供するものとする。
追加〔平成30年条例35号〕

（消費者教育の推進）
第3条の4　県は、消費者被害を防止するとともに、消費者が自主的かつ合理的に行動することのできるようその自立を支援し、並びに消費者が主体的に公正かつ持続可能な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及びこれに準ずる啓発活動（以下「消費者教育」という。）の充実を図るものとする。

2　県は、消費者教育を推進するに当たり、消費者の年齢、障害の有無、その他の消費者の特性及び学校、地域、家庭、職域その他の消費者教育が行われる場の特性に配慮し、適切な方法により実施するとともに、多様な主体との連携及び消費者教育の担い手の育成を行うものとする。
追加〔平成30年条例35号〕

（市町村との連携）
第4条　県は、この条例に定める施策の実施について、市町村の協力を求めるものとする。

2　県は、市町村が行う消費生活の安定と向上及び環境に配慮した消費生活の推進を図ることを目的とする施策について、必要な情報の提供、技術的助言その他の支援を行うものとする。
一部改正〔平成15年条例24号〕

（事業者の責務等）
第5条　事業者は、事業活動を行うに当たり、この条例に定める事項を遵守するほか、県が実施する県民の消費生活の安定と向上及び環境に配慮した消費生活の推進に関する施策に協力しなければならない。

2　事業者は、その供給する商品及び役務について消費者の安全を確保するとともに、その取り扱う商品等について消費者との取引における公正を確保するよう努めなければならない。

3　事業者は、その取り扱う商品等及び当該商品等の取引に関する情報を消費者に積極的に提供するよう努めなければならない。

4　事業者は、その取り扱う商品等の消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮するよう努めなければならない。

5　事業者は、その取り扱う商品等及び当該商品等の消費者との取引に関して生じた苦情を適切かつ迅速に処理するとともに、これに必要な体制の整備に努めなければならない。

6　事業者は、その取り扱う商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務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。
一部改正〔平成15年条例24号・17年40号・30年35号〕

第5条の2　事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。
追加〔平成17年条例40号〕

第5条の3　消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

2　消費者は、消費生活に関し、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。
追加〔平成17年条例40号〕

第5条の4　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　県は、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。
追加〔平成17年条例40号〕

（推進指針の策定）
第５条の５　知事は、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指針（以下「指針」という。）を策定するものとする。

２　指針は、次に掲げる事項について定めるものとする。
（１）　消費者施策の基本理念及び推進体制
（２）　消費者教育の推進に関する施策
（３）　前２号に掲げるもののほか、消費者施策を推進するために必要な事項

３　知事は、指針を定め、又は変更したときは、遅滞なくこれを公表するものとする。
追加〔平成 30 年条例 35 号〕

第２章　消費者の権利の確立
全部改正〔平成元年条例 22 号〕

第１節　危害の防止

（安全性に疑いのある商品の立証要求等）
第６条　知事は、商品（サービス業において使用される商品を含む。以下この節において同じ。）が消費者の健康を損ない、又は身体に危害を及ぼす疑いがあると認定したときは、その商品を供給する事業者に対し、資料の提出その他の方法により、その商品が安全であることの立証を要求するものとする。

２　知事は、事業者が前項に規定する要求に応じない場合においてその理由がないと認定したとき又は事業者が同項の規定により行つた立証によつては当該商品が安全であることを十分に確認することができないと認定したときは、その事業者に対し、再度立証すべきことを要求するものとする。

３　知事は、前項の規定による要求をしようとするときは、その要求に係る事業者に対し、その旨を通知し、意見の聴取を行わなければならない。ただし、その事業者が正当な理由なく意見の聴取に応じないときは、意見の聴取を行わないで要求することができる。

４　知事は、消費者の健康又は身体の安全を確保するため必要があると認めるときは、第１項及び第２項の規定による認定の内容及び立証の内容を県民に明らかにするものとする。
一部改正〔平成７年条例２号・15 年 24 号〕

（危険な商品の排除）
第７条　知事は、商品がその欠陥により消費者の健康を損なうこととなり、又は身体に危害を及ぼすこととなると認定したときは、法令に定める措置をとる場合を除き、その商品を供給する事業者に対し、その商品の改善、供給の停止等必要な措置をとるべきことを指導し、又は勧告するものとする。

２　知事は、消費者の健康又は身体の安全を確保するため必要があると認めるときは、前項の規定による認定の内容を県民に明らかにするものとする。
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

第８条　知事は、商品がその欠陥により消費者の生命又は身体に重大な危害を及ぼすこととなる場合において、その危害を防止するため緊急の必要があると認めるときは、法令に定める措置をとる場合を除き、直ちにその商品の品名、その商品を供給する事業者の名称等必要な事項を発表しなければならない。

２　前項の規定による発表があつたときは、当該商品を供給する事業者は、直ちに回収等必要な措置をとらなければならない。
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

（商品の提出）
第９条　知事は、前３条の規定の施行に必要な限度において、事業者に対し、必要な数量の商品の提出を求めることができる。

２　県は、前項の規定により事業者から商品の提出を受けたときは、その事業者に対し、正当な補償を行うものとする。
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

第２節　表示等の適正化

（内容等の表示）
第 10 条　知事は、消費者が商品等を購入し、又は利用するに当たり、その内容及び使用方法を容易かつ適正に識別することができるようにするため必要があると認めるときは、法令に定めがある場合を除き、商品等ごとに、その内容等の表示について事業者が遵守すべき基準を定めることができる。
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

（取引条件等の表示）
第 11 条　知事は、消費者が商品等を購入し、又は利用するに当たり、その取引条件等を容易かつ適正に識別することができるようにするため必要があると認めるときは、次に掲げる表示について事業者が遵守すべき基準を定めることができる。
（１）　商品等の品質その他の内容を保証する旨の表示をする場合における必要な表示
（２）　商品等の価格に関する必要な表示
（３）　自動販売機その他これに類する機械等によつて商品等を提供する場合における必要な表示
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

