

# 奈良県消費者基本計画(案)

令和8(2026)年3月

奈 良 県



# 目 次

<b>第1章 計画の策定にあたって .....</b>	1
1 計画策定の趣旨 .....	1
2 計画の基本的な考え方 .....	1
3 計画の期間 .....	1
<b>第2章 消費者を取り巻く現状と課題 .....</b>	2
1 社会情勢 .....	2
(1) 高齢化の進行 .....	2
(2) 世帯の単身化、地域コミュニティの衰退 .....	2
(3) 成年年齢の引下げ .....	3
(4) 高度情報化の進展と取引形態の多様化 .....	3
(5) 大規模災害等（コロナ禍含む）の多発 .....	4
(6) 訪日外国人・在留外国人による消費の増加 .....	4
(7) 持続可能な開発目標（S D G s）の採択 .....	5
2 奈良県消費生活センターにおける相談状況 .....	6
(1) 相談件数 .....	6
(2) 契約当事者年代別相談件数の傾向 .....	6
(3) 商品・役務分類別件数 .....	7
(4) 販売購入形態別の傾向 .....	8
(5) 内容別相談件数 .....	10
(6) 消費生活相談のトピックス .....	10
(7) 「あっせん」について .....	13
3 奈良県における特殊詐欺被害の発生状況 .....	15
<b>第3章 消費生活行政の基本方針 .....</b>	16
<b>基本方針1 消費者被害の防止と救済</b>	
1 消費者行政の総合調整 .....	17
2 県消費生活センターの機能強化 .....	17
3 市町村消費生活センター・消費生活相談窓口の定着と機能充実 .....	19
4 各種相談窓口・事業の充実 .....	19
5 消費者被害の救済 .....	20
6 高齢者・障がい者等を消費者被害から守る地域の取組の促進 .....	20

基本方針2 消費者の安全・安心の確保	
1 消費者取引の適正化	21
2 事業者指導の強化・検査等	23
3 消費者事故情報等の収集・提供	24
4 緊急時・災害時における安心確保	25
基本方針3 自立した消費者の育成・支援（「消費者力の向上」）	
1 地域・家庭・職域等におけるライフステージに応じた消費者教育の取組・支援	25
2 消費者のリテラシー向上（ネット・デジタル・金融）	28
3 カスタマーハラスメントの防止	29
基本方針4 連携・協働と政策連携による消費者保護、消費者力向上の推進	
1 行政、消費者団体、事業者団体、大学、学校、地域、土業等とのネットワーク充実	29
2 福祉、まちづくり等関連分野との政策連携による効果的な事業推進	30
<b>第4章 計画の推進体制と進行管理</b>	31
1 推進体制	31
2 進行管理	31
3 計画の見直し	31
○計画における指標・目標値	32

## 参考資料

○用語解説	33
○奈良県消費生活条例	35

# 第1章 計画の策定にあたって

## 1 計画策定の趣旨

奈良県では、平成28(2016)年の「奈良県消費者教育推進計画」の策定から3年後の平成31(2019)年に「奈良県消費者教育推進計画（第2次）」を策定し、さまざまな施策を推進してきたところです。

この間、消費生活を取り巻く環境は大きく変化してきました。今後も、高齢化の更なる進行や高齢者単独世帯の増加、成年年齢の引下げ、高度情報化の進展と取引形態の多様化等により、消費者問題はますます複雑化、多様化する中、新たな手口の悪質商法や特殊詐欺などによる被害が懸念されるため、継続的な広報をはじめ、相談体制の一層の充実・強化が必要となります。

また、自ら考え方行動する自立した消費者を育成するため、ライフステージに応じた消費者教育を総合的に推進する必要があります。このような消費者を取り巻く環境の変化等に対応するため、令和7(2025)年3月に策定された国の大切な「消費者基本計画」等を踏まえ、「奈良県消費者基本計画」を策定し、「県民が安心して豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」を目指して、消費者行政を進めていきます。

## 2 計画の基本的な考え方

本計画は、奈良県消費生活条例（昭和49年12月奈良県条例第17号）第3条に基づく、県民の消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策とします。

また、消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）第10条第1項に規定する都道府県消費者教育推進計画の性格を併せ持つものとします。

## 3 計画の期間

計画期間は、令和8(2026)年度から令和12(2030)年度までの5年間とします。ただし、社会情勢が急激に変化したときや国の基本方針等が大幅に変更されたときは、必要に応じて内容を見直すこととします。

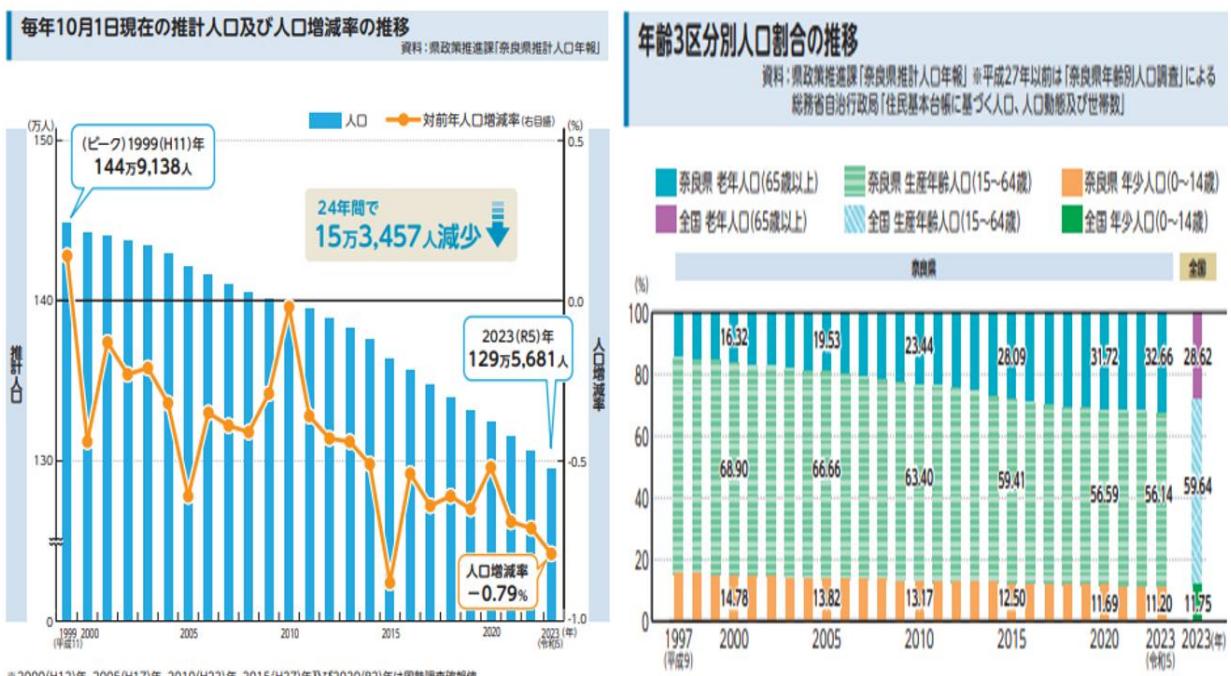
## 第2章 消費者を取り巻く現状と課題

### 1 社会情勢

#### (1) 高齢化の進行

奈良県の人口は、第1回の国勢調査のあった大正9(1920)年の56万4,607人でしたが、平成11年(1999)年の144万9,138人をピークとして減少が続き、令和5(2023)年は129万5,681人となっています。一方、65歳以上の老人人口は、一貫して増加しており、令和5(2023)年の人口は42万3,184人で、高齢化率は32.66%となっています。なお、全国の高齢化率は28.62%であり、奈良県の高齢化率は全国を上回っています。

加齢や病気等による健康不安や判断能力の低下などにより、消費者トラブルに巻き込まれる高齢者の増加が懸念されます。

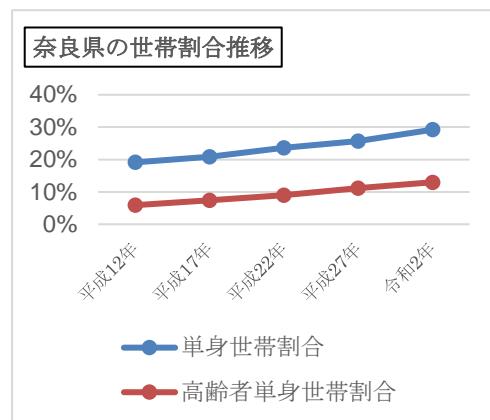


#### (2) 世帯の単身化、地域コミュニティの衰退

令和2(2020)年の国勢調査の結果では、奈良県の総世帯数は544,981世帯で、うち単身世帯数は159,204世帯(29.2%)となっています。単身世帯のうち65歳以上の高齢者単身世帯数は70,741世帯(13.0%)となっており、10年前の国勢調査では、総世帯数は522,600世帯、うち単身世帯数は123,853世帯(23.7%)、65歳以上の高齢者単身世帯数は46,901世帯(9.0%)でした。

10年前と比較して、総単身世帯割合は5.5%、高齢者単身世帯割合は4.0%上昇しています。人口が減少しているにもかかわらず単身世帯が増加しているため、世帯内で相談できる体制が低下していると考えられます。

また、地域での集まりや日常的に顔を合わせる機会が減ることで、地域コミュニティの衰退も懸念されています。



### (3) 成年年齢の引下げ

成年年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法が、平成30(2018)年6月に成立し、令和4(2022)年4月から施行されています。

この成年年齢引下げに伴い、新たに成年となる18歳、19歳の方の積極的な社会参加が促される一方で、未成年者取消権が行使できなくなることによる消費者被害が増加することが懸念されます。

### (4) 高度情報化の進展と取引形態の多様化

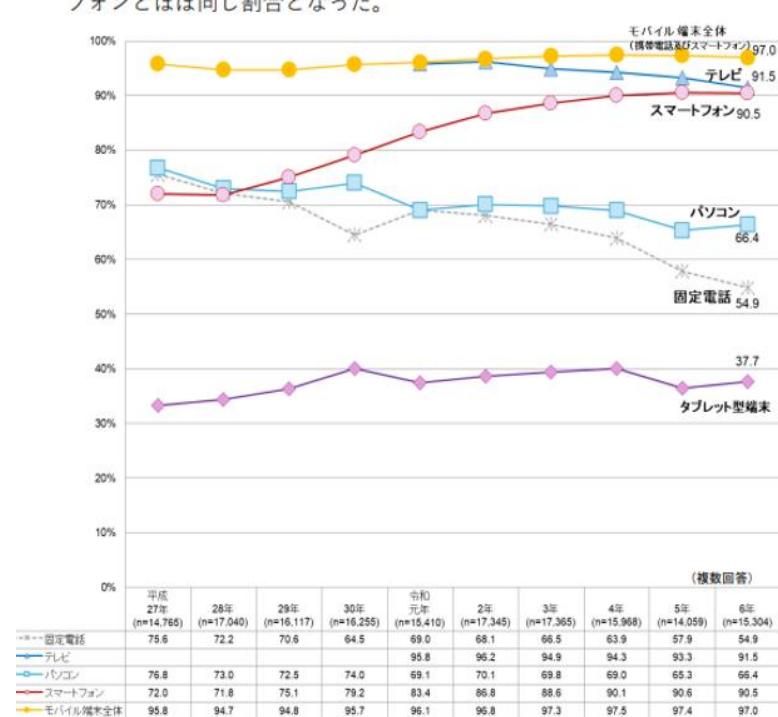
総務省の令和6年通信利用動向調査によると、我が国はモバイルブロードバンド普及率が最も高く、スマートフォンが急速に普及し、モバイル端末によるインターネット利用が拡大しています。

世帯保有率については、携帯電話やスマートフォンなどのモバイル端末が97.0%を占めています。その中でも、スマートフォンの普及が進んでおり、9割以上の世帯で保有しています。奈良県においては、パソコン、携帯電話、スマートフォン、タブレット端末によるインターネットの利用者の割合は86.1%であり、全都道府県で、本県が全国11位となっています。

