

# 第5期 鹿児島県消費者基本計画

鹿児島県消費者教育推進計画  
鹿児島県食品ロス削減推進計画  
(令和8年度～令和12年度)

## 【概要版】



### 目次

- 計画策定の趣旨，計画の位置づけ，計画の期間…………… P 1
- 県民の消費生活をめぐる現状と課題…………… P 2
- 消費者施策の推進により目指すべき姿，消費者施策の体系…………… P 3
- 主な取組…………… P 4
- 第5期計画の数値目標…………… P 6
- 消費者トラブル等で困ったときの相談先…………… P 7

令和8年3月



## 計画策定の趣旨

### 県のこれまでの取組

県では、令和3年3月に消費者行政の総合計画となる第4期「鹿児島県消費者基本計画」（計画期間：令和3年度から令和7年度まで）を策定し、消費者教育の推進や消費生活相談体制の充実・強化など、県民の消費生活の安定及び向上のための施策を計画的に進めてきました。

### 消費者を取り巻く環境の変化

高齢化やデジタル化の進展等により社会状況が大きく変化する中、インターネットを利用したメディアの多様化や事業者による商品・サービスの広告や提供の方法など、消費者を取り巻く環境はこの5年間で急速に変化しており、それにより消費者に多くの利益がもたらされる一方で、新たな課題も顕在化し、消費者トラブルは複雑化・多様化しています。

### 国の動き

国では、デジタル技術の飛躍や社会構造の変化等に伴う消費者の取引環境の急激な変化を踏まえ、消費者基本法に定める基本理念を尊重しつつ、消費者政策の価値規範に関する考え方の転換（パラダイムシフト）を図るとともに、施策への反映を通じて具現化を目指すため、令和7年3月に、同法に基づく消費者基本計画（計画期間：令和7年度から令和11年度まで）が策定されたところです。

### 第5期「鹿児島県消費者基本計画」の策定

県では、第4期計画の成果と課題や国の計画、消費者を取り巻く環境の変化などを踏まえ、消費者行政を総合的かつ計画的に推進するために、第5期「鹿児島県消費者基本計画」を策定することにしました。

## 計画の位置づけ

本計画は、鹿児島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例等に基づき、消費者の権利の尊重及びその自立の支援等に関する施策を総合的に推進することを目的としています。また、消費者教育の推進に関する法律に基づく「消費者教育推進計画」及び食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく「食品ロス削減推進計画」としても位置づけます。

## 計画の期間

令和8年度から令和12年度までの5年間

# 県民の消費生活をめぐる現状と課題

## 現 状

- 高齢化の進展や高齢単独世帯が増加する中、地域コミュニティの衰退等により、地域のつながりが希薄となった消費者がトラブルに巻き込まれた場合には、相談ができずに消費者トラブルの更なる増加や深刻化を招くことが懸念されます。  
また、デジタル技術の飛躍や社会構造の変化等に伴う消費者の取引環境の急激な変化を踏まえ、考え方の転換（パラダイムシフト）を図り、全ての消費者が有する多様な「消費者の脆弱性」に着目し、きめ細やかな対応や消費者市民社会の一員としての行動を促進していくことが求められています。
- デジタル化の進展は、消費者の利便性や生活の質の向上に大きく寄与する一方、取引環境の複雑化・多様化により、消費者の年齢や教育水準等に関わりなく、消費者トラブルに遭う可能性が高くなることが懸念されます。
- SDGs（持続可能な開発目標）は、誰一人取り残さない持続可能でより良い社会の実現を目指す世界共通の17の目標です。「持続可能な開発目標（SDGs）実施指針」において、生産と消費は密接不可分であり、共に推進される必要があるとされていることから、消費者と事業者が連携した取組が重要となります。
- 災害や感染症発生時などの緊急時には、被災者の心理につけ込んだ悪質商法が発生する傾向にあり、不確かな情報に影響を受けての買いだめといった消費行動も見られます。
- 県における消費生活相談の内容は、通信販売に関するものが最も多く、特に化粧品等の定期購入に関する相談が増加しているほか、副業や投資サポートに関する相談も高水準で推移しています。  
また、幅広い年齢層でスマートフォンやSNSが利用されており、SNS広告をきっかけとした思わぬ消費者トラブルに巻き込まれる機会が増えています。
- 消費者が信頼できる公正な取引環境の確保のため、悪質な事業者に対しては厳正な法執行を行うことが必要です。