（包装の適正化）
第 12 条　知事は、商品の包装の適正化を図るため必要があると認めるときは、法令に定めがある場合を除き、商品の包装について事業者が遵守すべき基準を定めることができる。
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

（表示等の基準の遵守等）
第 13 条　事業者は、商品等を提供するに当たり、前３条の規定により定められた基準（次項において「表示等の基準」という。）を遵守しなければならない。

２　知事は、事業者が前項の規定に違反していると認めるときは、その事業者に対し、表示等の基準を遵守すべきことを指導し、又は勧告することができる。
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

第３節　取引行為の適正化
追加〔平成元年条例 22 号〕、一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

（不当な取引行為の禁止）
第 13 条の２　事業者は、商品等の取引において、消費者に対し契約の締結について勧誘しようとして、消費者に迷惑を及ぼし、又は消費者を欺いて消費者に接触する不当な行為として別表第１に掲げる行為をしてはならない。

２　事業者は、商品等の取引において、消費者との契約の締結又はその勧誘に際して、口頭によると文書によるとを問わず、消費者が当該契約に関する事項を正確に認識することを妨げるおそれがある不当な行為として別表第２に掲げる行為をしてはならない。

３　事業者は、商品等の取引において、消費者との契約の締結又はその勧誘に際して、契約を締結させようとして消費者に害を加え、消費者を威迫し、又は困惑させる等消費者の自由な意思形成を妨げるおそれがある不当な行為として別表第３に掲げる行為をしてはならない。

４　事業者は、商品等の取引において、消費者に不当に不利益となる内容の条項を含む契約を締結させる不当な行為として別表第４に掲げる行為をしてはならない。

５　事業者は、商品等の取引において、消費者との契約に関し、消費者又はその関係人を欺き、威迫し、又は困惑させる等により、契約（当該契約の成立、存続又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を請求し、又は当該債務を履行させる不当な行為として別表第５に掲げる行為をしてはならない。

６　事業者は、商品等の取引において、消費者との契約に関し、法令の規定若しくは契約に基づく債務の全部若しくは一部の履行を拒否し、又は正当な理由なく遅延させる不当な行為として別表第６に掲げる行為をしてはならない。

７　事業者は、商品等の取引において、消費者との契約に関し、法律上認められた消費者の権利の行使を妨げるおそれがある不当な行為として別表第７に掲げる行為をしてはならない。

８　事業者と消費者との間において商品等に関し締結した契約（以下「主契約」という。）に伴う立替払、資金の貸付、債務の保証その他の消費者への信用の供与又は保証の受託を業として行う者（以下「与信業者等」という。）は、信用の供与の契約又は保証を受託する契約（以下「与信契約等」という。）に関し、当該契約に関する主契約に係る事業者の不当な行為を知つていた、又は知り得べきであつたにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、又は締結させる行為、法令の規定又は与信契約等に基づく消費者の権利の行使を妨げるおそれがある行為その他の不当な行為として別表第８に掲げる行為をしてはならない。
追加〔平成元年条例 22 号〕、一部改正〔平成 15 年条例 24 号・30 年 35 号〕

（不当な取引行為に関する調査）
第 13 条の３　知事は、事業者が前条の規定に違反している疑いがあると認めるときは、必要な調査を行うことができる。
追加〔平成 15 年条例 24 号〕

（指導及び勧告）
第13条の４　知事は、事業者が第13条の２の規定に違反していると認めるときは、その事業者に対し、不当な取引行為を改善すべきことを指導し、又は勧告するものとする。
追加〔平成元年条例 22 号〕、一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

（情報提供）
第13条の５　知事は、事業者が第13条の２の規定に違反している疑いがある場合において、消費者に被害が発生することを防止するため必要があると認めるときは、消費者に対し、速やかに、当該事業者に係る取引行為、品名その他に関する必要な情報を提供するものとする。

２　知事は、前項に規定する場合において、当該事業者の取引行為により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、その被害を防止するため必要があると認めるときは、消費者に対し、速やかに、前項に規定する情報のほか事業者の名称その他の当該事業者を特定する情報を提供するものとする。
追加〔平成元年条例 22 号〕、一部改正〔平成 15 年条例 24 号・17 年 40 号〕

第４節　生活関連商品の需給に関する緊急対策
一部改正〔平成元年条例 22 号・15 年 24 号〕

（価格の動向等の調査）
第 14 条　知事は、県民の消費生活に関連性の高い商品（以下「生活関連商品」という。）について、価格の動向、需給の状況及び流通機構を調査するものとする。

２　知事は、前項の規定による生活関連商品の価格の動向及び需給の状況の調査を行わせるため、生活関連商品調査員を置くものとする。
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

（供給等の要請）
第 15 条　知事は、県民に対する生活関連商品の円滑な供給を確保するため必要があると認めるときは、事業者又は事業者が組織する団体に対し、その生活関連商品の供給又は供給のあつせんをするよう要請するものとする。
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

（特別の調査を要する商品の指定）
第 16 条　知事は、生活関連商品の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において必要があると認めるときは、その生活関連商品を特別の調査を要する商品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。
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

（指定生活関連商品の調査）
第 17 条　知事は、前条第１項の規定により指定したときは、その指定した生活関連商品（以下「指定生活関連商品」という。）について、価格の動向、需給の状況等を速やかに調査しなければならない。
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

（売渡しの勧告）
第 18 条　知事は、前条の規定による調査の結果、事業者が指定生活関連商品の買占め又は売惜しみをしていると認定したときは、その事業者に対し、売渡しをすべき期限、数量その他必要な事項を定めて、適正な価格で、その指定生活関連商品の売渡しをすべきことを勧告することができる。

２　第６条第３項の規定は、前項の規定による認定について準用する。
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