出典：総務省令和6年通信動向調査の結果（総務省）  
[https://www.soumu.go.jp/johotsusintoeki/statistics/data/250530\\_1.pdf](https://www.soumu.go.jp/johotsusintoeki/statistics/data/250530_1.pdf)

#### 主な情報通信機器の保有状況（世帯） (平成27年～令和6年)

スマートフォンを保有している世帯の割合（90.5%）が9割を超え、前年とほぼ同じ割合となっている。  
 一方、世帯におけるテレビの保有割合は減少が続いている、スマートフォンとほぼ同じ割合となった。



モバイル端末を利用することで、誰もが、いつでも、どこでも、手軽に商品やサービスを購入することができるようになりました。

令和6(2024)年度に消費者庁が行った「消費者意識基本調査」では、消費者被害を受けた消費・サービスを、販売・購入形態別にみると「インターネット取引での通信販売」の割合が約4割となっており、インターネット取引が広く消費者に浸透していることがうかがえます。インターネット取引は、時間や場所を問わず買い物等ができるなど利便性が高いことから、今後もさらに普及すると見込まれています。

このようなデジタル化の進展を背景に、商品・サービスの提供や消費の形態も多様化・複雑化しています。インターネットオークションやフリマアプリなどの普及に伴い、従来の事業者・消費者間の取引に加え、消費者同士が売り手と買い手となる個人間取引も増加しており、それに伴って新たな消費者トラブルも増加しています。

#### (5) 大規模災害等（コロナ禍含む）の多発

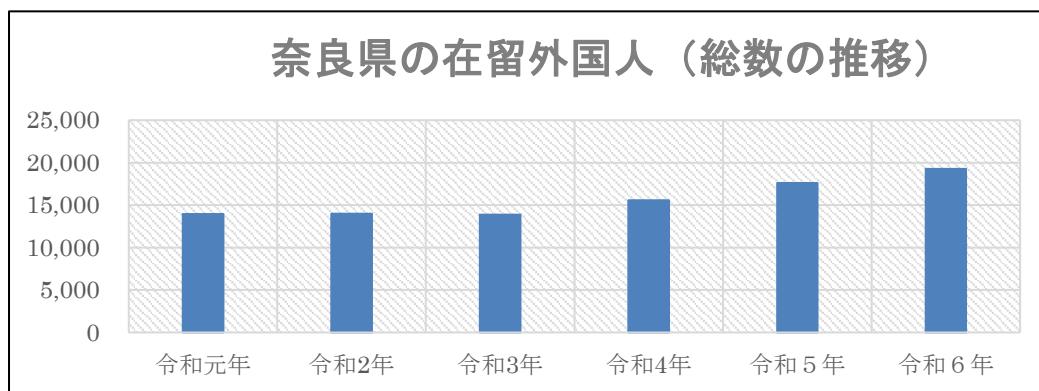
近年、大規模な地震、台風、豪雨の発生など、全国的に自然災害が多発化・激甚化しており、自然災害による非常事態が頻繁に発生しています。また、令和2(2020)年に始まった新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大と長期化も、地域経済や県民生活、消費行動に大きな影響を及ぼしています。

特に、コロナ禍初期には、生活関連物資の需要急増や、根拠のない誤った情報の拡散・風評等が原因で、商品の買い占めやインターネットでの高額転売により、必要な人に商品が行き届かないといった事態も発生しました。また、感染症拡大や自然災害発生などの非常時には、消費者不安の高まりに乘じた悪質商法や消費者トラブルが多く発生する傾向にあります。

#### (6) 訪日外国人・在留外国人による消費の増加

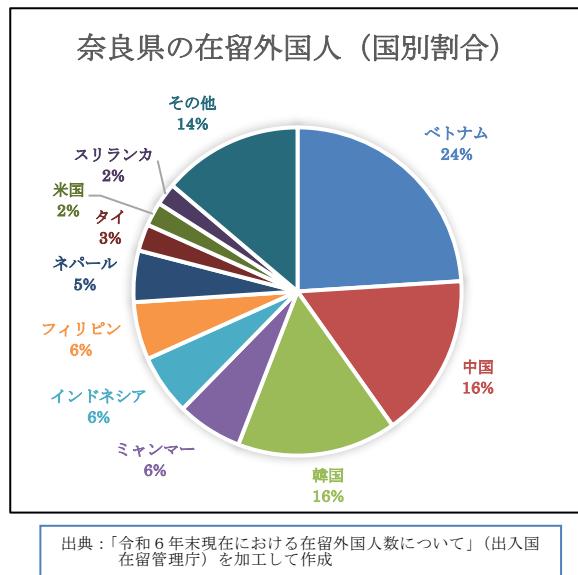
令和7(2025)年7月の訪日外客数は、7月として過去最高であった2024年を14万人以上も上回り3,437,000人となり、同月過去最高を更新しています。

(2025年7月推計値・出典：日本政府観光局（JNTO）)



出典：「令和6年末現在における在留外国人数について」（出入国在留管理庁）を加工して作成

また、出入国在留管理庁によると、県内在留外国人数は、令和6(2024)年度末の時点で約1万9千人と過去最高を更新しました。外国人は、文化や言語の違い等により消費者トラブルに遭いやすい傾向にあると考えられるため、外国人の消費者トラブルが増加していくことが懸念されます。



## (7) 持続可能な開発目標（S D G s）の採択

平成27(2015)年9月の国連サミットで「持続可能な開発目標（S D G s）」が採択され、「誰一人取り残さない」という理念の下、令和12(2030)年までに持続可能な社会の実現を目指すことが確認されました。これを受け、国においては、平成28(2016)年12月に持続可能な開発目標（S D G s）実施指針を策定し、「持続可能で強靭、そして誰一人取り残さない、経済、社会、環境の統合的向上が実現された未来への先駆者を目指す」というビジョンを示し、「エシカル消費」の普及啓発や、食品ロス削減などに取り組んでいます。S D G s の目標12「つくる責任つかう責任」において、令和12(2030)年までに人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようによることなどが掲げられていることから、本県においても、「人や社会、環境に配慮した消費行動」である「エシカル消費」の概念を広く県民に啓発し、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進していくことが求められています。



出典：国際連合広報センターホームページ

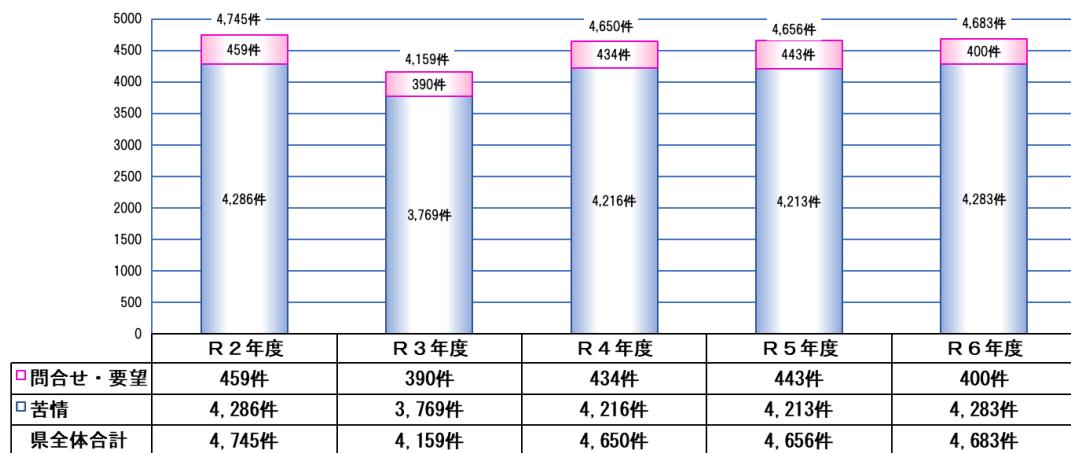
## 2 奈良県消費生活センターにおける相談状況

### (1) 相談件数

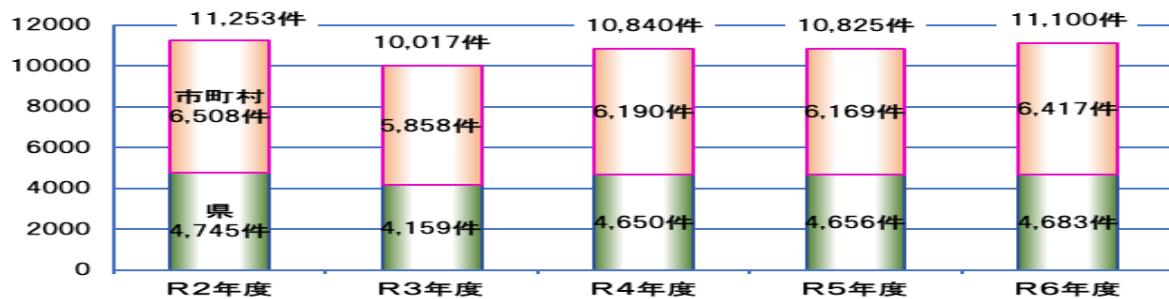
令和6年度に県が受け付けた消費生活相談の件数は4,683件(奈良県消費生活センター3,387件、同中南和相談所1,296件)でした。

相談種別の内訳としては、4,683件の全相談のうち、苦情の件数が4,283件で、問合せ・要望件数が400件となっています。(図1)

図1 相談件数の年度推移



参考 県内消費生活相談窓口における年度別相談件数



### (2) 契約当事者年代別相談件数の傾向

年代別では、70歳以上が25.4%と最も高くなっています。前年度に比べ、60歳代(+2.6%)、70歳以上(+2.4%)が共に高くなっています。全体的に「化粧品」や「健康食品」に関する相談が増加しています。(表1)

また、30歳代(+1.7%)も増加しており、「融資サービス」(ローンやサラ金)に関する相談が増えています。

表1 契約当事者年代別相談件数の年度推移

	R2年度		R3年度		R4年度		R5年度		R6年度	
	件数(件)	割合(%)								
20歳未満	116	2.4	94	2.3	106	2.3	86	1.8	90	1.9
20歳代	308	6.5	271	6.5	278	6.0	270	5.8	275	5.9
30歳代	355	7.5	292	7.0	281	6.0	256	5.5	337	7.2
40歳代	574	12.1	408	9.8	461	9.9	425	9.1	411	8.8
50歳代	707	14.9	582	14.0	631	13.6	706	15.2	638	13.6
60歳代	713	15.0	585	14.1	693	14.9	655	14.1	783	16.7
70歳以上	1,077	22.7	927	22.3	988	21.2	1,073	23.0	1,191	25.4
不明・その他	895	18.9	1,000	24.0	1,212	26.1	1,185	25.5	958	20.5
全件数	4,745	-	4,159	-	4,650	-	4,656	-	4,683	-

