資料５－１

茨城県消費者基本計画（第５次）
アクションプラン

令和８年３月

茨城県

目　次

Ⅰ　アクションプランについて　……1

Ⅱ　施策体系図　……5

Ⅲ　施策及び数値目標一覧　……6

Ⅳ　施策の内容　……9

Ⅴ　数値目標　……17

Ⅰ　アクションプランについて

１　概要

本県においては、県民の消費生活の安定と向上を確保するため、茨城県消費生活条例に基づき、消費者政策を展開する上での基本指針である茨城県消費者基本計画（以下「消費者基本計画」という。）を平成 20 年から策定し、消費者行政を展開する上での基本指針としてきました。

令和４年からは、消費者基本計画の上位計画である茨城県総合計画において、消費者行政について位置づけている部分を「茨城県消費者基本計画」とするとともに、その一部を「消費者教育推進計画」とし、具体的な施策の取組内容等の設定及び進行管理を行うものとして、第４次茨城県消費者基本計画アクションプランを策定（令和６年２月一部改定）しました。

同アクションプランの計画期間は、県総合計画と同様に令和７年度までとなっていることから、県総合計画の改定に合わせて、本アクションプランを策定します。

２　計画期間

2026 年度～2029 年度（４年間）

３　消費者基本計画（第５次）

第３次茨城県総合計画（2026～2029 年度）の「Ⅱ.「新しい安心安全」へのチャレンジ」中、「政策９　安心して暮らせる社会」の「施策（２）　安心な暮らしの確保」の「①消費者被害の未然防止・拡大防止のため、消費者教育による消費者力の育成・強化や消費生活センター等の相談体制の充実、法令違反が疑われる事業者への指導等を推進します。」を消費者基本計画（第５次）とするとともに、その一部を消費者教育推進法第 10 条に定められた本県の消費者教育推進計画としても位置付けます。

４　消費者を取り巻く現状と課題

（１）デジタル化の進展

近年、消費生活において急速にデジタル化が進展しています。デジタル化の進展は、時間や場所が制約されないインターネット取引の普及や決済サービスの多様化等により、消費者の利便性や生活の質の向上に大きく寄与している一方、情報量の膨大さ、決済手段の過多等により取引環境が複雑化・多様化し、年齢等に関わりなく消費者トラブルが増加しています。

また、SNS 等を通じた勧誘や、AI の進展等によるターゲティング広告など、悪質な事業者による手口の多様化・巧妙化も懸念されます。

（２）高齢化の進展

国立社会保障・人口問題研究所が公表した「日本の地域別将来推計人口（令和５年推計)」によると、本県において 2020 年に 29.9％だった 65 歳以上の高齢者人口の割合は、2040 年には 37.2％になると推計されており、今後県内においても、超高齢化が進む見通しとなっています。また、同研究所が公表した「日本の世帯数の将来推計（都道府県別推計）令和６(2024)年推計」によると、本県における 65 歳以上の高齢者世帯のうち単独世帯の割合は、2020 年の 29.8％から 2040 年には 39.9％と大きく上昇すると見通されています。

こうした中、高齢単独世帯の孤立による消費者トラブルの増加や、認知症患者や判断力が低下した人等、消費生活に配慮を要する消費者の拡大が懸念されます。

（３）成年年齢の引き下げ

2022 年４月１日から、民法における成年年齢が 20 歳から 18 歳に引き下げられ、18 歳から親の同意なしでクレジットカードの作成、携帯電話の契約、賃貸契約等が可能となり、親の同意がないことを理由とした契約の取り消しができなくなりました。これにより、社会経験の浅い若者が悪質な事業者のターゲットになるなど、消費者トラブルに巻き込まれるリスクが高まっています。

（４）持続可能な社会の実現

2015 年９月、国連サミットにおいて SDGｓ（持続可能な開発目標）が全会一致で採択されました。SDGｓの目標の中でも「目標 12:つくる責任　つかう責任」は特に消費者政策との関連が強く、目標達成のため、消費者には人・社会・地域・環境に配慮した消費行動であるエシカル消費が期待されます。

（５）大規模災害・感染症拡大等、緊急時の対応

近年、全国各地で毎年のように地震や豪雨等の自然災害が発生していますが、大規模災害の発生時には、自宅屋根や設備等の悪質な補修工事や、保険金を口実にした悪質な勧誘等が報告されています。