第５節　調査、公表等
一部改正〔平成元年条例 22 号〕

（立入調査等）
第 19 条　知事は、第６条第１項及び第２項、第７条第１項、第８条第１項、第 13 条第２項、第 13 条の３、第 13 条の４並びに第 17 条の規定の施行に必要な限度において、事業者若しくは当該事業者と密接な関係を有する者として規則で定める者（以下「密接関係者」という。）に対し、その業務に関し報告させ、又はその職員に、事業者若しくは密接関係者の事務所、工場、事業場、店舗若しくは倉庫に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

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

３　第１項の規定による立入調査の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解してはならない。
一部改正〔平成元年条例 22 号・15 年 24 号・17 年 40 号・30 年 35 号〕

（公表）
第 20 条　知事は、事業者又は密接関係者が次の各号のいずれかに該当し、かつ、該当することに正当な理由がないと認めるときは、その旨を公表するものとする。
（１）　第６条第１項若しくは第２項に規定する立証を虚偽の資料若しくは方法により行つたとき又は同条第２項の規定による要求に応じないとき。
（２）　第７条第１項、第13条第２項、第13条の４又は第18条第１項の規定による勧告に従わないとき。
（３）　第８条第２項に規定する措置をとらないとき。

（４） 前条第１項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による立入調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しくは同項の規定による質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。

２ 知事は、前項の規定により公表しようとするときは、あらかじめ当該事業者又は密接関係者に意見を述べる機会を与えなければならない。
一部改正〔平成元年条例22号・15年24号・17年40号・30年35号〕

（告示）
第21条 知事は、第10条から第12条までの規定により基準を定めたときは、これを告示しなければならない。基準を変更し、又は廃止したときも、同様とする。

２ 知事は、第16条第１項の規定により指定し、又は同条第２項の規定により指定を解除したときは、その旨を告示しなければならない。

３ 知事は、別表第１の５の項、別表第２の10の項、別表第３の14の項、別表第４の８の項、別表第５の７の項、別表第６の２の項、別表第７の４の項又は別表第８の３の項の規定により指定したときは、その旨を告示しなければならない。指定を変更し、又は解除したときも、同様となる。
一部改正〔平成元年条例22号・15年24号・17年40号・30年35号〕

第３章 被害の救済

（被害の救済の申出等）
第22条 知事は、消費者から消費生活上の被害の救済について申出があつたときは、当該被害の速やかな救済のために必要な助言、あつせんその他の措置を講ずるものとする。

２ 知事は、前項の措置を講ずるため必要があると認めるときは、事業者その他の関係者に対し、説明若しくは必要な資料の提出を求め、又はその他必要な調査を行うことができる。
一部改正〔平成15年条例24号・17年40号・30年35号〕

（消費者被害救済委員会のあつせん等）
第23条 知事は、前条第１項の規定による申出に係る被害のうち、その被害の内容が県民の消費生活に著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると認めるものがあるときは、その被害に係る紛争を公正かつ迅速に解決するため、神奈川県消費者被害救済委員会（以下「委員会」という。）のあつせん又は調停に付することができる。

２ 知事は、委員会のあつせん又は調停に付された紛争のうち、特に必要があると認めるものの委員会におけるあつせん又は調停の経過及び結果を県民に明らかにするものとする。

（訴訟の援助）
第24条 県は、消費生活上の被害を受けた消費者が事業者に対して訴訟を提起しようとする場合において、その訴訟が次に掲げる要件のいずれにも該当するものであるときは、その訴訟に要する費用の貸付け、弁護士のあつせん等必要な援助を行うものとする。
（１） 同一又は同種の被害が、多数発生し、又は発生するおそれがあること。
（２） 訴訟に要する費用が、その訴訟に係る被害額を超え、又は超えるおそれがあること。
（３） 委員会のあつせん又は調停によつて被害を救済できないこと。
（４） その他規則で定める要件に該当すること。

２ 知事は、前項の援助を行おうとするときは、委員会の意見を聴くものとする。
一部改正〔平成15年条例24号・30年35号〕

（貸付金の返還及び免除）
第25条 前条第１項の規定により訴訟に要する費用として資金の貸付けを受けた者は、その訴訟が終了したときは、速やかに貸付けを受けた資金の全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、資金の貸付けを受けた者が死亡したときその他必要があると認めるときは、貸し付けた資金の全部又は一部の返還を免除することができる。

（適格消費者団体に対する支援）
第25条の２ 知事は、適格消費者団体（消費者契約法（平成12年法律第61号）第２条第４項に規定する適格消費者団体をいう。以下同じ。）が差止請求権（同法第12条の２第１項第２号ハに規定する差止請求権をいう。）を適切に行使するために必要な限度において、適格消費者団体に対し、契約書、和解書その他の消費生活相談（同法第13条第３項第５号イに規定する消費生活相談その他の消費生活に関する相談をいう。次項において同じ。）に関する資料であつて規則で定めるものの提供その他必要な支援を行うことができる。

２ 知事は、特定適格消費者団体（消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律（平成25年法律第96号）第２条第10号に規定する特定適格消費者団体をいう。以下同じ。）が被害回復関係業務（同法第65条第２項に規定する被害回復関係業務をいう。）を適切に遂行するために必要な限度において、特定適格消費者団体に対し、契約書、和解書その他の消費生活相談に関する資料であつて規則で定めるものの提供その他必要な支援を行うことができる。
追加〔平成30年条例35号〕

第４章 知事への申出

第26条 何人も、事業者がこの条例の定めを遵守していないため又は県がこの条例に定める措置をとつていないため消費者の権利が侵されているときは、知事に対し、その旨を申し出て、適切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つたときは、その内容を調査し、その申出に理由があると認めるときは、この条例に基づいて適切な措置をとらなければならない。
一部改正〔平成27年条例13号〕

