

3 事業者への指導等の状況

(現状)

消費者と事業者との間の適正な取引の確保に関する法律には、民事ルール、被害救済ルール中心の法律や消費者保護のための行為規制中心の法律のほか、参入を規制（免許制、登録制等）するいわゆる業法や規格・計量に関する法律などがあります。

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は急激に変化しており、悪質な事案や規律が確立されていない新技術の分野や新たなビジネスモデルなど、これまでの後追い・規制一律型の対応では十分といえない状況もあるため、国において、必要な規制や対策の在り方が検討されているところです。

消費者が信頼できる公正な取引環境の確保のために、悪質事業者に対しては厳正な法執行を行うことが必要です。また、意図せずに消費者被害を起こしても、その後の被害発生・拡大防止や解消・救済に取り組む事業者もあり、このような事業者に対しては、不適切な状況の是正を促していくことが必要です。

特定商取引法については、令和3年の改正で、通信販売の「詐欺的な定期購入商法」への対策として、定期購入契約ではないと消費者を誤認させるような表示等を禁止するなどの規制が設けられ、消費者が誤認して申込をした契約の取消権が創設されるなど、消費者利益擁護のための規定が整備されました。

景品表示法については、令和5年の改正で、事業者の自主的な取組を促進し、違反行為に対する抑止力を強化するための規定などが整備されました。

紅麹関連製品に係る事案を受け、令和6年8月に食品表示基準及び食品衛生法施行規則が改正され、機能性表示食品の届出事業者等に対して、健康被害と疑われる情報の収集・提供が義務付けられました。

医薬品成分を含有した強壮用、痩身用等健康食品による健康被害が報告された事例も出ていることから、このような無承認無許可医薬品に該当するいわゆる「健康食品」¹の発見と排除に努めています。

(課題)

【消費者の安全の確保】

消費者事故の未然防止のため、危険性のある製品・サービス等について、情報収集や消費者への注意喚起、販売の規制、製造過程を含めた事業者による安全の確保に取り組んでいく必要があります。

【消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保（公正な取引環境の確保、悪質商法への対処、表示に関する制度の適切な運用等）】

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実施していく必要があります。

また、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。

■ 特定商取引法による行政指導・行政処分の実施状況（P60(2)①参照）

年 度	R 3	R 4	R 5	R 6
行政処分	1 件	0 件	0 件	0 件
行政指導	0 件	0 件	0 件	0 件

■ 割賦販売法に基づく指導の状況（P60(2)⑤参照）

年 度		R 3	R 4	R 5	R 6
冠婚葬祭 互助会	業者数	4 業者	4 業者	4 業者	4 業者
	立入検査実施数	1 業者	1 業者	0 業者	1 業者
友の会	業者数	5 業者	5 業者	5 業者	5 業者
	立入検査実施数	0 業者	1 業者	1 業者	0 業者

■ 貸金業法に基づく指導の状況（P60(2)②参照）

年 度	R 3	R 4	R 5	R 6
県登録業者数	7 業者	7 業者	6 業者	6 業者
立入検査業者数	1 業者	3 業者	3 業者	2 業者
指摘事項	0 件	2 件	0 件	1 件
行政処分	0 件	0 件	0 件	0 件

■景品表示法による行政指導・行政処分の実施状況（P57(3)②参照）

年 度		R 3	R 4	R 5	R 6
受理件数	景品	0 件	1 件	0 件	0 件
	表示	7 件	32 件	7 件	8 件
行政指導	景品	0 件	0 件	0 件	0 件
	表示	3 件	5 件	1 件	1 件
行政処分	景品	0 件	0 件	0 件	0 件
	表示	0 件	0 件	0 件	0 件

■食品表示 110 番窓口受付状況（P56(3)①参照）

年 度	R 3	R 4	R 5	R 6
受付件数	743件	679件	624件	480件

■製品表示三法の立入検査の状況（P52(1)③参照）

【消費生活用製品安全法】

年 度	R 3	R 4	R 5	R 6
検査対象品目数	—	6 品目	4 品目	4 品目
検査個数	—	81 個	74 個	176 個
検査店舗数	—	2 店舗	2 店舗	2 店舗
違反品目数	—	0 品目	0 品目	0 品目