また、新型コロナウイルス感染症拡大時には、不確かな情報に影響を受けて買いだめを行うといった消費行動や、マスクや消毒液の不当な高額転売等が見られたほか、新型コロナウイルス感染症への予防効果を標ぼうする誇大広告や表示がまん延するなど、便乗商法やトラブルも多く見られました。

（６）その他

①カスタマーハラスメントの問題

近年、顧客などからの暴行やひどい暴言、不当な要求などカスタマーハラスメントが社会問題化しています。本来、顧客である消費者が企業等に正当な意見を伝えることは、商品・サービスの改善を促すことにつながり、消費者としての正当な権利に当たりますが、カスタマーハラスメントに該当するような著

しい迷惑行為は、労働者の就業環境を害するものであり、消費者が加害者となるおそれがあります。

②在住外国人の増加

在住外国人の増加が見込まれる中、日本語に不慣れな外国人であっても安心・安全な暮らしを営むことができるよう、母語による相談・支援体制の充実に取り組む必要があります。

③資産形成・投資への関心の高まり

個人型確定拠出年金（iDeCo）や少額投資非課税制度（NISA）の制度改正により、国民のより幅広い層に資産形成・投資への関心の高まりが見られますが、それぞれのライフプランにあった金融商品・サービスを適切に選択し、自立的で豊かな生活を実現するためには、個々人の金融リテラシ―を向上させていくことが重要です。

また、中学校、高等学校の学習指導要領では、金融経済教育に関する記載が拡充されており、学校における金融経済教育をより一層充実させていく必要があります。

5　基本的な考え方と取組方向

消費者基本計画（第５次）アクションプランでは、前述の「消費者を取り巻く現状と課題」に対応するよう、次の５つの基本方針に基づき、具体的な施策に取り組みます。

（１）安全・安心な消費生活の確保

消費者が安全・安心な消費生活を送るため、関係法令に基づく立入検査や行政指導等を継続的に実施し、商品･サービスによる事故やトラブルを未然に防止します。

また、特定商取引法等、各種法令に違反する悪質な事業者に対しては、指導・処分を行うとともに、事業者名の公表を含めた厳正な対応により、消費者被害の未然防止・拡大防止を図ります。

（２）消費者被害の未然防止・救済

新たな商品・サービスや取引形態の登場に伴い消費者問題が多様化・複雑化する中で、消費者被害の未然防止と救済に向けた対応がますます重要となっています。

現在、県内すべての市町村に消費生活相談窓口が設置され、住民の身近な相談窓口として相談に応じるとともに、被害防止のための啓発活動を行っています。各市町村や県の消費生活センター等の消費生活相談窓口を案内する消費者ホットライン（１８８）の認知度向上に努めるとともに、県と市町村が各々の役割をさらに充実強化することで、消費者被害の未然防止と、被害に遭った消費者の救済を行う体制を整備していきます。

（３）ライフスタイルに応じた消費者力の育成・強化

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、

商品・サービスの選択幅の広がりの中、消費者が自律的な意思決定を行い、また、消費者被害を未然に防止するためには、消費者自身が違和感に「気づく力」、きっぱりと「断る力」、一人で抱えず「相談する力」、家族等周囲の人が異変に気付き、相談を勧める等の「働きかける力」といった「消費者力」の育成・強化が必要です。

このため、消費者被害や消費者トラブル防止に役立つ情報を各種広報媒体を通じて情報発信するとともに、出前講座等によりライフステージに応じた消費者教育を推進します。

（４）多様化・複雑化する消費者問題への対応

消費者問題が多様化・複雑化する中、判断力の低下等により悪質商法の被害に遭いやすい高齢者や障害者、社会経験の少ない若年者のほか、県内に居住・滞在する外国人に対して、それぞれの特性に応じた支援を行い、消費者被害の未然防止・拡大防止と救済を図ります。

また、高齢化・単身世帯化の更なる進行により、配慮を要する消費者への対応を強化する必要があるため、消費者安全確保地域協議会の設置や活動を支援し、多様な主体と連携して、見守り活動の充実を促進します。