### (3) 商品・役務分類別件数

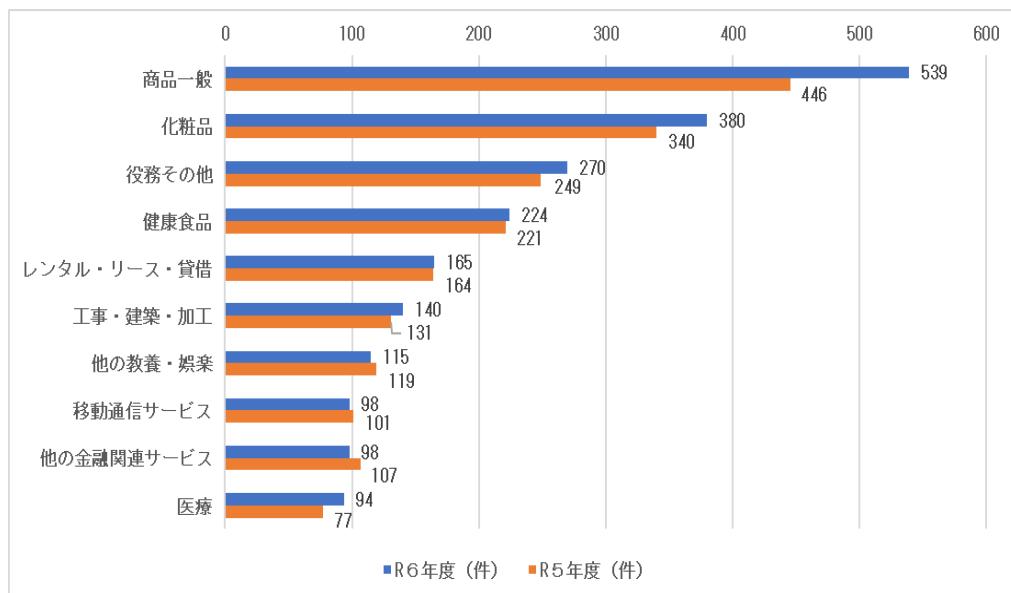
商品・役務等別の相談件数をみると、「商品一般」が1位で、「自分宛てに身に覚えのない荷物が届いた」という相談や、通販サイトなどをかたった迷惑メール、覚えのない未納料金を請求する不審な電話に関する相談が多く寄せられています。2位の「化粧品」、4位の「健康食品」では、SNSやインターネット上の広告をきっかけとした定期購入契約に関する相談が目立ちます。3位の「役務その他」では、サポート詐欺の相談やインターネット検索で見つけたロードサービスや住宅で突然発生するトラブルに関する相談などが多くみられます。5位の「レンタル・リース・賃借」では、賃貸アパート・マンション退去時の原状回復トラブルについての相談が多く寄せられています。特に増加した10位の「医療」については、美容医療等に関する相談が前年度に比べて増加しています。

また、契約当事者年齢が30歳未満の若年者では、インターネットゲームやアダルト情報などの「娯楽等情報配信サービス」に関する相談が多く寄せられています。(表2)

※ 商品一般：架空請求に関する相談、不審な電話・メールの相談、商品券・プリペイドカード等の取り扱いに関する相談など

表2 商品・役務分類別件数（上位15位）

順位	商品・役務名	R6年度（件）	R5年度（件）	前年比（%）
1	商品一般	539	446	118.6
2	化粧品	380	340	110.9
3	役務その他	270	249	107.2
4	健康食品	224	221	100.0
5	レンタル・リース・貸借	165	164	97.0
6	工事・建築・加工	140	131	106.1
7	他の教養・娯楽	115	119	93.3
8	移動通信サービス	98	101	97.0
9	他の金融関連サービス	98	107	90.7
10	医療	94	77	120.8
11	インターネット通信サービス	91	84	107.1
12	修理・補修	85	100	83.0
13	娯楽等情報配信サービス	81	93	87.1
14	書籍・印刷物	77	104	73.1
15	自動車	76	123	61.8



#### （4）販売購入形態別の傾向

販売購入形態別では、「通信販売」の割合が最も多く、令和6年度に占める割合は39.2%となっています。

「通信販売」の商品別では、「化粧品」「健康食品」が多く、「インターネット通販」によるものが大半を占めています。

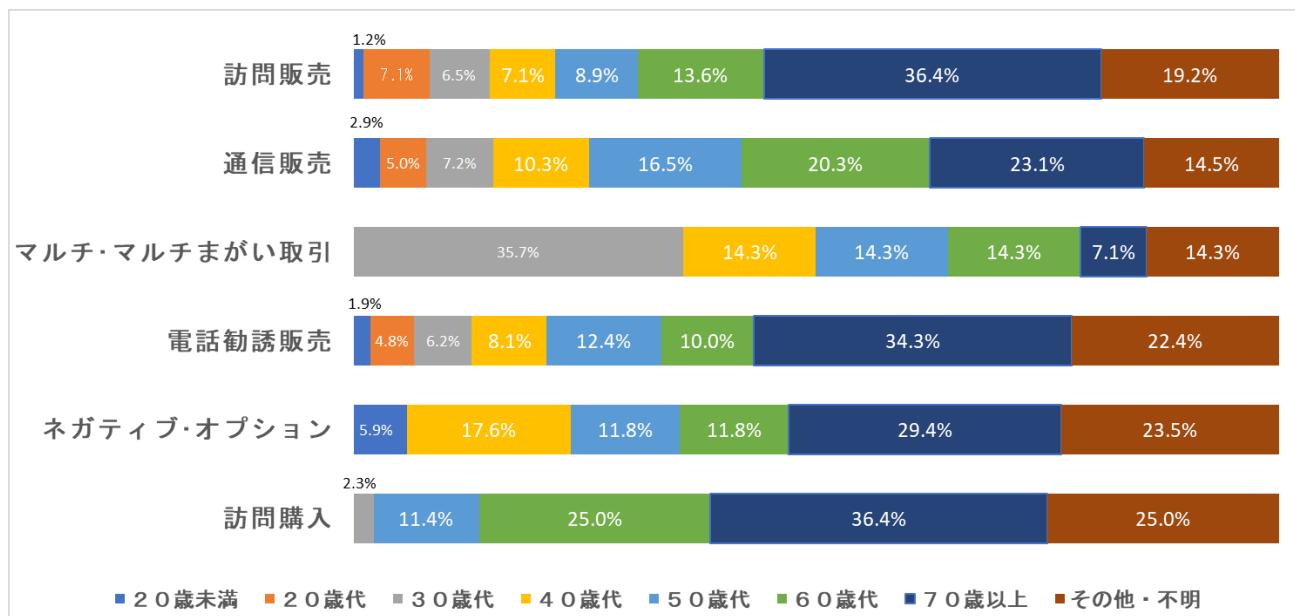
また、「訪問販売」では「新聞契約」や「暮らしのレスキューサービス」に関する相談が多く寄せられています。（表3）

契約当事者を年代別でみると、「訪問販売」「訪問購入」「電話勧誘販売」「ネガティブオプション」「通信販売」で70歳以上の割合が高く、「訪問販売」「訪問購入」では36.4%を占めています。「マルチ取引」では30歳代の割合が最も高く、35.7%を占めています。（図2）

表3 販売購入形態別件数

	R2年度		R3年度		R4年度		R5年度		R6年度	
	件数(件)	割合(%)								
店舗販売	944	19.9	774	18.6	848	18.2	749	16.1	770	16.4
無店舗販売	2,563	54.0	2,265	54.5	2,495	53.7	2,536	54.5	2,474	52.8
訪問販売	287	6.0	344	8.3	288	6.2	305	6.6	338	7.2
通信販売	1,983	41.8	1,615	38.8	1,926	41.4	1,957	42.0	1,836	39.2
マルチ・マルチまがい	38	0.8	39	0.9	40	0.9	30	0.6	14	0.3
電話勧誘販売	191	4.0	200	4.8	184	4.0	182	3.9	210	4.5
ネガティブオプション	25	0.5	20	0.5	9	0.2	12	0.3	17	0.4
訪問購入	27	0.6	30	0.7	33	0.7	39	0.8	44	0.9
その他の無店舗	12	0.3	17	0.4	15	0.3	11	0.2	15	0.3
不明・無関係	1238	26.1	1120	26.9	1307	28.1	1371	29.4	1439	30.7
合計	4,745	-	4,159	-	4,650	-	4,656	-	4,683	-

図2 主な販売購入形態別にみた契約当事者の年代別割合



## (5) 内容別相談件数

内容別では、「電子広告」「定期購入」「後払い決済」「個人情報」が増加しています。「電子広告」は、いわゆるインターネット広告のことです。相談内容では、「インターネットで水道工事 2,000 円～という広告を見て依頼したが、当日実際には 10 万円を請求された。」といった相談が増加しています。「定期購入」では、「お試しのつもりが、知らない間に定期購入の契約になっていたので解約したい。」といった相談が増加しています。「後払い決済」が増加しているのは、ネット通販の定期購入契約の支払い手段として、多く利用されていることが要因と考えられます。

また、「個人情報」に関する相談が増加しているのは、不審な電話がかかってきたり、フィッシングが疑われるメールが届いたという相談が多く寄せられたことによると考えられます。(表4)

表4 内容キーワード別相談件数（上位15位）

順位	内容キーワード	R6年度（件）	R5年度（件）	前年度比（%）
1	インターネット通販	1,424	1,463	97.3%
2	解約	1,221	1,226	99.6%
3	電子広告	791	664	119.1%
4	契約書・書面	760	708	107.3%
5	返金	607	669	90.7%
6	高価格・料金	593	523	113.4%
7	定期購入	564	472	119.5%
8	連絡不能	512	492	104.1%
9	返品	493	459	107.4%
10	クレジットカード	470	424	110.8%
11	後払い決済	446	290	153.8%
12	詐欺	412	380	108.4%
13	SNS	406	404	100.5%
14	個人情報	385	295	130.5%
15	アフターサービス	312	307	101.6%

## (6) 消費生活相談のトピックス

### ・「定期購入」に関する相談

定期購入に関する相談は、年々増加しており、令和6年度も 564 件の相談が寄せられています。(図3)

内容では、「初回の格安な価格だけに目を奪われて、契約条件をよく確認せずに1回だけの注文と思い込んで、申し込みをしてしまっている」といったケースが多くを占めています。他にも「契約条件をチェックし、定期購入ではない契約であることを確認したうえで、申込み画面に入力をした際に、突然『お得なクーポン』との表示が出て、それを使用して申し込みをしたところ、別の画面に移行し、気づかないまま、継続購入が条件の契約に変わってしまった」といった

「アップセル」と呼ばれる手口の相談も増えています。更に、「申込み画面に入力途中で一旦保留にしていたら、相手業者から電話やメールで勧誘され契約してしまった。」というケースもあります。

年代別では60歳代以上が占める割合が多く全体の60.8%を占めています。(図4)多くの高齢者がスマホを利用するようになり、70歳代、80歳代のネット通販利用者も増加しています。しかし、若い年代に比べてスマホの扱いに不慣れであるため、操作を間違えたり、ネット通販の経験も少ないため、確認すべきポイントを見落としているケースが多く見受けられます。更に、トラブルに遭っても直ぐに対処せず、自分なりの判断で放置してしまう傾向があり、トラブルに気付かなかつたケースが散見され、早期に消費者センターに繋いでもらえる見守りシステムの構築が望まれます。

図3 定期購入に関する相談件数の推移

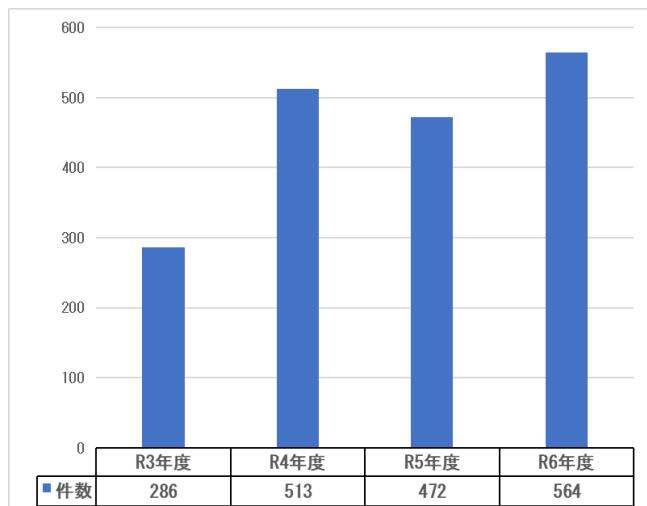
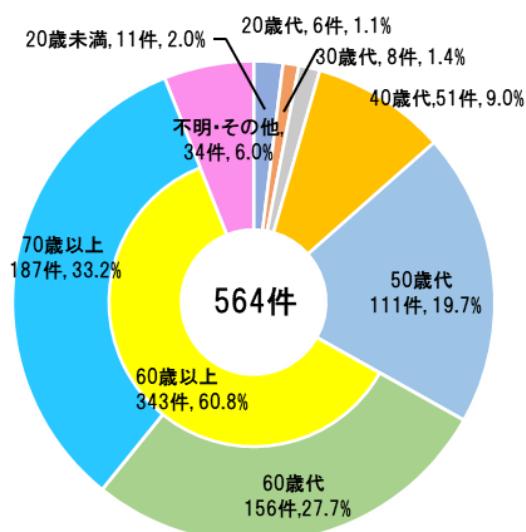