第５章 神奈川県消費生活審議会

第27条 知事は、次に掲げる場合には、神奈川県消費生活審議会の意見を聴かなければならない。
（１） 第５条の５第１項の規定により指針を定め、又はこれを変更しようとするとき。
（２） 第６条第１項若しくは第２項、第７条第１項又は第18条第１項の規定による認定をしようとするとき。
（３） 第10条から第12条までの規定により基準を定めようとするとき又はこれを変更し、若しくは廃止しようとするとき。
（４） 第16条第１項の規定により指定し、又は同条第２項の規定により指定を解除しようとするとき。
（５） 別表第１の５の項、別表第２の10の項、別表第３の14の項、別表第４の８の項、別表第５の７の項、別表第６の２の項、別表第７の４の項若しくは別表第８の３の項の規定により指定しようとするとき又はその指定を変更し、若しくは解除しようとするとき。
（６） 前各号に掲げる場合のほか、この条例の施行に関する重要事項を決定しようとするとき。
一部改正〔平成元年条例22号・15年24号・17年40号・30年35号〕

第６章 雑則
第28条 削除
〔平成15年条例24号〕

（意見の反映）
第 29 条　知事は、県民の消費生活の安定と向上及び環境に配慮した消費生活の推進に資するため、必要に応じ、県民から消費生活に係る施策について意見を聴くものとする。
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

（他の地方公共団体等との協力）
第 30 条　知事は、この条例に定める施策を実施するに当たり必要があると認めるときは、他の地方公共団体（第４条に規定する市町村を除く。次項において同じ。）又は国の機関に協力を求めるものとする。

２　知事は、他の地方公共団体が行う消費生活の安定と向上及び環境に配慮した消費生活の推進を図ることを目的とする施策に協力することを求められたときは、その求めに応ずるものとする。
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

（国への措置要求）
第 31 条　知事は、県民の消費生活の安定と向上及び環境に配慮した消費生活の推進を図るため必要があると認めるときは、国に対し、意見を述べ、又は必要な措置をとるよう求めるものとする。
一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

（適用除外）
第 32 条　第２章第１節の規定は、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和 35 年法律第 145 号）第２条第１項に規定する医薬品については、適用しない。

２　第２章及び第３章の規定は、次に掲げるものについては、適用しない。
（１）　医師、歯科医師その他これらに準ずる者により行われる診療行為及びこれに準ずる行為
（２）　法令に基づいて規制されている商品等の価格
一部改正〔平成 15 年条例 24 号・26 年 50 号〕

（委任）
第 33 条　この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附　則
（施行期日）
１　この条例は、昭和 55 年７月１日から施行する。

（神奈川県県民生活安定対策措置条例の廃止）
２　神奈川県県民生活安定対策措置条例（昭和 49 年神奈川県条例第 55 号。以下「旧条例」という。）は、廃止する。

（経過措置）
３　知事は、この条例の施行の日の前日において旧条例第 17 条の規定により援助を受けることができる者については、第 24 条第１項中「（３）　委員会のあつせん又は調停によつて被害を救済できないこと。」とあるのは、「（３）　旧神奈川県県民生活安定対策措置条例（昭和 49 年神奈川県条例第 55 号）第 16 条に規定する消費者苦情処理専門員の措置によつて被害を救済できなかつたこと。」と読み替えて同項の規定を適用することができる。

４　この条例の施行の際現に旧条例第 17 条の規定により訴訟に要する費用として貸し付けられている資金は、第 24 条第１項の規定により貸し付けられた資金とみなす。

（検討）
５　知事は、平成 21 年４月１日から起算して５年を経過するごとに、この条例の施行の状況について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。
全部改正〔平成 22 年条例 48 号〕

附　則（平成元年３月 28 日条例第 22 号）
この条例は、平成元年７月１日から施行する。

附　則（平成７年３月 14 日条例第２号）
この条例は、平成７年７月１日から施行する。

附　則（平成 15 年３月 20 日条例第 24 号）
この条例は、平成 15 年７月１日から施行する。

附　則（平成 17 年３月 29 日条例第 40 号）
この条例は、公布の日から施行する。ただし、第 19 条の改正規定、第 20 条の改正規定、第 21 条の改正規定、第 27 条の改正規定（同条第５号中「別表第２の９の項、別表第３の 11 の項」を「別表第２の 10 の項、別表第３の 12 の項」に改める部分に限る。）、別表第２の改正規定及び別表第３の改正規定は、平成 17 年７月１日から施行する。

附　則（平成 20 年７月 22 日条例第 40 号）
この条例は、公布の日から施行する。

附　則（平成 22 年８月３日条例第 48 号抄）
（施行期日）
１　この条例は、公布の日から施行する。

附　則（平成 26 年８月 29 日条例第 50 号）
この条例は、平成 26 年 11 月 25 日から施行する。

附　則（平成 27 年３月 20 日条例第 13 号抄）
（施行期日）
１　この条例は、平成 27 年４月１日から施行する。

附　則（平成 30 年３月 30 日条例第 35 号）
この条例は、平成 30 年７月１日から施行する。

別表第１（第 13 条の２、第 21 条、第 27 条関係）
１　消費者が拒絶の意思を示したことに反して、目的を偽り若しくは秘匿して、又は迷惑を覚えさせるような方法で、消費者の住居、勤務先その他の場所を訪問すること。

２　道路その他公共の場所において、消費者が拒絶の意思を示したことに反して、若しくは目的を偽り若しくは秘匿して消費者に接し、又は消費者につきまとうこと。

３　消費者が拒絶の意思を示したことに反して、若しくはその意思表示の機会を与えることなく、目的を偽り若しくは秘匿して、又は迷惑を覚えさせるような方法で、電話その他の電気通信端末機器で連絡すること。

４　消費者に、取引に誘引する意図を秘匿して利益のみを供与する等事実に反する内容を広告し、又は事実に反する内容を記した文書を送付し、若しくは配布すること。

５　１の項から４の項までに掲げる行為に準ずる行為であつて、知事が指定するもの
追加〔平成元年条例 22 号〕、一部改正〔平成 15 年条例 24 号〕

別表第２（第 13 条の２、第 21 条、第 27 条関係）
１　契約の対象となる商品等（以下「契約商品等」という。）の内容又は契約の内容に関する重要な情報で、事業者が保有し、若しくは保有し得るものを消費者に告げないこと。