## 課 題

- **全ての消費者におけるライフステージに応じた体系的・継続的な消費者教育等の推進**  
年齢や配慮を要する程度等に関わりなく、全ての消費者が安心・安全な消費行動を取ることができるよう支援を行う必要があります。
- **消費者トラブルの未然防止とその救済**  
デジタル社会においては、全ての消費者が消費者トラブルのリスクにさらされていることを念頭に、消費者トラブルの予防・解決を図る必要があります。
- **持続可能な社会の実現に向けた消費者と事業者との連携**  
持続可能な社会の実現に向け、食品ロス削減、エシカル消費※1及び消費者志向経営※2に関する認知度と理解の向上や、消費者、事業者などサプライチェーン全体における取組を促進する必要があります。  
※1 エシカル消費：P5 参照    ※2 消費者志向経営：P5 参照
- **緊急時における消費活動に関する消費者教育・情報提供**  
災害などの緊急時において、不確かな情報に影響を受けた物資の買いだめといった消費行動や災害に便乗した悪質商法に関して注意喚起を行うため、迅速で正確な情報提供が必要となります。
- **消費生活相談体制の充実**  
複雑化・多様化及び高度化する消費者問題に対応するためには、県や市町村の消費生活相談体制を充実させる必要があります。また、相談窓口やその役割の周知を図る必要があります。
- **消費者が信頼できる公正な取引環境の確保**  
消費者トラブル防止のため、消費者安全法をはじめとする各種関係法令等に基づき、消費者に対する注意喚起や関係機関等への情報提供を行うとともに、法令に違反する事業者に対しては厳正に処分を行っていく必要があります。

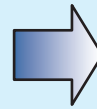
# 消費者施策の推進により目指すべき姿

- 1 全ての消費者がライフステージに応じた体系的・継続的な消費者教育を受けることができる社会
- 2 配慮を要する消費者の安心・安全な消費生活が確保される社会
- 3 消費者が安全な商品・サービスを自主的かつ合理的に選択して消費できる社会
- 4 消費者トラブルの未然防止とその救済が図られ、安心・安全な消費生活が確保される社会
- 5 持続可能な社会の実現に向け、消費者と事業者が連携して取り組む社会
- 6 どこに住んでいても質の高い相談が受けられ、安心・安全が確保される社会

## 消費者施策の体系

### 基本理念 (鹿児島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例)

- 消費者の権利の尊重
  - 1 安全が確保されること
  - 2 自主的・合理的な選択の機会が確保されること
  - 3 必要な情報及び教育の機会が提供されること
  - 4 意見が消費者施策に反映されること
  - 5 消費者被害が適切かつ迅速に救済されること
- 消費者の自立の支援  
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できること
- 消費生活における環境への配慮



安心・安全で  
豊かに暮らす  
ことができる  
持続可能な  
社会の実現

目的

県民の消費生活の安定及び向上

### 消費者施策の展開方向

1 全ての消費者におけるライフステージに応じた体系的・継続的な消費者教育等の推進

2 配慮を要する消費者に係る消費者トラブルの未然防止とその救済

3 消費者の安全及び自主的かつ合理的な選択の機会の確保

4 消費者トラブルの未然防止とその救済

5 持続可能な社会の実現に向けた消費者と事業者との連携

6 どこに住んでいても質の高い相談を受けられる体制の充実

### 取組の内容

- (1) 消費者教育の推進
- (2) 若年者への消費者教育の強化
- (3) 消費生活に関する情報提供の充実
- (4) 取引環境のデジタル化・グローバル化や決済サービスの多様化への対応

- (1) 地域における見守り活動の充実
- (2) 配慮を要する消費者への啓発

- (1) 商品・サービスの安全性の確保
- (2) 食品・医薬品等の安全性の確保
- (3) 規格・表示等の適正化
- (4) 生活関連商品の安定的な供給・情報提供
- (5) 緊急時における速やかな情報提供

- (1) 消費者トラブルの未然防止等
- (2) 消費者取引の適正化
- (3) 紛争の適切な解決の促進

- (1) 食品ロス削減の推進
- (2) 環境に配慮した消費行動等の促進
- (3) 持続可能な社会の形成に資する取組の推進

- (1) 消費生活相談窓口の認知度向上
- (2) 消費生活相談員等の知識・技能の向上
- (3) 市町村消費生活相談体制の充実への支援
- (4) 県消費生活センター等の機能強化
- (5) 相談体制の充実・強化

# 主な取組

## 1 全ての消費者におけるライフステージに応じた体系的・継続的な消費者教育等の推進

全ての消費者がライフステージに応じた体系的かつ継続的な消費者教育を受けることができるよう、学校や地域、職域など様々な場での消費者教育の推進や若年者への消費者教育の強化、最新の消費者トラブルなどの情報提供、取引環境のデジタル化・グローバル化や決済サービスへの多様化に対応した消費者教育に取り組みます。