※R3 は新型コロナウイルス感染症拡大防止のため未実施

【電気用品安全法】

年 度	R 3	R 4	R 5	R 6
検査対象品目数	—	5 品目	4 品目	2 品目
検査個数	—	46 個	51 個	54 個
検査店舗数	—	2 店舗	2 店舗	2 店舗
違反品目数	—	0 品目	0 品目	0 品目

※R3 は新型コロナウイルス感染症拡大防止のため未実施

【家庭用品品質表示法】

年 度	R 3	R 4	R 5	R 6
検査対象品目数	—	7 品目	2 品目	6 品目
検査個数	—	748個	1,900個	1,497個
検査店舗数	—	2 店舗	2 店舗	2 店舗
違反品目数	—	0 品目	0 品目	0 品目

※R3 は新型コロナ感染症拡大防止のため未実施

■医薬品医療機器等法の立入検査の状況（P56(2)③参照）

年 度	R 3	R 4	R 5	R 6
立入検査数	2,579件	2,723件	3,041件	2,519件
違反施設数	142件	146件	149件	145件

■有害物質を含有する家庭用品の試験・検査（P52(1)④参照）

年 度	R 3	R 4	R 5	R 6
検査項目数	33件	33件	25件	25件
違反件数	0 件	0 件	0 件	0 件

■液化石油ガス販売事業者等への点検指導（P53(1)⑤参照）

年 度	R 3	R 4	R 5	R 6
保安点検指導	90件	100件	73件	70件
改善指示	50件	42件	39件	42件

■食の安心・安全推進条例に基づく食品等の自主回収（P54(2)① a 参照）

年 度	R 3	R 4	R 5	R 6
自主回収	3 件	1 件	0 件	0 件

■農薬販売店等への立入検査（P55(2)② a 参照）

年 度	R 3	R 4	R 5	R 6
立入検査数	36件	77件	49件	33件

■飼料安全法に基づく巡回指導等（P55(2)② b 参照）

年 度	R 3	R 4	R 5	R 6
畜産農家数	194戸	190戸	190戸	210戸

■食品衛生監視指導計画に基づく食品関連施設の監視指導等
（P56(2)② d 参照）

年 度	R 3	R 4	R 5	R 6
監視指導	13,963件	10,269件	10,161件	10,257件
行政処分等	6件	4件	10件	16件
食品の検査数	2,805件	2,488件	7,495件	4,363件

■商品量目立入検査並びに水道事業者、ガス事業者及びガソリンスタンドへの立入検査（P57(3)③参照）

年 度	R 3	R 4	R 5	R 6
商品量目	6,542個	7,261個	7,658個	7,269個
水道メーター	155個	138個	131個	193個
ガスメーター	64個	321個	552個	290個
燃料油メーター	214個	275個	295個	291個

1 いわゆる「健康食品」とは、法律上の定義は無く、医薬品以外で経口的に摂取される、健康の維持・増進に特別に役立つことをうたって販売されたり、そのような効果を期待して摂られている食品全般を指しているもののこと。

4 消費者教育の状況

(現状)

近年、高齢化の進行や成年年齢引下げ、デジタル化の進展や自然災害等の緊急時対応など、消費者を取り巻く現状や社会情勢は大きく変化しており、消費者が多様化し、一時的に脆弱になる可能性や消費者自身が「加害者」となってしまう例もみられる中、消費者教育の重要性は高まっています。

これらの状況を踏まえ、令和5年3月には「消費者教育の推進に関する法律」に基づく「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が変更されました。方針では、多様な消費者の特性を踏まえたきめ細やかな対応やデジタル化への対応、消費者市民社会¹の一員としての行動を促進することなどが基本的視点とされています。