２　消費者が契約の締結をするか否かについての判断に影響を及ぼす重要な事項について、事実と異なること又は誤信させる事実を告げること。

３　消費者が契約の締結をするか否かについての判断に影響を及ぼす重要な事項について、将来における変動が不確実な事項について断定的判断を提供すること。

４　契約商品等の内容が実際のもの又は自己と競争関係にある事業者に係るものよりも著しく優良であると消費者に誤認される行為

5　契約商品等の取引条件が実際のもの又は自己と競争関係にある事業者に係るものよりも著しく有利であると消費者に誤認される行為

6　事実に反して公的な機関、他の事業者又は他の団体若しくは個人と直接又は間接に関係があると告げる等自己の信用について消費者に誤認させる行為

7　その事実がないにもかかわらず法令等により契約商品等の購入、利用又は設置が義務付けられていると消費者に誤認させる行為

8　事業者の氏名若しくは名称又は住所について明らかにせず、又は偽ること。

9　契約の対象となる商品の種類及びその性能若しくは品質又は契約の対象となる役務若しくは権利の種類及びこれらの内容について、合理的な根拠がないにもかかわらず、事実と異なること及び誤信させる事実を告げること。

10　1の項から9の項までに掲げる行為に準ずる行為であつて、知事が指定するもの
追加〔平成元年条例 22 号〕、一部改正〔平成 15 年条例 24 号・17 年 40 号・30 年 35 号〕

別表第3（第13条の2、第21条、第27条関係）
1　消費者若しくはその親族等の生命、身体、自由若しくは財産に害を加え、又は消費者にそのおそれを抱かせる行為

2　長時間にわたり、若しくは反復して勧誘し、又は消費者が勧誘を受けている場所から退去する旨の意思を示したことに反してその場所から消費者を退去させない等消費者を困惑させる行為

3　消費者又はその親族等の健康、将来等に関して、消費者にみだりに不安を抱かせるおそれがある行為

4　消費者又はその親族等の私生活に関する事項を流布する旨を告げる等消費者に恐れを抱かせるおそれがある行為

5　消費者が事業者に対して退去すべき旨の意思を示したことに反して、又は迷惑を覚えさせるような方法で、消費者の住居、勤務先その他の場所に居座ること。

6　消費者の判断力の不足に乗じる行為

7　消費者の取引に関する知識、経験及び財産の状況等に照らして不適当と認められる行為

8　契約商品等の購入資金に関して、消費者からの要請がないにもかかわらず、貸金業者等からの借入れその他の信用の供与を受けることをしつように勧めること。

9　契約を締結する目的で、無償又は著しい廉価で商品等を提供することにより、消費者の心理的負担を利用すること。

10　消費者を集め、又は消費者が集まつている場所において、契約商品等以外の商品等を意図的に無償又は著しい廉価で提供すること等により、不当に消費者の購買意欲をあおり、消費者を正常な判断ができない状態に陥れること。

11　消費者が依頼又は承諾をしていないにもかかわらず、消費者の住居、勤務先その他の場所において商品等を一方的に提供して、消費者を心理的に不安な状態又は正常な判断ができない状態に陥れること。

12　消費者が従前関係した取引に係る情報を利用して、消費者に不安を抱かせ、過去の不利益が回復できるかのように告げ、又は害悪を受けることを予防し、若しくは現在被つている不利益が拡大するのを防止するかのように告げる行為

13　消費者の年齢、職業、収入等契約を締結する上で、重要な事項について、事実と異なる内容の契約書を作成すること。

14　1の項から13の項までに掲げる行為に準ずる行為であつて、知事が指定するもの
追加〔平成元年条例 22 号〕、一部改正〔平成 15 年条例 24 号・17 年 40 号・30 年 35 号〕

別表第4（第13条の2、第21条、第27条関係）
1　正当な理由がないにもかかわらず、事業者の損害賠償責任の全部又は一部を免除する内容の条項を含む契約を締結させる行為

2　契約に係る損害賠償額の予定、違約金又は契約の解除に伴う清算金の定めにおいて、消費者に不当に高額又は高率な負担を求める内容の条項を含む契約を締結させる行為

3　法律の規定を適用する場合に比し、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重することにより信義誠実の原則に反して消費者の利益を一方的に害する内容の条項を含む契約を締結させる行為

4　法令の規定に基づく消費者の契約の申込みの撤回、契約の解除、契約の取消し又は契約の無効の主張を制限して、消費者に不当に不利益となる内容の条項を含む契約を締結させる行為

5　消費者に不当に過大な量の契約商品等又は不当に長期にわたつて供給される契約商品等の購入を内容とする条項を含む契約を締結させる行為

6　契約に関する訴訟について、消費者に不当に不利な裁判管轄に係る内容の条項を含む契約を締結させる行為

7　消費者が受ける信用がその者の返済能力を超えることが明白であるにもかかわらず、当該与信契約等を締結させ、又は当該信用の供与若しくは保証の受託を伴つた内容の条項を含む契約を締結させる行為

8　1の項から7の項までに掲げる行為に準ずる行為であつて、知事が指定するもの
追加〔平成 15 年条例 24 号〕、一部改正〔平成 30 年条例 35 号〕

別表第5（第13条の2、第21条、第27条関係）
1　消費者、その保証人等法律上支払義務のある者（以下「消費者等」という。）を欺き、威迫し、若しくは困惑させ、又はその私生活若しくは業務の平穏を害する等により、債務の履行を請求し、又は債務を履行させる行為