### <主な取組>

- ライフステージに応じた消費生活講座等の実施
- 緊急時における消費活動に関する消費者教育・情報提供
- デジタル化に対応した消費者教育の推進
  - 消費者教育ポータルサイトを用いた教材、講師派遣等に関する情報提供
- 取引環境のデジタル化・グローバル化や決済サービスの多様化に対応した消費者教育

### 消費者教育ポータルサイトとは？

学校や地域等において消費者教育を実践するために役立つ教材、取組事例、講師派遣等を行う団体、啓発チラシ・啓発動画の情報を収集し、提供する消費者庁のウェブサイトのことです。

## 2 配慮を要する消費者に係る消費者トラブルの未然防止とその救済

配慮を要する消費者への見守り活動を行う消費者安全確保地域協議会の設置促進・活性化や啓発に取り組むことにより、消費者トラブルを未然に防止し、トラブルに遭った場合の早期救済を図ります。

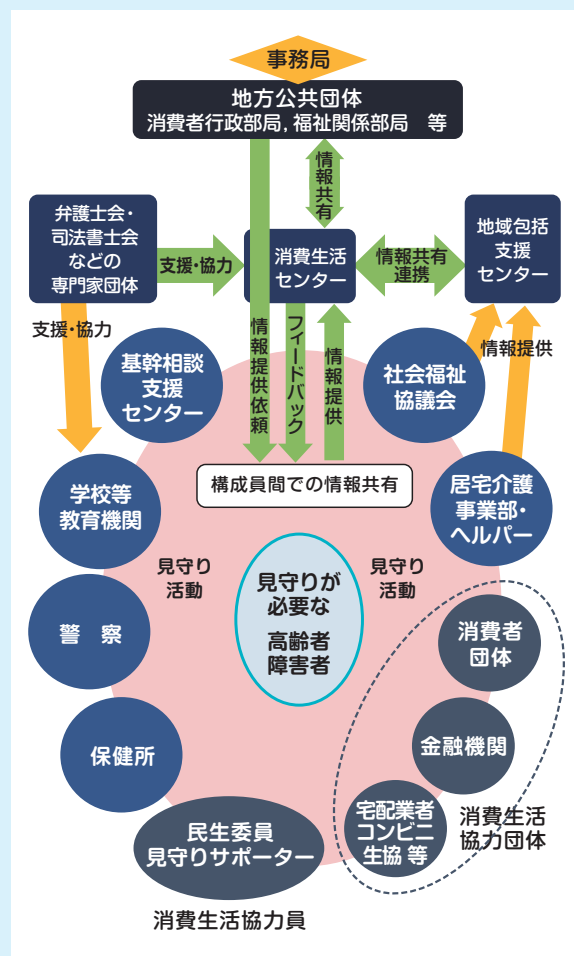
### <主な取組>

- 地域における見守り活動の充実
  - 消費者安全確保地域協議会の設置促進・活性化に向けた情報提供・研修
- 配慮を要する消費者への啓発
  - うそ電話詐欺、SNS型投資・ロマンス詐欺等の消費者被害防止に向けた広報啓発

### 消費者安全確保地域協議会とは？

多様な見守りの担い手が日々の見守りの中で発見した消費者被害の端緒情報を、確実に消費生活センターへの相談へとつないでもらうための見守りネットワークです。

### <消費者安全確保地域協議会のモデル例>



※参照：高齢者・障がい者の見守りガイドブック(消費者庁)

## 3 消費者の安全及び自主的かつ合理的な選択の機会の確保

信頼できる公正な環境の下、消費者が安全な商品・サービスを自主的かつ合理的に選択して消費できるよう、商品・サービスの安全性の確保や、規格・表示の適正化等に取り組めます。

### <主な取組>

- 重大事故等の未然防止等に係る情報発信
- 事業者等に対する検査・指導
- 緊急時における速やかな情報提供
  - 不確かな情報の拡散や不確かな情報に影響を受けて物資の買いためを行うといった消費行動、災害等に便乗した悪質商法に関する注意喚起

## 4 消費者トラブルの未然防止とその救済

消費者トラブルの未然防止とその救済を図るため、各種広報媒体を活用した情報提供・広報啓発活動や消費者取引の適正化、法令に違反する事業者への厳正な対処等に取り組みます。

<主な取組>

- 情報紙、ホームページ、SNS等を活用した消費者トラブルに関する情報提供
- 消費者取引の適正化
  - 関係法令に基づく事業者への指導等
- 紛争の適切な解決の促進
  - 民間事業者によるADR(裁判外紛争解決手続)の活用促進

### ADRとは？

ADR (Alternative Dispute Resolution : 裁判外紛争解決手続)とは、裁判によらず公正中立な第三者が当事者間に入り、話し合いを通じて解決を図る手続のことです。