図4 定期購入に関する契約者の年代別内訳



#### ・「投資詐欺」の相談について

投資詐欺に関する相談では、「SNS の投資グループ内で誘われて FX 取引を始めた。出金できず、さらに入金するように言われた。」といった投資話をきっかけにした、消費者トラブルが年齢を問わず依然として多く寄せられています。

R6 年度においては昨年度より減少しましたが 74 件の相談があり、歯止めがかっていな状況です。

また、投資詐欺の内、「出会い系サイトやマッチングアプリで出会い、恋愛感情を持った相手から将来のためにと言われ、実態のわからない投資等の海外サイトを紹介され投資したが、出金できなくなった。」といった、いわゆるロマンス詐欺の相談も多数寄せられています。(図 5、6)

投資詐欺の特徴は、年齢に関係なく、1 件の被害額が大きいことが上げられます。

図 5 投資詐欺に関する相談件数の推移

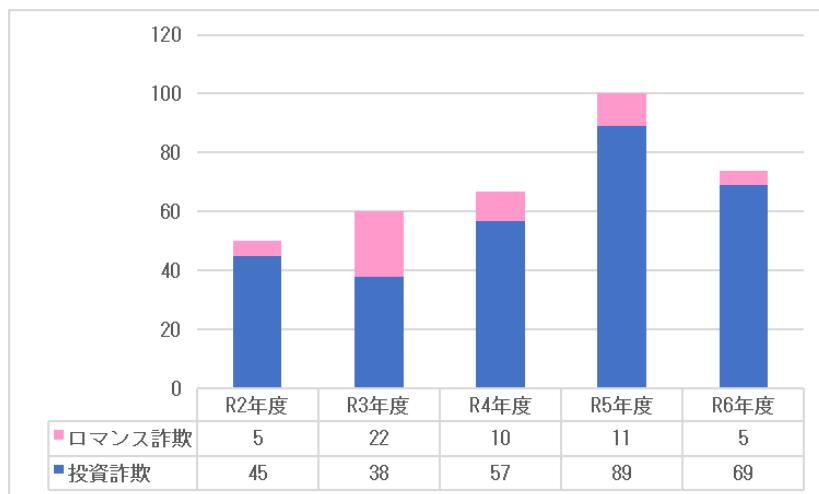
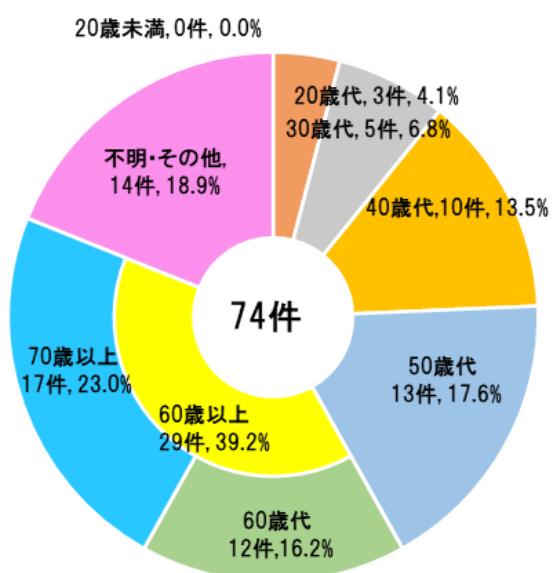


図 6 投資詐欺関連の契約者の年代別内訳



・「暮らしのレスキューサービス」の相談について

トイレの詰まりや水漏れ、鍵の紛失、害虫の発生など暮らしのトラブルが起きたときに、ネット検索で「2000円～」「見積り無料」「24時間対応」などと書かれたサイトやポスティングされたマグネット式広告を見て、来てもらったところ、高額な料金を請求されたといった、いわゆる「暮らしのレスキューサービス」に関する相談が92件寄せられています。令和4年度には減少していましたが、再び増加に転じました。(図7)

商品・役務別では「修理サービス」が59件で最も多く、「駆除サービス」が23件、「解錠サービス」が9件となっています(表5)

図7 「暮らしのレスキューサービス」に関する相談件数の推移

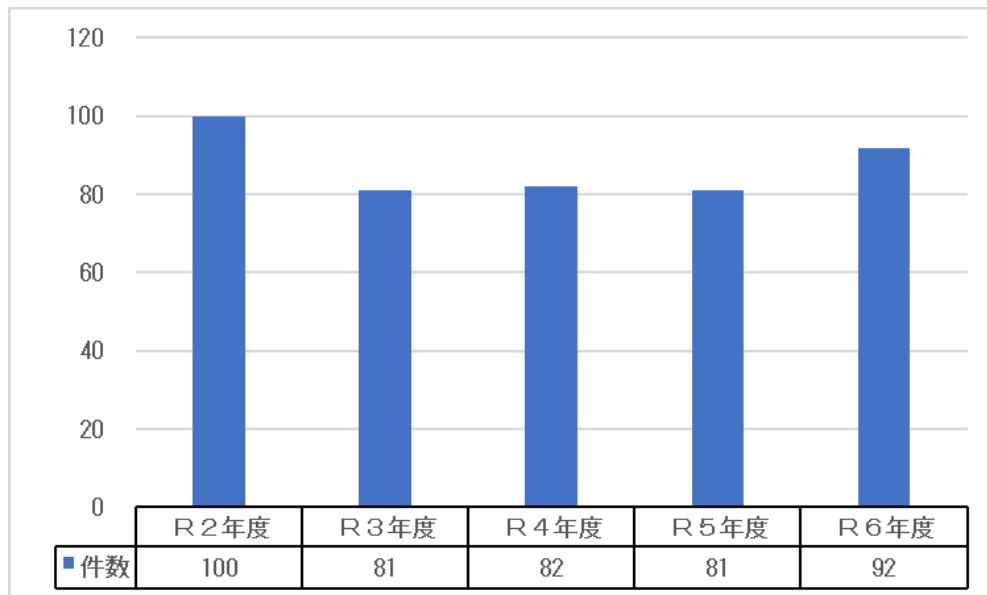


表5 「暮らしのレスキューサービス」の商品・役務別内訳

修理サービス	駆除サービス	解錠サービス	防災・防犯用品
59	23	9	1

(7) 「あっせん」について

相談員の助言だけでは解決しない相談案件において、更にセンターの介入が必要なものについては、相談員が消費者の方と事業者との間に入って、解約や返金等を求める「あっせん」を行っています。

例えば、訪問販売により高額な契約をしてしまった場合に、クーリング・オフ期間を過ぎていても、事業者が虚偽の説明をして勧誘していた場合や、通常必要とする分量を超えた過量の商品を販売している場合等は、特定商取引法や消費者契約法により、事業者に対して契約の取消しを求めることができます。

また、事業者が訪問販売であることを認めず、クーリング・オフに応じない場合や、解約・返金を拒否するケースも少なくありません。

このような場合は、センターでは事業者の勧誘方法や契約が法的に問題がないかを分析し対応を求めることがあります。

令和6年度は、県消費生活センターでは「あっせん」を 653 件実施し、うち 609 件をあっせん解決しました。「あっせん」による返金や支払の免除額は約 7 千万円にものぼり、1 件あたりの平均被害回復金額は約 13 万円です。令和5 年度に比べて、あっせん件数及び解決件数が大幅に増加しているのは、「詐欺的定期購入商法」の案件が数多く寄せられたことが大きく、一方、被害金額が比較的少額であるため、被害回復金額は減少しています。

表7 あっせん件数と被害回復金額

	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度
<b>相談件数</b>	4,745	4,159	4,650	4,656	4,683
<b>あっせん件数</b>	290	285	494	524	653
<b>解決件数</b>	268	260	443	485	609
<b>不調件数</b>	22	25	51	39	44
<b>被害回復金額（円）</b>	78,385,946	57,487,638	78,467,359	116,159,459	72,676,033
<b>平均被害回復金額（円）</b>	274,076	186,044	160,464	235,140	132,138

### 3 奈良県における特殊詐欺被害の発生状況

令和6年中の県内特殊詐欺被害は、前年と比較すると件数は40件増加しており、被害額も約7億5,026万円増加しました。1件あたりの被害額は平均すると約498万円と高額になっており、様々な手口で被害が発生しています。

県内で発生する特殊詐欺手口の共通点としては、以下の点が挙げられます。

- ・被害者は65歳以上が49%で、65歳未満は51%である。
- ・特殊詐欺の手口は社会情勢等に応じて多様化・巧妙化している。
- ・不審電話がかかってくる割合は、自宅の固定電話に53%、携帯電話に24%である。
- ・金融機関に預けている現金が騙し取られており、オレオレ詐欺と架空請求が増加している。

令和6年 奈良県内における特殊詐欺被害の発生状況 県警本部提供

	R1	R2	R3	R4	R5	R6
特殊詐欺認知件数（件）	175	175	101	206	230	270
還付金	4	10	45	71	50	59
キャッシュカード型	120	131	26	87	84	38
預貯金詐欺	88	90	10	56	76	20
キャッシュカード詐欺盗	32	41	16	31	8	18
オレオレ	6	14	11	17	10	76
架空請求	41	15	12	28	77	83
その他	4	5	7	3	9	14
特殊詐欺被害総額（万円）	23,841	31,068	33,508	43,846	59,310	134,336
一件当たり被害額（万円）	136	178	332	213	258	498

被害件数 270件（前年比 +40件）

被害総額 約13億4,336万円（前年比 +約7億5,026万円）

※特殊詐欺とは、被害者に電話を掛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り込みその他の方法により、不特定多数の者から現金をだまし取る犯罪（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。）の総称です。

## 第3章 消費生活行政の基本方針

### ●計画の体系

計画の基本理念「県民が安心して豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」に向けて、第2章に掲げた消費者を取り巻く現状と課題を踏まえ、「消費者被害の防止と救済」、「消費者の安全・安心の確保」、「自立した消費者の育成・支援（「消費者力の向上」）」、「連携・協働と政策連携による消費者保護、消費者力向上の推進」を四つの柱として、施策を展開していきます。

### ●施策体系



## 基本方針 1 消費者被害の防止と救済

### ○基本方針 1－1 消費者行政の総合調整

消費者行政を円滑に推進するため、「奈良県消費生活審議会」の運営のほか、国・市町村・府内関係部局等との各種会議を開催し、施策の総合的な連絡調整を図るとともに、消費生活に関する情報や意見を収集し、施策への反映に努めます。

実施取組	取組内容
(1) 総合調整	<p>消費生活の安定及び向上に関する施策の基本的事項その他施策の実施に関し重要な事項を調査審議するため、奈良県消費生活審議会の適正な運営を図ります。</p> <p>事業者も含めた県民に対し、「奈良県消費生活条例（昭和 49 年 12 月奈良県条例第 17 号）」の基本的な考え方や内容について広報し、「消費者の意識向上」「条例の実効性確保」「事業者の法令遵守意識向上」「規制内容の周知」を図るとともに、条例違反の事業者に対しては適正な法執行を行います。</p>
(2) 関係機関等との連携	<p>国及び近畿各府県との連携を密にして情報交換等を行い、消費者行政を効果的に推進します。</p> <p>「市町村消費者行政担当課長会議」等を開催して、県と市町村の連携を図り、消費者行政を総合的に推進します。県の消費者行政の概要を体系的にまとめ、県関係課、市町村などと協力・連携し、消費者行政施策を円滑に展開します。</p> <p>「なら食の安全・安心確保の推進基本方針」に基づく各種施策の総合的かつ効果的な推進を図るため、「奈良県食品安全・安心推進本部」のもと、関係部局・課等の相互の連携を強化します。</p> <p>「市町村消費者行政活性化助成事業交付金」を活用することにより、市町村が行う消費者行政活性化事業の取組を支援します。</p>