2　消費者等を欺き、威迫し、又は困惑させて、金銭を調達させ、債務の履行を請求し、又は債務を履行させる行為

3　正当な理由がないにもかかわらず、消費者等に不利益となる情報を信用情報機関（消費者等の支払能力に関する情報（以下「信用情報」という。）の収集及び事業者に対する信用情報の提供を業とする者をいう。）又は消費者等の関係人に通知し、又は流布する旨を告げる等消費者等を困惑させて債務の履行を請求し、又は債務を履行させる行為

4　契約の成立、存続又はその内容について、当事者間で争いがあるにもかかわらず、契約の成立、存続又はその内容を一方的に主張して、債務の履行を請求し、又は債務を履行させる行為

5　消費者等の関係人で支払義務のない者に債務の履行への協力をしつように求め、又は協力をさせる行為

6　事業者の氏名若しくは名称又は住所について明らかにせず、又は偽つたまま、消費者等に対して債務の履行を請求し、又は債務を履行させる行為

７　１の項から６の項までに掲げる行為に準ずる行為であつて、知事が指定するもの
追加〔平成15年条例24号〕

別表第６（第13条の２、第21条、第27条関係）
１　法令の規定若しくは契約に基づく債務の全部若しくは一部又は消費者の契約の申込みの撤回、契約の解除、契約の取消し若しくは契約の無効の主張によつて生ずる債務の全部若しくは一部の履行を拒否し、又は不当に遅延させること。

２　１の項に掲げる行為に準ずる行為であつて、知事が指定するもの
追加〔平成15年条例24号〕

別表第７（第13条の２、第21条、第27条関係）
１　法令の規定若しくは契約に基づく消費者の契約の申込みの撤回、契約の解除、契約の取消し又は契約の無効の主張を妨げるおそれがある行為

２　法令においてその使用又は消費により消費者が契約の申込みの撤回又は契約の解除を行うことができないこととなる商品について、故意にその使用又は消費をさせる行為

３　未成年者との契約の取消しを不当に妨げ、未成年者に契約に係る書面に年齢、職業その他の事項について虚偽の記載をさせる等未成年者の契約に係る取消権の行使を妨げるおそれがある行為

４　１の項から３の項までに掲げる行為に準ずる行為であつて、知事が指定するもの
追加〔平成元年条例22号〕、一部改正〔平成15年条例24号・30年35号〕

別表第８（第13条の２、第21条、第27条関係）
１　主契約に係る事業者の行為が第13条の２第１項から第４項までに規定するいずれかの不当な行為に該当することを知つていた、又は業務上知り得べきであつたにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等を締結させる行為

２　主契約に係る事業者に対して生じている事由をもつて消費者が法令の規定又は与信契約等に基づき支払を拒絶できる場合であるにもかかわらず、与信業者等が不当に消費者又は関係人に債務の履行を請求し、又は債務を履行させる行為

３　１の項及び２の項に掲げる行為に準ずる行為であつて、知事が指定するもの
追加〔平成15年条例24号〕、一部改正〔平成30年条例35号〕

消費者教育の推進に関する法律

制定：平成24年8月22日号外法律第61号
最終改正：平成26年6月13日号外法律第71号

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、経済的状況に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

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

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

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

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

第二章　基本方針等

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

２　基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。
一　消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項
二　消費者教育の推進の内容に関する事項
三　関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項
四　その他消費者教育の推進に関する重要事項

３　基本方針は、消費者基本法（昭和四十三年法律第七十八号）第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

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

５　内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の

意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

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

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

8　第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

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

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

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

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

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

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

第三章　基本的施策

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

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

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

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

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

（地域における消費者教育の推進）
第十三条　国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター（以下この章において「国民生活センター」という。）は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法（昭和二十三年法律第百九十八号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和二十六年法律第四十五号）に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

第四章　消費者教育推進会議等

（消費者教育推進会議）
第十九条　消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

２　消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。
一　消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
二　基本方針に関し、第九条第五項（同条第八項において準用する場合を含む。）に規定する事項を処理すること。

３　消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人（独立行政法人通則法（平成十一年法律第百三号）第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。）の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

４　前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

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

２　消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。
一　当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
二　都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。

３　前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

附　則

（施行期日）
１　この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。
〔平成二四年一二月政令二九〇号により、平成二四・一二・一三から施行〕

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

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

附　則〔平成二六年六月一三日法律第七一号抄〕
（施行期日）
第一条　この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。
一　*〔略〕*
二　*〔前略〕*附則第三条及び第七条から第十一条までの規定　公布の日から起算して二年を超えない範囲内において政令で定める日
〔平成二七年一〇月政令三五八号により、平成二八・四・一から施行〕
三　*〔略〕*