## 5 持続可能な社会の実現に向けた消費者と事業者との連携

消費者は消費者市民社会の一員として、食品ロスの削減やエシカル消費の実践など持続可能な社会の形成に積極的に参画するとともに、事業者は環境や社会、地域等に配慮した生産を通じて、消費者からの信頼を獲得できる社会に向けて取り組むことを促進します。

<主な取組>

- 食品ロス削減の推進
- 持続可能な社会の形成に資する取組の推進
  - エシカル消費の普及啓発
  - 消費者志向経営への取組の推進



### 消費者志向経営とは？

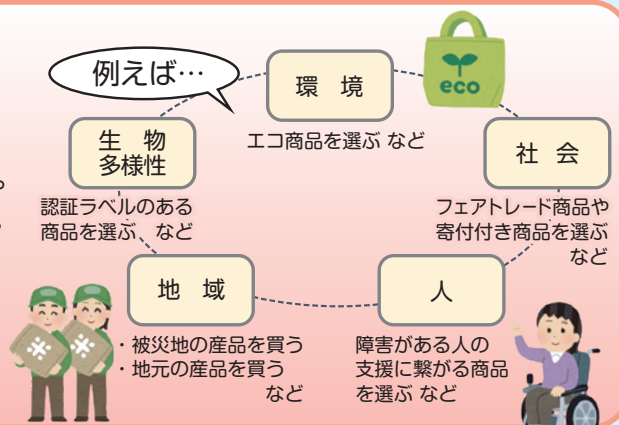
消費者と共創・協働して社会価値を向上させる経営のことです。

消費者志向経営推進組織(事務局:消費者庁)では、各企業において消費者志向経営に誠実に取り組むことについて自主宣言を行うとともに、そのフォローアップを行う活動を呼びかけ、企業の取組の普及を図っています。

### エシカル消費とは？

エシカル (ethical=倫理的な・道徳的な)消費とは、地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動です。

私たち一人一人が、社会的課題に気づき、日々の買物を通して、その課題の解決のために、自分で何ができるのか考えてみるのがエシカル消費の第一歩です。



## 6 どこに住んでいても質の高い相談を受けられる体制の充実

消費生活相談窓口やその役割の周知を図るとともに、市町村消費生活相談体制の充実に向けた支援や、県消費生活センター等の機能強化に取り組みます。

<主な取組>

- 消費生活相談窓口の認知度向上
  - 消費者ホットライン188(いやや)の広報
  - 訪日外国人及び在留外国人が利用できる消費生活相談窓口の周知・啓発
  - 海外事業者との取引(越境取引)に係る相談窓口の周知・啓発
- 消費生活相談員等の知識・技能の向上
- 市町村消費生活相談体制の充実への支援
  - 市町村における円滑な相談への支援や相談員等の実務研修などの実施



## 第5期計画の数値目標

番号	項目	現状 (R7年度)	目標 (R12年度)	第4章 関連項目					
				1 全ての消費者におけるライフステージに応じた体系的・継続的な消費者教育等の推進	2 配慮を要する消費者に係る消費者トラブルの未然防止とその救済	3 消費者の安全及び自主的かつ合理的な選択の機会の確保	4 消費者トラブルの未然防止とその救済	5 持続可能な社会の実現に向けた消費者と事業者との連携	6 どこに住んでいても質の高い相談を受けられる体制の充実
1	過去1年間に消費者トラブルを経験した人の割合	※2 15.5%	減少	○	○	○	○		○
2	消費者教育ポータルサイト等の教材を活用した実践的な消費者教育を実施した高等学校等の割合	※3 ※4 96.3%	100%	○			○		
3	※1 消費生活相談窓口の認知度	※2 20.3%	50%	○	○		○		○
4	消費者トラブルの際、誰かに相談した人の割合	※2 65.1%	75%	○	○		○		○
5	県及び市町村が実施する消費者教育(消費生活)講座の受講者数	※4 19,807人	21,000人	○	○		○		
6	消費者教育への参加の経験がある県民の割合	※2 48.1%	60%	○	○		○		
7	消費者安全確保地域協議会を設置している市町村数	11市町村	22市町村		○		○		
8	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合	※2 71.7%	80%	○				○	
9	県民の50%以上が実施するエシカル消費につながる行動の割合	※2 14.3%	25%	○				○	
10	消費生活相談員の研修参加率	※4 100%	100%						○
11	市町村担当職員の研修参加率	※4 97.6%	100%						○

※1 消費者ホットライン188、市町村消費生活相談窓口、県消費生活センター、大島消費生活相談所のいずれかについて、名称だけでなく内容まで知っている者の割合

※2 令和6年度に実施した「消費者教育等に関する意識調査」の調査結果

※3 消費者教育教材「社会への扉」等を活用した高等学校等の割合

※4 令和6年度の数値