### ○基本方針 1－2 県消費生活センターの機能強化

県消費生活センターが、県内の消費生活相談窓口の中核として、消費者被害の未然防止・拡大防止のため、PIO-NET を活用した相談情報の早期集約と有効活用を図るとともに、高度で複雑な相談を適切に処理できるよう、相談員のさらなるスキルアップを図ります。また、県全体としての問題解決能力の向上を図るため、市町村の相談員や職員を対象とした相談業務研修の充実に努めると

ともに、県と市町村の相互連携を深めていきます。あわせて、国や市町村と連携して消費生活相談員の扱い手確保に努めます。

また消費者庁では、平成 26 年改正消費者安全法に基づくこれまでの取組をさらに充実させていく必要があるため、人口減少・高齢化が一段と進展する 2030 年、さらには 2040 年を見据え、消費生活相談 DX(デジタル・トランスフォーメーション) を契機とした地方消費者行政の機能維持・充実を、都道府県と市町村それぞれの制度的な役割のもとで、各地方公共団体の実状に応じて推進し実現する体制を構築することが示されています。消費生活相談 DX については、自己解決支援機能などを搭載した新システム基盤の整備が予定されており、全国の消費生活センター等において、新システムを利用して効果的・効率的に、安定した業務を実施することが求められています。

奈良県においても、消費者庁の作成するシステムを活用し、市町村と連携し、複雑・多様化する消費生活相談に的確に対応できるように取り組むことにより、相談現場等でより援助が必要な相談者に対する手厚い対応や見守りの充実などといった、AI では補うことの出来ない、人が行うべき業務に集中できるような環境を整えるなど、消費者が主役となる豊かな社会の実現をめざして、消費者の視点に立った取組を推進します。

実施取組	取組内容
(1) 消費生活相談事業の強化	県消費生活センター及び県消費生活センター中南和相談所に消費生活相談員を配置し、独立行政法人国民生活センターと全国の消費生活相談窓口を結ぶ全国消費生活情報ネットワーク・システム (PIO-NET) を活用して全国の消費生活情報を共有することにより、相談業務の円滑化を推進します。
(2) 苦情処理対応	県消費生活センター及び県消費生活センター中南和相談所に弁護士を消費生活苦情処理専門員に委嘱し、法律上の助言を得るなど消費者からの消費生活に関する相談や苦情を迅速かつ適切に処理します。 商品やサービスの購入等、消費生活全般についての相談事業を行います。また、市町村を含む県内の消費生活相談員の資質向上を図るため、定期的に事例研究会等の研修を開催します。
(3) 事業者指導の強化	悪質事業者を抑制し、取引の適正化と消費者利益の保護のため、特定商取引法等に係る厳正な法執行を実施します。

## ○基本方針 1－3 市町村消費生活センター・消費生活相談窓口の定着と機能充実

「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり」に向けて、消費者にとって最も身近な市町村における消費生活相談窓口体制の維持及び強化を図るため、市町村への適切な助言等によるサポート、相談窓口間の情報共有の推進や、研修会開催による相談員のスキルアップ等の支援を行います。

実施取組	取組内容
市町村消費生活センター・消費生活相談窓口の支援	市町村と県との連携を図り、県消費生活条例に基づいた消費者行政の体制整備を行います。
	市町村の消費者行政の充実・強化のため、消費生活相談及び消費者教育に関する支援及び情報提供を行います。

## ○基本方針 1－4 各種相談窓口・事業の充実

県では、食の安全、多重債務対策、医療福祉、商工、住まい関係等の相談が実施されており、県消費生活センターとこれら消費生活関連の相談窓口が連携し、県の消費生活相談体制の充実・強化に努めます。

実施取組	取組内容
(1) 食の安全	各保健所に食の安全相談窓口を開設し、消費生活センターとともに、食の安全性に関する消費者からの相談に応じます。
(2) 多重債務対策	近畿財務局や弁護士会、県警察等関係機関と連携し、多重債務者問題対策や高齢消費者・障害消費者の被害の防止に取り組みます。
(3) 医療福祉関係	福祉サービスを適切かつ安心して利用できるようにするため、奈良県社会福祉協議会が実施する運営適正化委員会事業を支援し、福祉サービスに関する利用者等からの苦情の適切な解決を促進します。 医療に関する患者等の苦情や相談等に迅速に対応し、医療機関への情報提供等により、関係機関と連携し医療の安全と信頼を高めます。
	夜間、休日等に小児救急に関する保護者等の電話相談に看護師（必要に応じて小児科医）が対応し、医療機関への不要な受診を抑制するとともに、患者の家族に対して安心感を与えるための施策を行います。
	24時間体制で、看護師が救急患者の医療相談に応じ、また、オペレーターが医療機関を案内することにより、真に急ぐべき患者が受診を控えることのないよう誘導するとともに、不要な救急車の要請を抑制、適正な救急医療の確保を推進します。

(4) 商工関係	県内商工業者が抱える法律上・税務上の諸問題、経営の改善、特許、その他経営上の諸問題について商工会等に無料相談所を開設し、顧問弁護士、税理士、中小企業診断士、その他の専門の相談員が相談・指導にあたり問題解決を図ります。
(5) 住まい関係	住宅に関する相談窓口の設置により、県、市町村が連携した住まいに関する総合的な相談体制の構築を図ります。
	マンションにおける良好な居住環境の確保を図るため、マンション管理士が管理組合の運営やマンションの修繕、日常生活に関わるトラブルとその対処などの無料相談を関連団体（NPO 法人含む）と共に実施します。

## ○基本方針 1－5 消費者被害の救済

消費者から寄せられた苦情・相談のうち、県民の消費生活に著しい影響を及ぼし、又は及ぼすおそれのある紛争等について、公正かつ速やかな解決を図るため、あっせん又は調整を行います。

実施取組	取組内容
消費者被害の救済	消費者からの苦情・相談のうち、解決が困難であると認められる苦情・相談について、あっせん又は調停を行います。
	消費者が商品又はサービス等の取引によって受けた被害に関して事業者を相手に訴訟を提起する場合に、訴訟費用の貸付けを行います。

## ○基本方針 1－6 高齢者・障がい者等を消費者被害から守る地域の取組の促進

単身高齢者や障がい者が地域から孤立し生活情報が断絶することにより特殊詐欺被害の被害者となることが社会問題になっています。そこで、高齢者等の消費者被害を防止するため、消費者行政担当課、福祉・介護行政担当課、警察・司法関係、各種関係団体等が連携し、高齢者等の地域での見守り活動の充実を図ります。

また、市町村における消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）」の設置の促進を図ります。

そのため、県では、市町村や関係機関・団体等を対象にした研修会を開催するほか、市町村の「消費者安全確保地域協議会」の設置や円滑な運営を支援し、相互連携を図るため令和4年に設置した「奈良県見守りネットワーク」により、県内における見守り体制の構築を推進します。また、市町村での同ネットワークの設立を支援します。

実施取組	取組内容
消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の拡充	高齢者、障がい者、認知症等により判断能力が低下した方の消費者被害を防止するため、福祉関係者や医療関係者、警察や消費者団体、民間事業者、自治会など、地域で見守る多様な団体と連携・協力して消費生活相談へのつなぐ消費者安全確保地域協議会（奈良県見守りネットワーク）において、消費者被害のない安全安心な社会の構築に取り組みます。 市町村における消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）設立に向け支援します。

## 基本方針2 消費者の安全・安心の確保

### ○基本方針2－1 消費者取引の適正化

消費者を取り巻く環境が複雑化・多様化し、消費者と事業者との情報量や交渉力の格差が拡大している中で、消費者が適正に食品その他の商品を選択し、取引ができるよう、消費者に対する情報提供や事業者の勧誘行為の適正化を図るとともに、生活関連物資の供給安定化を促進します。

実施取組	取組内容
(1) 表示・規格・計量の適正化	不当景品類及び不当表示防止法を適正に運用することにより、商品や役務等の取引に関する不当表示等による顧客誘引を防止します。
	事業者団体が自主商品に関する表示方法や景品提供の方法について定める（＝自主基準の設定）ことにより、消費者の適正な選択を確保し、また、事業者間の公正な競争を促進します。
	家庭用品品質表示法で指定された品目で表示事項を表示していないなかつたり、表示の標準を守らない事業者などに対する指示、また、その状況に応じて立入検査を実施し、家庭用品の品質に関する表示の適正化を図ります。
	食品表示法に基づく食品表示の適正化を推進するため、食品表示の状況を日常的にモニターし県に報告する食品表示サポーターを公募により100名程度選任し、不適正表示に対する監視及び指導の強化を図ります。また、食品表示110番を設置・運営し、疑義情報を収集します。
	取引・証明に使用する特定計量器（質量計）について定期検査（使用中検査）を行います。また、県内事業者に対して適

	<p>正な計量の実施が確保されているかについて確認し、必要な措置を講じるため立入検査及び巡回指導を行います。</p> <p>計量行政の適正な執行のため、都道府県計量行政協議会等を通じて、国及び都道府県等との情報交換を図ります。</p> <p>タクシーメーターの装置検査期限を遵守するよう、事業者へ指導します。</p> <p>燃料油及びL Pガスの取引における適正計量を確保するため、積算体積計の検定期限を遵守するよう事業者へ指導します。</p>
(2) 契約の適正化	<p>特定商取引に関する法律、割賦販売法及び奈良県消費生活条例等の法令を適正に運用することにより消費者の利益を保護し取引の適正化を図ります。</p> <p>県消費生活条例を適正に運用することにより、消費者の利益を保護し、取引の適正化を図ります。</p> <p>宅地建物取引業者等の免許・登録及び指導監督を行うことにより、その業務の適正な運営と宅地建物取引の公正を確保し、宅地建物の購入者等の保護と流通の円滑化を図ります。</p> <p>旅行業等を営む者について登録制度を実施することにより、業務の適性な運営を確保し、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全確保及び旅行者の利便の増進を図ります。</p>
(3) 流通の円滑化	<p>物価の高騰による社会的影響が懸念される場合や災害の発生等による生活関連物資の需給・ひっ迫等、不測の事態が発生する場合は、関係機関と連携し、小売店舗への価格調査を実施し、不合理な価格形成を未然に防止します。また、緊急時に即時に国・市町村と連携できる体制を整えるため、通常時においては国等による消費・物価動向情報の把握を行います。</p> <p>食と農の連携強化や経営基盤の強化を通じた食品産業の体质強化、食品流通の効率化・活性化の推進に向け、関係機関との調整を図るとともに、情報収集、発信の強化を図ります。</p> <p>消費者物価指数その他の物価に関する基礎資料を得るために、国民の消費生活上重要な支出の対象となる商品の小売価格、サービス料金（価格調査）及び家賃（家賃調査）を全国的な規模で小売店舗、サービスを提供する事業者等から毎月調査する小売物価統計調査を実施します。</p> <p>個人消費の動向の計測や地域的差異を解明し、国の経済政策や社会政策立案の基礎資料を得るために、全国の世帯を対象に国民生活における家計収支の実態を毎月明らかにする家計調査を実施します。</p>

	公衆浴場料金について、料金改定の際は経営実態調査の実施及び奈良県公衆浴場入浴料金協議会を開催して、適正な統制額を指定します。
--	----------------------------------------------------------------

## ○基本方針 2－2 事業者指導の強化・検査等

消費者と事業者との間の公正な商取引を確保し、消費者が適切な商品やサービスの選択ができ、消費者被害を防止するため、法令に違反する行為を行っている事業者や、特定商取引法等の法令について認識が不十分なまま法令違反のおそれのある行為を行っている事業者に対しては、特定商取引法や消費者安全法等に基づき、事業者の指導監督・立入検査等を行います。あわせて、法律の改正等に当たってはわかりやすい情報提供に努めるとともに、消費者関連法遵守のための注意等を隨時行い、事業者からの特定商取引法等に関する相談に対し、助言等を行うことにより、取引等の適正化を図ります。