消費生活トラブル用語集

用　語	説　明
アポイントメントセールス	電話や葉書で「景品が当たった」「あなたが選ばれた」などと言い、販売目的を隠して、喫茶店や営業所に呼び出し、パソコンなどの商品や、レジャークラブの会員権などを販売する商法。異性間の感情や好意を利用した場合を特に、「デート商法」と呼ぶ。
架空請求	利用した覚えのないサイト利用料等を請求される商法
かたり商法（身分詐称）	あたかも公的機関や有名企業の職員、関係者であるかのように装い売りつける商法
キャッチセールス	駅や繁華街の路上で呼び止めて喫茶店や営業所に連れて行き、応じるまで解放しない雰囲気で商品・サービスの契約をさせるもの
原野商法	ほとんど無価値で値上がりの見込みのない土地を値上がりするかのように偽って売りつける手法
劇場型勧誘	複数の登場人物が次々現れ、まるで演劇のようにそれぞれの役割を演じて消費者をだまそうとする手口
サイドビジネス商法	「内職・副業(サイドビジネス)になる」「脱サラできる」などのセールストークで、「講座」や機材等を契約させる商法
次々販売	一人の消費者に次から次へと契約させる商法。同じ商品または異なる複数の商品を次々に契約させるケースや、複数の業者が次々に契約させるケースなどがある。
点検商法	「点検に来た」と言って来訪し、「工事をしないと危険」などと、事実と異なることを言い新品や別の商品・サービス等を契約させる商法
内職商法	仕事を紹介するが、そのためにパソコン器材などが必要と言って商品を売りつけたり、資格が必要と言って、資格取得のための教材やソフトを売りつける商法。実際には、ほとんど仕事の紹介はなく、十分な収入は得られない。パソコン内職や宛名書き、チラシ配布、軽貨物輸送代理店内職などがある。
ネガティブ・オプション（送り付け商法）	商品を一方的に送りつけ、消費者が受け取った以上、支払わなければならないと勘違いして支払うことを狙った商法
特殊詐欺	被害者に電話をかけるなどして対面することなく信頼させ、指定した預貯金口座への振込みその他の方法により、不特定多数の者から現金等をだまし取る犯罪（現金等を脅し取る恐喝及び隙を見てキャッシュカード等を窃取する窃盗を含む。）の総称をいいます。
訪問購入（押し買い）	「古着を買い取る」などと事業者が突然訪問し、売るつもりのなかったアクセサリーなどを強引に買い取る商法
マルチ商法（マルチ取引）	健康食品などの商品を購入して販売組織の会員になり、友人に商品を売ったり、知人などを勧誘して会員を増やしたりすればマージンが入り、利益が得られるとして組織を拡大する商法
無料商法	「無料サービス」「無料体験」など、「無料」であることを強調して勧誘し、最終的に商品やサービスを購入させる商法
利殖商法	「値上がり確実」「必ず儲かる」など、利殖になることを強調して投資や出資を勧誘する商法
ワンクリック請求	パソコンや携帯電話でアダルトサイト等にアクセスしたところ、いきなり「登録完了」などと表示され、高額な料金を請求される商法
SF(催眠)商法	「宣伝のため、無料で商品を差し上げます」などの、販売目的を隠した誘い文句で会場に人を集め、閉ざされた会場内で無料や格安で日用雑貨などの品を配り、会場内の人々を興奮状態にしておいて、高額な布団や電気治療器具などを売りつける商法。高額商品の購入を拒むと脅して契約させる、さらに悪質なケースもある。

※その他の用語については、消費生活課のホームページに掲載しています。

神奈川県内の消費生活相談窓口のご案内

◇お住まいの市町村の相談窓口をご利用ください。　　2020年４月１日現在

※お住まいの市町村で相談窓口を開いていない日や、特別な理由でお住まいの市町村での相談を希望しない方などからの相談をかながわ中央消費生活センターで受け付けています。
　詳しくはかながわ中央消費生活センターへお問い合わせください。
※相談日に特記のない相談窓口は、祝・休日はお休みです。
※いずれの相談窓口も、年末年始（12月29日～1月3日）はお休みです。