また、国の第5期消費者基本計画（令和7年3月閣議決定）では、消費者被害を未然防止できる自立した消費者の育成に向けては、「消費者力（消費生活に関する知識を適切な行動に結びつけることができる実践的な力）」の育成・強化が不可欠であり、そのためには、幼児期から高齢期まで、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の推進が必要とされています。

本県では、学校をはじめ、県消費生活センターや大島消費生活相談所、市町村の消費生活相談窓口及び担当部局等において、消費者教育の取組が行われています。

◇ 「令和6年度消費者教育等に関する意識調査」結果より

- 消費者教育を受けた経験があると答えた人の割合は48.1%で、令和元年度調査より8.4ポイント減少しています。年代別にみると、18歳～29歳では「ある」と答えた人の割合が82.8%であるのに対し、50歳以上では42.2%にとどまっています。
- 消費者教育の受講機会は「小中学校、高等学校の授業（家庭科、社会科、公民科等）」及び「小中学校、高等学校の課外授業・特別授業・見学など」が合わせて34.6%と最も多く、次に「自治体や地域等が主催する講演会・講座など」が13.0%となっています。年代別でみると18～30歳代では、「小中学校、高等学校の授業（家庭科、社会科、公民科等）」が5割以上と他の年代に比較して高くなっており、65歳以上では「自治体や地域等が主催する講演会・講座など」が多くなっています。

(課題)

消費者教育を受ける機会が年代によって大きく異なっていることから、県民がどこに住んでいても、生涯を通じて様々な場で消費者教育を受けることができるよう、学校、地域、職域等のライフステージに応じた様々な教育の場を活用し、「消費者教育の体系イメージマップ²」（P28参照）なども参考に幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的かつ継続的に消費者教育を行うことが求められています。

消費者教育を効果的に進めるためには、消費者の多様な特性（年齢、性別、障がいの有無、国籍、消費生活に関する知識の量、デジタル機器の利用状況

など) に応じたアプローチの方法や内容の工夫が必要です。

また、今後も進むデジタル化に対応した消費者教育について継続的に検討していく必要があります。

-
- 1 消費者市民社会とは、消費者の社会的役割や消費者教育推進の在り方を考える際の共通概念であり、「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」（消費者教育の推進に関する法律第2条第2項）のこと。
 - 2 消費者教育の体系イメージマップとは、消費者庁において開催された消費者教育の推進のための体系的プログラム研究会が平成25年に公表したもので、「消費者市民社会の構築」、「商品等の安全」など消費者教育の4つの対象領域と年代ごとに消費者教育の内容を整理したもののこと。

■県消費生活センター・大島消費生活相談所による消費生活講座の実施状況

消費生活グループ，自治会，高齢者クラブ，学校，職場などで実施する消費生活に関する研修会に消費生活相談員等を派遣

(単位：回，人数)

	R3		R4		R5		R6	
	回数	人数	回数	人数	回数	人数	回数	人数
消費生活センター	7	415	14	568	15	1,241	18	1,174
大島消費生活相談所	9	678	8	649	19	1,023	24	1,260
計	16	1,093	22	1,217	34	2,264	42	2,434

■市町村による消費者教育・啓発の取組状況

広報誌，有線放送の活用や消費生活講座の開催等により消費者教育・啓発を実施

(単位：種類，市町村数，回，人数)

区分	年度	R3	R4	R5	R6
		種類数	43	39	32
消費者啓発資料の作成	市町村数	19	14	15	14
広報誌等による啓発	回数	239	230	236	197
	市町村数	30	29	25	27
有線放送，防災無線等による啓発	回数	1,489	1,220	991	1,362
	市町村数	20	14	19	20
消費生活講座・講習会等の開催	回数	290	400	424	433
	受講者数	9,422	13,148	14,919	16,674
	市町村数	21	23	25	23
消費生活展などの展示会の開催	回数	17	22	25	27
	市町村数	5	8	8	9
消費生活モニター等の設置	人数	0	0	0	0
	市町村数	0	0	0	0

※ 消費者行政推進室調べ