実施取組	取組内容
(1) 事業者指導の強化と関係機関との連携	食品による危害の発生の未然防止と食品等の衛生確保を図るため、県内3保健所に食品衛生監視員を配置し、衛生管理の徹底及び監視指導の強化を行います。 特定商取引法等に基づく行政処分等の法執行を強化するため、県民くらし課及び県消費生活センターに事業者専門指導員を配置します。(再掲)
	農薬取扱業者、農業者等農薬使用者に対する研修指導等を行い、農薬による危害防止、適正な保管管理、安全使用を徹底し、安全な農産物の安定生産を図ります。
	不良・不正医薬品の市場からの排除はもとより、安全で有効な医薬品等の流通を図り、県民生活の安全確保を充実させます。
	麻薬等が医療及び学術研究以外の用途に使用されることによって生ずる保健衛生上の危害を防止するため、その製造、譲渡、譲受、所持、施用等に関し必要な取締り及び指導を行います。
	毒物及び劇物取締法に基づく製造業、販売業の登録等の事業を行うとともに、毒物劇物の適正な取扱等について啓発することにより毒物劇薬による保健衛生上の危害発生を未然に防止します。
	貸金業者に対し、登録の徹底を図り、立入検査等を行い、事業者の適正な業務運営について指導します。

	危険性の高い消費生活用製品（特定製品）・特定保守製品の販売店への調査を実施し、一般消費者の生命又は身体に対する危害の発生の防止を図ります。
	高圧ガス、液化石油ガス、火薬類及び電気工事による災害を防止し、公共の安全を図ります。県内のLPガス販売事業者の法令遵守の徹底と関連事故の予防・保全を図ります。日常生活で用いられる製品の安全及び適正な販売を確保するため、電気用品、ガス用品及び液化石油ガス器具等の販売店への立入検査を行います。
	危険物取扱者及び消防設備士に対する法定講習を行い危険物等に係る災害を防止します。
(2) 試験・検査及び調査	消費者に安全性の高い食品を供給するため、食品中に含まれる食品添加物、残留農薬、動物用医薬品、食中毒原因菌及び遺伝子組換え食品等の試験検査を実施します。
	奈良県食肉センターに搬入される牛、豚、馬、めん羊及び山羊について、と畜場法等に基づき「と畜検査」及び「伝達性海綿状脳症スクリーニング検査」を実施し、食肉の安全と県民の安心を確保します。
	いわゆる健康食品の買上げ検査や県民への啓発により、未承認医薬品等による健康被害を防止します。
	食品衛生法等に基づく残留農薬、食品添加物、器具・容器包装など各種検査を実施します。
	生活環境の保全を図る一環として、空気や水に含まれる環境汚染物質等の測定を実施します。
	感染症、食品衛生、環境衛生等の予防対策の一環として、微生物試験検査を実施します。
	企業からの依頼に基づき、工業製品等の試験・分析を行います。

### ○基本方針2－3 消費者事故情報等の収集・提供

リコール情報や関係機関からの注意喚起情報および重大事故情報等を広く収集し、県民の生命、身体に危害が及ぶ恐れのある商品やサービスについて、国が進めるDXシステムも活用して効果的な方法で消費者への周知を図ります。また、消費生活相談のうち、生命・身体に関する事故情報については、PIO-NET等を通じて速やかに関係省庁に報告し、事故防止に役立てます。

実施取組	取組内容
消費者事故情報等の収集・提供	幼児の保護者を対象とした製品安全や事故に関する講座や情報発信の実施、消費者庁からの事故情報を各市町村へ提供します。

### ○基本方針 2－4 緊急時・災害時における安心確保

緊急時・災害時には、消費者にとって著しく不利益となる価格形成が行われないように関係機関と連携して防止し、通常期においては市町村や消費生活相談員と連絡調整を行います。

実施取組	取組内容
正確な情報収集と発信、相談対応の強化	物価の高騰による社会的影響が懸念される場合や災害の発生等による生活関連物資の需給・ひっ迫等、不測の事態が発生する場合は、関係機関と連携し、小売店舗への価格調査を実施し、不合理な価格形成を未然に防止します。緊急時に即時に国・市町村と連携できる体制を整えるため、通常時においては国等による消費・物価動向情報の把握を行います。 また把握した情報を市町村や消費生活相談員と共有し、相談対応に反映することで消費者の被害防止に努めます。(一部再掲)

## 基本方針 3 自立した消費者の育成・支援（「消費者力の向上」）

### ○基本方針 3－1 地域・家庭・職域等におけるライフステージに応じた消費者教育の取組・支援

消費者被害を減らすためには、合理的・主体的に考え方行動する自立した消費者の育成が必要です。幼少期から高齢期まで、また、学校、地域、家庭、職域などそれぞれの場で個人の特性に応じた消費者教育を体系的に実施するとともに、取組の展開に当たっては、多様な主体と連携することで、効果的かつ効率的に実施するなど、消費者教育の場を充実し、すべての人が体系的に消費者教育を受ける機会を推進します。

実施取組	取組内容
(1) 消費者教育・啓発事業	消費者教育の担い手として、消費生活センターと地域を繋ぐパイプ役である「くらしの安全・安心サポーター」を養成するため、講座を実施します。 消費者の様々な要望に応じ、県消費生活センターに来所できない消費者や児童・生徒・学生のために、地域や学校に出向

	<p>いて行う「移動講座」を実施し、幅広く消費者教育を推進します。</p>
	<p>消費者が自ら確かな知識と判断力を身につけ、情報を正しく理解し、安心して適切な行動ができるための教育や情報の提供を行います。</p>
	<p>消費者リテラシー向上のため、テレビやラジオ、新聞、県民だより奈良など様々なメディアを活用し、消費者問題等について県民に分かりやすく情報提供を行います。</p>
	<p>市町村の啓発事業や学校における研修の企画・運営への支援及び情報提供を行います。</p>
	<p>県民の金融リテラシー向上を図るため「奈良県金融広報委員会」が実施する講師派遣事業、講演会・講座を支援します。</p>
(2) 消費者教育の場や機会づくりの促進	<p>若年者消費者被害の防止のため、教育委員会、警察と連携して啓発を図ります。</p> <p>高齢者が被害者となり易い犯罪・被害に焦点を当て、高齢者のライフスタイルに合わせた効果的な啓発を図ります。高齢者等消費者被害の防止のため、ショッピングモール等でのイベントや啓発チラシ配布など、行政機関、警察、消費者団体等と連携して啓発活動を実施します。</p>
(3) 学校教育における消費者教育	<p>小学校及び中学校では、社会科において、「販売の仕事」「工業生産に関わる人々」「身近な消費生活」「消費者の保護」等について、問題や課題を追究したり解決したりする活動を通して、資質・能力の育成を図ります。家庭科において、「物や金銭の使い方と買い物」「金銭の管理と購入」「消費者の権利と責任」等について、課題をもって、持続可能な社会の構築に向けて考え、工夫する活動を通して、資質・能力を育成を図ります。また、特別の教科道徳において、「節度、節制」「規則の尊重」「遵法精神、公徳心」等のさまざまな道徳的価値の視点で学習を深めたり、学習を発展させたりすることができるよう指導します。</p> <p>高等学校では、公民科において、「多様な契約及び消費者の権利と責任」等について、家庭科において、「生活における経済の計画」「消費者行動と意思決定」「持続可能なライフスタイルと環境」等について、生徒が正しい知識を身に付け、適切な判断に基づき主体的に行動できるよう消費者教育を推進します。また、消費生活センターや奈良弁護士会等の関連諸機関との連携を図ることで、社会との関わりを意識した課題を追究したり解決に向けて構想したりする活動の充実を図ります。</p>

(4) 各種情報提供等	<p>リーフレットにより、県内の社会教育に関する研修会や講習会等の情報提供を行います。</p>
	<p>青少年がインターネット利用による非行に陥ったり、犯罪被害やトラブルを防止するため、フィルタリングサービスやインターネット利用に関する家庭のルールづくりの促進・啓発を図ります。</p>
	<p>青少年のインターネットやSNSを介したトラブルの防止を図るため、インターネットを安心・安全に利用するための能力（インターネットリテラシー）を高める取組を実施します。</p>
	<p>消費者の安全・安心を確保し地域の防犯力・防災力を高めるための啓発、情報提供を実施します。</p>
	<p>県の主要施策、行事、お知らせ情報等について広報誌やSNS、テレビ・新聞等の媒体を活用し、できる限り多くの県民の目に触れるような機会づくりを行います。</p>
	<p>県政情報を積極的に提供するとともに、県民との対話を促進することを目的に、職員が出向いて施策を説明する、「なら県政出前トーク」を実施します。</p>
	<p>薬物乱用がもたらす保健衛生上の危害及び社会的な弊害について正しい知識の普及啓発の促進及び規範意識の維持向上を図ることにより、薬物乱用を許さない県民意識の醸成を図ります。</p>
	<p>県民の保健衛生の維持向上を図るため、医薬品及び薬剤師の役割に関する正しい認識を浸透させる啓発等を行います。</p>
	<p>県民が花と緑と自然に親しみ関心を高めるように、馬見丘陵公園で講習会及び展示会を開催することにより、園芸に関する一層の消費拡大を図ります。</p>
	<p>大規模地震の発生に備えて、人的被害を抑制するため、耐震診断及び耐震改修を希望する所有者に対し、県と市町村が連携して耐震診断及び耐震改修に係る経費の補助を行います。</p>
	<p>食用きのこ栽培の講義や原木植菌の実習等を通じて、森林・林業・特用林産物への関心を高め、環境保全意識の啓発を行います。</p>
	<p>建築物の安全性の確保を図るための取組を行います。また、関係団体と行政が連携して、違反建築防止の街頭啓発を行い、安全な住宅を建てるため、安心な住宅を買うために必要な情報について、県民に周知します。</p>
	<p>マンションにおける良好な居住環境の確保を図るための情報提供を行うため、所有者及び管理組合に対し、関係市町及び</p>

	関連団体（NPO 法人含む）との共催によりセミナーを開催します。（再掲）
--	--------------------------------------

## ○基本方針3－2 消費者のリテラシー向上（ネット・デジタル・金融）

「合理的・社会的に行動する自立した消費者の育成」のためには、人から教わるだけではなく、消費生活に関する正確な知識や的確な判断力を主体的・能動的に学ぶことが重要であり、自らが消費者問題を適切に読み取るとともに、社会的な視点に立って消費行動する自立した消費者を育成することが必要です。消費者リテラシーの向上を図るため、消費者問題理解・解決のための情報提供を図るとともに、自らの消費行動が内外の社会経済情勢や環境に影響を及ぼすことを自覚し、積極的に社会に参画していく消費者の育成に取り組みます。

実施取組	取組内容
(1) 消費者リテラシーの向上	啓発イベントやホームページ等による県民への情報提供等を通じて、食品ロスの削減を図ります。
	県と協定を結んでいる直売所「地の味土の香」を中心に県産食材の新鮮さや美味しさを PR する活動に加え、奈良の食材や特産品、県産食材を使った料理が楽しめる飲食店や直売所を検索できるサイト「奈良コレ」の運用を行い、内容を充実させていきます。
	県民等が実施するセミナー・講習会等に、環境や省エネに関する専門家（環境アドバイザー・CO2 削減アドバイザー）を講師として派遣します。
	環境保全活動の先導的役割を担う「奈良県環境県民フォーラム」の活動を支援します。
	県内で排出される二酸化炭素の削減を積極的に働きかけるため、地球温暖化防止活動を推進していく地域のリーダーとなる「奈良県トップ温暖化推進員」を養成します。
(2) ネットリテラシーの向上	子どもから高齢者までを対象に、ネットリテラシー向上のための講座等を実施し、ネットの情報を正しく把握し、安全に使いこなし、適切に判断・運用するための能力を養成します。
(3) デジタルリテラシーの向上	県内市町村や団体のデジタル化を支援するデジタル人材バンクを運営します。また、高齢化率の高い地域における市町村のデジタルデバイド対策を支援します。