市町村	相談窓口		相談日	相談時間	住　　所	電話番号
横浜市	横浜市消費生活総合センター ［月～金12:00～13:00及び土・日は電話相談のみ］		月～金	9:00～18:00	横浜市港南区上大岡西1-6-1 ゆめおおおかオフィスタワー4階	045-845-6666
			土・日	9:00～16:45		
	※まずは、上記センターにお電話ください。面接による相談が必要な場合は、予約制（相談日：月～金）によりセンターまたは市内18区役所で行います。					
川崎市	川崎市消費者行政センター ［夜間（金曜日）・土曜日は電話相談のみ］		月～金	9:00～16:00	川崎市川崎区駅前本町11-2 川崎フロンティアビル10階	044-200-3030
			金（夜間）	16:00～19:00		
			土	10:00～16:00		
	※上記センターのほか、面談相談が必要な場合は、中原区（金曜）・高津区（火曜）・多摩区（月曜）の３区役所で出張相談を行います。前日16:00までに上記電話へ予約を。					
相模原市	相模原市消費生活総合センター		月～金	9:00～16:00 （毎月第２・４金曜日は9：00～18：00）	相模原市中央区相模原1-1-3 JR相模原駅　セレオ相模原4階	042-776-2511
			土・日・祝・休日	9:00～12:00、13:00～16:00		
	相模原市北消費生活センター		月～金	9:00～12:00、13:00～16:00	相模原市緑区橋本6-2-1 JR橋本駅北口　イオン橋本店6階	来所相談のみ・要予約 ※予約受付：042-776-2511
	相模原市南消費生活センター		月～金	9:00～12:00、13:00～16:00	相模原市南区相模大野5-31-1 相模原市南区合同庁舎3階	
横須賀市	横須賀市消費生活センター		月～金	9:00～16:00	横須賀市本町2-1 総合福祉会館内2階	046-821-1314
平塚市	平塚市消費生活センター	平塚市に在住・在勤・在学の方及び大磯町、二宮町に在住の方	月～金	9:30～16:00	平塚市浅間町9番1号 平塚市役所本館1階105番窓口	0463-21-7530
鎌倉市	鎌倉市消費生活センター		月～金	9:30～16:00	鎌倉市御成町18-10 鎌倉市役所内	0467-24-0077
藤沢市	藤沢市消費生活センター		月～金	9:00～12:00、13:00～16:00	藤沢市朝日町1番地の1 本庁舎4階	0466-50-3573
小田原市	小田原市消費生活センター	小田原市、箱根町、真鶴町、湯河原町に在住・在勤・在学の方	月～金	9:30～12:00、13:00～16:00	小田原市荻窪300 小田原市役所内	0465-33-1777
茅ヶ崎市	茅ヶ崎市消費生活センター ［寒川町の相談窓口も利用可］	茅ヶ崎市、寒川町に在住・在勤・在学の方	月～金	9:30～16:00	茅ヶ崎市茅ヶ崎1-1-1 茅ヶ崎市役所内	0467-82-1111（代）
逗子市	逗子市消費生活センター		月・水・木・金	9:30～12:00、13:00～16:00	逗子市逗子5-2-16 逗子市役所内	046-873-1111（代）
三浦市	三浦市市民部市民協働課（消費生活相談）		木 （祝・休日の際は、翌平日）	9:30～12:00、13:00～15:30	三浦市城山町1-1 三浦市役所内	046-882-1111（代）
秦野市	秦野市消費生活センター		月～金	9:00～12:00、13:00～16:00	秦野市桜町1-3-2 秦野市役所　教育庁舎内	0463-82-5181
厚木市	厚木市消費生活センター	厚木市、清川村にお住まいの方	月～金	9:30～16:00	厚木市栄町1-16-15 厚木商工会議所会館内4階	046-294-5800
大和市	大和市消費生活センター		月～金	9:30～12:00、13:00～16:00	大和市下鶴間1-1-1 大和市役所内	046-260-5120
伊勢原市	伊勢原市消費生活センター		月～金	9:30～12:00、13:00～16:00	伊勢原市田中348 伊勢原市役所内	0463-95-3500
海老名市	海老名市消費生活センター		月～金	9:30～16:00	海老名市勝瀬175-1 海老名市役所内	046-292-1000
座間市	座間市消費生活センター		月～金	9:30～12:00、13:00～16:00 （偶数月第２水曜日は13:00～16:00のみ）	座間市緑ケ丘1-1-1 座間市役所内	046-252-8490
南足柄市	南足柄市消費生活センター	南足柄市、中井町、大井町、松田町、山北町、開成町に在住・在勤・在学の方	月～金	9:30～12:00、13:00～16:00	南足柄市関本440 南足柄市役所内	0465-71-0163
綾瀬市	綾瀬市消費生活センター		月・火・木・金	10:00～12:00、13:00～16:00	綾瀬市早川550番地 綾瀬市役所内	0467-70-3335
葉山町	葉山町町民健康課戸籍相談係		毎週　水 第２・４　月	9:30～12:00、13:00～15:30	三浦郡葉山町堀内2135 葉山町役場内	046-876-1111（代）
寒川町	寒川町町民部町民窓口課 （消費生活相談） ［茅ヶ崎市の相談窓口も利用可］	寒川町、茅ヶ崎市に在住・在勤・在学の方	月・木	10:00～12:00、13:00～16:00	高座郡寒川町宮山165 寒川町役場内	0467-74-1111（代）
大磯町	大磯町町民課　［職員が対応］	大磯町、二宮町にお住まいの方は平塚市消費生活センターもご利用いただけます。	月～金	8:30～17:15	中郡大磯町東小磯183番地 大磯町役場内	0463-61-4100（代）
二宮町	二宮町地域政策課　［職員が対応］		月～金	8:30～17:15	中郡二宮町二宮961 二宮町役場内	0463-71-3313
中井町	中井町産業振興課　［職員が対応］	中井町、大井町、松田町、山北町、開成町に在住・在勤・在学の方は、南足柄市消費生活センターもご利用いただけます。	月～金	8:30～17:15	足柄上郡中井町比奈窪56 中井町役場内	0465-81-1115
大井町	大井町防災安全課　［職員が対応］		月～金	8:30～17:15	足柄上郡大井町金子1995 大井町役場内	0465-85-5002
松田町	松田町観光経済課　［職員が対応］		月～金	8:30～17:15	足柄上郡松田町松田惣領2037 松田町役場内	0465-83-1228
山北町	山北町商工観光課　［職員が対応］		月～金	8:30～17:15	足柄上郡山北町山北1301-4 山北町役場内	0465-75-3646
開成町	開成町産業振興課　［職員が対応］		月～金	8:30～17:15	足柄上郡開成町延沢773 開成町役場内	0465-84-0317
箱根町	箱根町総務防災課　［職員が対応］	箱根町、真鶴町、湯河原町に在住・在勤・在学の方は、小田原市消費生活センターもご利用いただけます。	月～金	8:30～17:15	足柄下郡箱根町湯本256 箱根町役場内	0460-85-7160
真鶴町	真鶴町町民生活課　［職員が対応］		月～金	8:30～17:15	足柄下郡真鶴町岩244-1 真鶴町役場内	0465-68-1131（代）
湯河原町	湯河原町住民課　［職員が対応］		月～金	8:30～17:15	足柄下郡湯河原町中央2-2-1 湯河原町役場内	0465-63-2111（代）
愛川町	愛川町住民課住民相談班（消費生活相談）		月・木	10:00～12:00、13:00～15:00	愛甲郡愛川町角田251番地1 愛川町役場内	046-285-2111（代）
清川村	◆清川村にお住まいの方は、 上記厚木市消費生活センターをご利用ください。			清川村の 消費生活主管課	◇清川村　【総務課】	046-288-1212
神奈川県	かながわ中央消費生活センター		月～金	9:30～19:00	横浜市神奈川区鶴屋町2-24-2 かながわ県民センター6階	045-311-0999
			土・日・祝・休日・12月28日	9:30～16:30		

神奈川県消費生活キャラクター

ニャン吉

オッチョコチョイで、好奇心旺盛な猫。相模湾で採れた魚が大好きな食いしん坊。「消費者被害の未然防止」をミッションにしているが、しばしば自分が悪質業者にだまされそうになる。

マキマキちゃん

生まれも育ちも神奈川県。心優しいしっかり者。「かしこい消費者」になるため、ニャン吉と修行中。

消費者トラブルで困ったとき、迷ったときは、

消費者ホットライン 局番なし ☎188 番へ

身近な消費生活センターの相談窓口につながります。

神奈川県

消費生活課
消費生活課ホームページ http://www.pref.kanagawa.jp/docs/r7b/
Facebook https://www.facebook.com/kanagawa.shouhi/
Twitter https://twitter.com/kanagawa_shouhi
横浜市神奈川区鶴屋町 2-24-2 〒221-0835
電話:045-312-1121(代表)

悪質な訪問販売 撲滅！
かながわ宣言