(4) 金融リテラシーの向上	県民の金融リテラシー向上を図るため「奈良県金融広報委員会」が実施する講師派遣事業、講演会・講座を支援します。 (再掲)
----------------	----------------------------------------------------------------

### ○基本方針3－3 カスタマーハラスメントの防止

顧客などから従業員への、社会通念上不当な要求や迷惑行為のことをカスタマーハラスメントといいます。正当な意見を伝えることとは異なり、不適切な言動や過剰な要求によって従業員の就業環境が著しく害される場合にカスタマーハラスメントと判断されます。具体的には、暴言や暴力、不当な金品要求、執拗なクレーム、人格否定などの行為が含まれます。

消費者として適切な取引を行うことが出来るよう、消費者教育を行います。

実施取組	取組内容
カスタマーハラスメントの防止	消費者が正当な意見を伝える適切な方法を習得することを目的に、啓発イベントやホームページ等による県民への情報提供等を通じて、カスタマーハラスメントについて理解することで、消費者力の向上を図ります。

## 基本方針4 連携・協働と政策連携による消費者保護、消費者力向上の推進

### ○基本方針4－1 行政、消費者団体、事業者団体、大学、学校、地域、土業等とのネットワーク充実

消費者教育及び啓発活動を様々な場面で効果的に実施するため、府内の関係部局及び消費者団体等が協力・連携して、活動を展開していきます。また、専門的知識を有する団体等と連携して消費者教育及び啓発活動を行うことにより、高度化、複雑化する消費者問題に対応していきます。

ライフステージごとに体系的かつ効果的に消費者教育を行うため、多様な教育の担い手との連携により、消費者教育を担う関係部局と消費者教育の現場を結びつけるコーディネート機能を果たしていきます。

実施取組	取組内容
(1) 消費者団体の育成	消費者団体等との共催による消費者学習会の開催、消費者団体や消費生活協同組合等が実施する研修等に対し、県は広報や講師派遣などを支援します。

(2) 消費者団体等の活動推進・連携	県民生活の安定と生活文化の向上を期するため、消費生活協同組合の適正な運営と健全な発展を図ります。また、消費者団体訴訟制度やその担い手である適格消費者団体及び特定適格消費者団体による消費者トラブルの未然防止・拡大防止や被害回復が期待されることから、同団体との積極的な連携に取り組みます。
(3) 消費者意向の反映	消費者の消費動向についての意識や消費者行政に対する意見を把握し、その施策の反映に努めます。 食品関係事業者と消費者代表等で構成する「奈良県食品安全・安心懇話会」において意見交換を行い、食品の安全性確保に関する施策に消費者の意見を反映します。 食の安全に関し、コミュニケーションの推進を図り、消費者への情報提供の充実を促進します。

## ○基本方針 4－2 福祉、まちづくり等関連分野との政策連携による効果的な事業推進

行政機関だけではなく、消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の枠組みや任意団体との連携を活かして周知啓発に取り組み、県民の消費者力向上を図ります。

実施取組	取組内容
(1) 高齢福祉、障がい者福祉と連携した啓発	高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となつた方の消費者被害を防止するため、福祉関係者や医療関係者、警察や消費者団体、民間事業者、自治会など、地域で見守る多様な団体と連携・協力して消費生活相談へのつなぐ消費者安全確保地域協議会（奈良県見守りネットワーク）において、消費者被害のない安全安心な社会の構築に取り組みます。（再掲）
(2) 地域の消費者力を高めるための啓発、情報提供	自主防犯組織である自治会や任意団体等と連携して出前講座を実施し、地域住民が自ら消費者被害を回避する力を身につけられるよう、消費者力の向上を図ります。

## 第4章 計画の推進体制と進行管理

### 1 推進体制

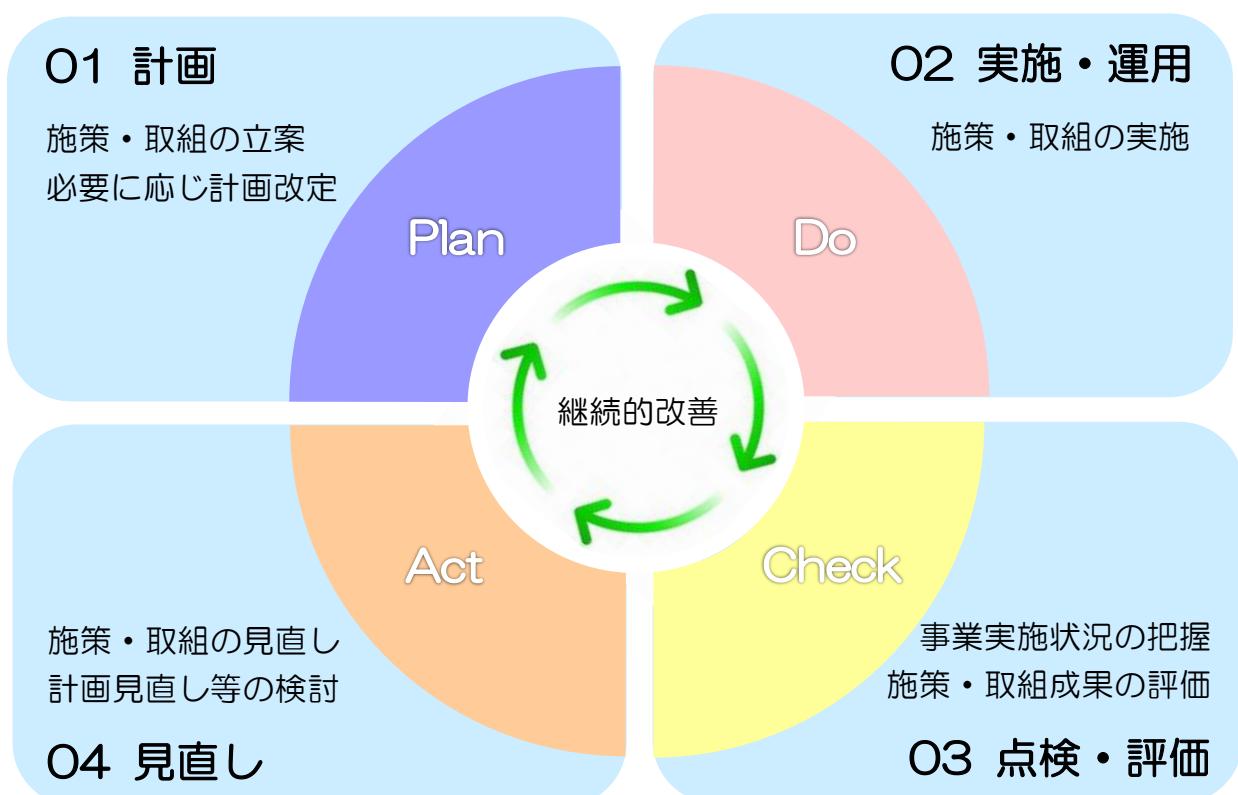
県庁内の関係各課で構成する「奈良県消費生活審議会幹事会議」において、年度ごとに計画の進捗状況や消費者行政に関する情報提供を行い、関係部局等と連携して消費者施策の総合的かつ効果的な推進を図ります。

### 2 進行管理

本計画の推進に当たっては、P D C Aサイクルを取り入れ、毎年度の事業実施状況を把握するとともに、評価指標等を用いて確認・検証のうえ、奈良県消費生活審議会に報告し、委員から意見を聴取した上で、今後の施策に反映に努めます。

### 3 計画の見直し

消費者を取り巻く社会経済環境の変化に対応するため、必要に応じて計画の見直しを行います。



## 計画における指標・目標値

基本方針	指標	現状値	目標値
		令和 7 年度	令和 12 年度
1. 消費者被害の防止と救済	消費生活センター等の消費生活相談窓口の認知度	60.0%	75.0%
	消費者ホットライン「188」の認知度	63.3%	70.0%
2. 消費者の安全・安心の確保	法律・条例に基づいた悪質と思われる事業者の調査件数（年間）	5 件	5 件以上
	食中毒年間発生件数(10 件／年以下) (R6)	7 件 (R6)	10 件以下
3. 自立した消費者の育成・支援「消費者力の向上」	消費者教育を受けたことのある人の割合	26.6%	30.0% 以上
	消費者被害に遭った際にどこかに相談した割合	49.3%	70.0%
4. 連携・協働と政策連携による消費者保護、消費者力向上の推進	県と連携し消費者教育及び啓発活動を行った消費者団体等の団体数	10 団体	15 団体
	消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）設置市町村の県内人口カバー率	30.5%	50.0%

# 參 考 資 料



## 用語解説

語句	意味
エシカル消費 (倫理的消費)	地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動
くらしの安全・安心 サポーター	県内において、消費生活センター等と地域を結ぶパイプ役となり、消費生活情報の提供などのボランティア活動を行う者
社会への扉	消費者庁が作成した高校生（若年者）向け消費者教育教材。12のクイズを通じて自立した消費者像を学ぶ。消費者庁においては、成年年齢引き下げを見据え、2018年度から2020年度の3年間を集中強化期間として全国の高等学校等において活用を促すための取組を行っている。
消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）	高齢者、障害者、認知症等により判断力が不十分となつた方の消費者被害を防止するため、福祉関係者や医療関係者、警察や消費者団体、民間事業者、自治会など、地域で見守る多様な団体と連携・協力して消費生活相談へとつなぐ役割をもつた協議会
消費者教育コーディネーター	消費者問題に精通し、啓発活動等に取り組む者で、市町村・学校・消費者団体・事業者・事業者団体、大学等消費者教育を担う多様な主体が連携・協働して効果的な消費者教育を行えるよう、間に立って調整する役割を担う者のこと。
消費生活相談員	消費者を守るための法律や契約など、消費者問題に関する専門知識を活用し、場合によっては弁護士や専門機関などを紹介しながら、問題解決に導く役割を持つ。
持続可能な開発目標 (SDGs)	2015年9月の国連サミットで採択された2016年から2030年までの国際目標。持続可能な世界を実現するための17のゴール・169のターゲットから構成されており、貧困に終止符を打ち、地球を保護し、すべての人が平和と豊かさを享受できるようにすることを目指している。 具体的には、再エネ・省エネの導入、循環型社会の構築、食品廃棄物・食品ロスの削減、森林・海洋等の環境保全、子どもの事故防止などの取組が挙げられている。

語句	意味
総合的な市町村窓口支援プロデューサー	高度・専門的な相談への対応やあっせんによる解決を実施するため、市町村に対する適切な助言等を行うもの。
特殊詐欺	面識のない不特定の者に対し、電話その他の通信手段を用いて、預貯金口座への振込みその他の方法により、現金等をだまし取る詐欺をいい、振り込め詐欺（オレオレ詐欺、架空請求詐欺、融資保証金詐欺及び還付金等詐欺）及び振り込め詐欺以外の特殊詐欺（金融商品等取引名目の特殊詐欺、ギャンブル必勝情報提供名目の特殊詐欺、異性との交際あっせん名目の特殊詐欺など）を総称したもの。
未成年者取消権	未成年者が法定代理人（親権者等）の同意を得ずに行つた契約について取り消すことができる権利
リスクコミュニケーション	消費者、事業者、研究者、行政などの関係者間で、社会を取り巻くリスクに関して正確な情報を共有し、理解を深めたり、意見を相互に交換したりすること。
リテラシー	ある特定分野に関する知識を理解して、活用する能力 用語例：消費者リテラシー、経済リテラシー、インターネットリテラシー、金融リテラシー
倫理的消費	→エシカル消費

# 奈良県消費生活条例

改正

奈良県条例第17号  
昭和49年12月14日  
平成3年3月22日  
平成11年3月24日  
平成11年12月22日  
平成18年3月28日

## 目次

- 第1章 総則（第一条～第七条）
- 第2章 消費生活審議会（第八条）
- 第3章 啓発活動及び教育の推進等（第九条・第十条）
- 第4章 消費生活の安全（第十一条～第十八条）
- 第5章 消費者の被害の救済（第十九条～第二十一条）
- 第6章 流通の円滑化等（第二十二条～第二十四条）
- 第7章 雜則（第二十五条～第二十八条）
- 附則

## 第一章 総則

### （目的）

第一条 この条例は、県民の消費生活に関し、県及び事業者の果たすべき責務並びに消費者の果たすべき役割を明らかにするとともに、商品及び役務並びにこれらの提供を受ける権利（以下「商品等」という。）に関する消費生活の安全並びに消費生活との関連性の高い物資の供給及び価格の安定を図ることにより、県民の消費生活の安定及び向上に資することを目的とする。

### （基本理念）

第二条 前条の目的を達成するに当たっては、県、市町村、事業者及び消費者の相互の信頼を基調として、次に掲げることが消費者の権利であることを尊重するとともに消費者の自立を支援することを基本とするものとする。

- 一 商品等によって消費者の生命、身体及び財産を侵されないこと。
- 二 商品等について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保されること。

三 消費者に対し消費生活に必要な情報が提供されること。

四 消費者に対し必要な消費者教育の機会が提供されること。

五 消費者の意見が消費生活の安定及び向上に関する施策（以下「消費者施策」という。）に反映されること。

六 消費生活において消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されること。

### （県の責務）

第三条 県は、前条の基本理念にのっとり県民の消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

### （事業者の責務）

第四条 事業者は、第二条の基本理念にかんがみ、その供給する商品等について、次に掲げる責務を有する。

- 一 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。
- 二 商品等に関する規格、表示等の適正化に努めること。
- 三 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。
- 四 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験、判断力及び財産の状況等に配慮すること。
- 五 消費者との間に生じた苦情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、当該苦情を適切に処理すること。
- 六 商品等について供給及び価格の安定に努めること。
- 七 県及び市町村が実施する消費者施策に協力すること。

### （事業者団体の責務）

第五条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し

遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

2 事業者団体は、県及び市町村が実施する消費者施策に協力するものとする。

(消費者の役割)

第六条 消費者は、自ら進んで消費生活に関する必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集するとともに、自主的かつ合理的に行動するよう努めることによって、消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすものとする。

(消費者団体の役割)

第七条 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。

## 第二章 消費生活審議会

(消費生活審議会)

第八条 この条例の規定によりその権限に属させられた事項を処理させ、及び県民の消費生活の安定及び向上に関する施策の基本的事項その他施策の実施に関し重要な事項を調査審議させるため、奈良県消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

- 2 審議会は、委員15人以内で組織し、委員は、学識経験のある者、消費者を代表する者、事業者を代表する者及び関係行政機関の職員のうちから、知事が委嘱する。
- 3 審議会は、必要があるときは、部会を置くことができる。
- 4 審議会は、規則で定めるところにより、部会の決議をもって審議会の決議とすることができます。
- 5 審議会に、専門の事項を調査審議させるため、知事が委嘱する専門委員を置くことができる。
- 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。

## 第三章 啓発活動及び教育の推進

(啓発活動及び教育の推進)

第九条 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及び情報の提供等消費者に対する啓発活動の推進及び教育の充実に努めるとともに、消費者の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。

(意見の反映)

第十条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上に関する施策の推進に当たっては、消費者等の意見を反映させるものとする。

## 第四章 消費生活の安全

(危害の防止)

第十一条 事業者は、消費者の生命、身体及び財産に対して危害を及ぼし、又は及ぼすおそれのある商品等を供給してはならない。

- 2 知事は、事業者の供給する商品等が消費者の生命、身体及び財産に対して危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると認めるときは、危害の発生を防止するため必要に応じて速やかに当該商品等に係る情報を消費者に提供するとともに、当該事業者に対し、危害の防止のため必要な措置を講ずるよう勧告することができる。

(合理的な根拠を示す資料の提出)

第十二条 知事は、事業者が供給する商品等が、生命、身体及び財産に対して危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあるか否か判断するため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、当該商品が危害を及ぼさず、

又は及ぼすおそれの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、前条第2項の適用については、当該商品が生命、身体及び財産に対して危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあるものとみなす。

(規格、表示等の適正化)

第十三条 事業者は、その供給する商品等について品質その他の内容の改善及び消費者の合理的な選択の確保を図るため、その規格、広告その他の表示等の適正化に努めなければならない。

- 2 知事は、事業者の供給する商品等の規格、表示等が適正でないと認めるとときは、必要に応じて速やかに当該商品等に係る情報を消費者に提供するとともに、当該事業者に対し、その適正化を図るため必要な措置を講ずるよう勧告することができる。

(不当な取引行為の禁止)

第十四条 事業者は、その供給する商品等の取引に関し、消費者の知識、経験又は判断力の不足に乗じて消費者を取引に誘引し、又は消費者に取引を強制する行為その他の消費者の利益を害するおそれがある行為として知事が指定するもの(以下「不当な取引行為」という。)を行ってはならない。

- 2 知事は、事業者が不当な取引行為に該当する行為を行っていると認めるとときは、当該事業者に対し、当該行為を是正するために必要な措置を講ずるよう勧告することができる。

3 知事は、不当な取引行為による被害の発生及び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、当該不当な取引方法の内容その他の情報を消費者に提供するものとする。この場合にあって、重大な被害の発生及び拡大を防止するため緊急の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を行った事業者の氏名又は名称及びその他の必要な情報を消費者に提供することができる。

4 知事は、第1項の規定による指定をしようとするときは、審議会の意見を聴かなければならない。これを変更し、又は解除しようとするときも、同様とする。ただし、消費者の不利益の発生又は拡大を防止するため緊急やむを得ないときは、この限りではない。

5 知事は、第1項の規定による指定をしたときは、これを告示しなければならない。これを変更し、又は解除したときも、同様とする。

(合理的な根拠を示す資料の提出)

第十五条 知事は、前条第1項の規定により指定した不当な取引行為のうち消費者に不実のことを告げる行為をしたか否かを判断するため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、当該告げた事項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、前条第2項及び第3項の適用については、当該事業者が当該事項について不実を告げたものとみなす。

(立入検査等)

第十六条 知事は、第十二条第2項、第十三条第2項及び第十四条第2項の規定による勧告を行うため必要があると認めるときは、事業者に対しその業務に關し報告を求め、又はその職員に、事業者の事務所その他の事業所に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を検査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

- 2 前項の規定により職員が立ち入るときは、その権限を有する者であることを証する書面を携帯し、関係者に提示しなければならない。

(報告の要求)

第十七条 知事は、第十二条第2項、第十三条第2項及び第十四条第2項の規定による勧告をした場合において必要があると認めるときは、当該事業者に対し、当該勧告に基づいて講じた措置及びその結果について報告を求めることができる。

(試験、検査等の実施)

第十八条 知事は、事業者の供給する商品について、必要に応じ、試験、検査等を行うとともにその結果を公表するものとする。

## 第五章 消費者の被害の救済

### (苦情の処理)

- 第十九条 知事は、消費者からの商品等又はその取引に関する苦情の処理の申出があったときは、苦情を解決するために適切かつ迅速に苦情の処理のあつせん等に努めなければならない。
- 2 知事は、前項の申出があった場合において必要があると認めるときは、当該申出に係る事業者に対し、必要な資料の提出及び説明を求めることができる。
- 3 知事は、第1項の申出があった場合において、県民の消費生活の安定及び向上に資するため必要があると認めるときは、当該申出に係る商品等又はその取引に関する情報を消費者に提供することができる。

### (審議会のあつせん等)

- 第二十条 知事は、前条第1項の申出に係る苦情のうち解決が著しく困難であると認めるものについて、審議会によるあつせん又は調停に付することができる。
- 2 審議会は、あつせん又は調停のため必要があると認めるときは、当事者その他の関係者に必要な資料の提出及び報告を求め、又は出席を求め、その意見を聞くことができる。

### (訴訟費用の貸付け)

- 第二十一条 県は、消費者が商品等又はその取引によって受けた被害に関して事業者を相手に訴訟を提起する場合において、当該訴訟が規則で定める要件に該当するときは、当該消費者に対し、当該訴訟に要する費用に充てる資金の貸付けを行うものとする。
- 2 前項の訴訟に要する費用に充てる資金の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したときは、当該資金を返還しなければならない。ただし、知事は、規則で定める要件に該当するときは、当該資金の返還債務の全部又は一部を免除することができる。

## 第六章 流通の円滑化等

### (流通の円滑化)

- 第二十二条 知事は、県民の消費生活との関連性の高い物資(以下「生活関連物資」という。)の供給及び価格の安定を図るために流通の円滑化に努めるものとする。

### (情報収集等)

- 第二十三条 知事は、生活関連物資について、その価格の動向、需給の状況等の情報を収集し、必要に応じてその結果を公表するものとする。

### (緊急時の措置)

- 第二十四条 知事は、事業者が供給する生活関連物資で著しく不足し、若しくは不足するおそれがあるもの又はその価格が著しく上昇し若しくは上昇するおそれがあるものについて、供給及び価格の安定を緊急に図る必要があると認めるときは、当該事業者に対し、必要な措置を講ずるよう勧告することができる。
- 2 第十六条及び第十八条の規定は、前項の勧告について準用する。

## 第七章 雜則

### (公表)

- 第二十五条 知事は、事業者が次の各号のいずれかに該当するときは、その旨を公表することができる。
- 一 第十一条第2項、第十三条第2項、第十四条第2項又は前条第1項の規定による勧告に従わなかったとき。
- 二 第十六条第1項(前条第2項において準用する場合を含む。以下同じ。)の規定による報告を拒み、若しくは虚偽の報告をし、第十六条第1項の規定による検査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、又は同項の規定による質問に対し答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。

- 三 第二十条第2項の規定による出席及び必要な資料の提出、報告の求めに正当な理由がないのに応じなかつたとき。
- 2 知事は、前項の規定により公表を行うときは、あらかじめ、当該事業者に意見を述べる機会を与えるべきではない。第十四条第3項の規定により消費者に事業者の氏名等の情報を提供する場合も同様とする。

(知事に対する申出)

第二十六条 県民はこの条例の定めに違反する事業活動が行われ、かつ、条例に定める措置がとられていないと認めるときは、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ったときは、その調査を行い、必要があると認めるときは、この条例に基づく措置その他適切な措置をとるものとする。

(他の地方公共団体の長等との協力)

第二十七条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上に関する施策の実施について、他の地方公共団体若しくは国の関係行政機関の長の協力が必要であると認めるときは、情報の提供若しくは調査の依頼その他協力を求め、又はこれらの者から協力を求められたとき、その求めに応ずるよう努めるものとする。

(その他)

第二十八条 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

この条例は、公布の日から施行する。

附 則(平成3年条例第17号)

(施行期日)

- 1 この条例は、平成3年4月1日から施行する。  
(経過措置)  
2 改正前の第六条の規定による奈良県消費者保護会議は、改正後の第七条の規定による奈良県消費生活審議会となるものとする。

附 則(平成11年条例第19号)

この条例中第一条の規定は平成11年12月1日から、第二条の規定は同年6月1日から施行する。

附 則(平成11年条例第12号)抄

(施行期日)

第一条 この条例は、平成12年4月1日から施行する。

附 則(平成18年条例第44号)

(施行期日)

- 1 この条例は、平成18年4月1日から施行する。ただし、第十条を第十一条とし、同条の次に1条を加える改正規定、第十二条第2項の次に1項を加える改正規定及び第十二条を第十四条とし、同条の次に1条を加える改正規定については、同年7月1日から施行する。  
(経過措置)  
2 この条例による改正後の奈良県消費生活条例第十二条、第十四条第3項及び第十五条の規定は、この条例の施行前にした行為については、適用しない。