（５）人や社会、環境に配慮した消費行動の推進

SDGｓの12番目の目標「つくる責任　つかう責任」等の視点に立ち、消費者の消費活動自体が未来に向けた投資であるとの意識のもと、人や社会・環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動、いわゆるエシカル消費等に関する取組を進めていきます。本県は農業、漁業、畜産等が盛んな県であるため、地元の食材や工芸品を選ぶことなど、地域への配慮を重視したエシカル消費を推進していきます。

６　推進

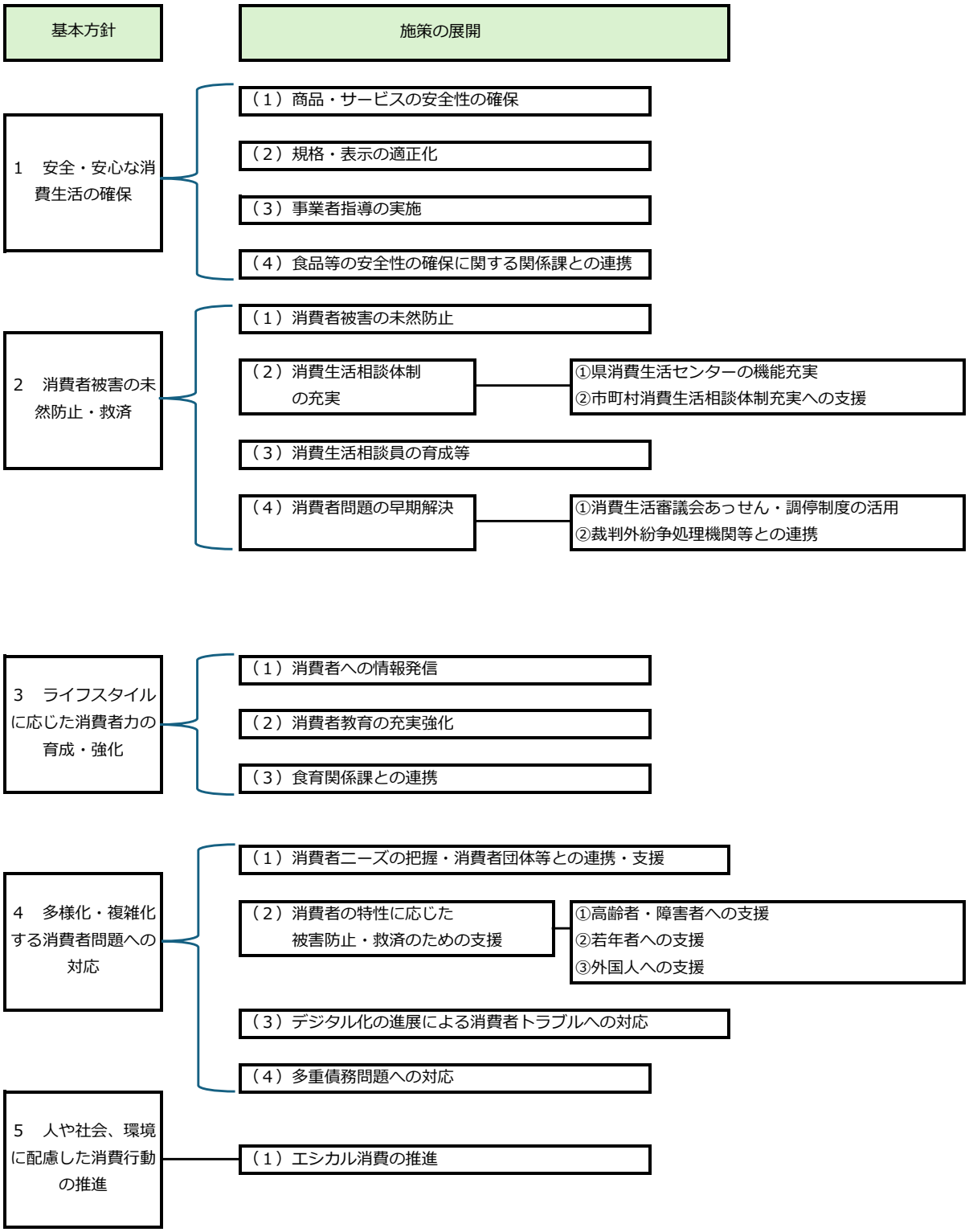
県、市町村、各種団体等は、それぞれの責務と役割を認識し、協働・連携しながらこの計画を推進するものとします。

７　進行管理

アクションプランに掲げる施策の進捗状況等については、毎年度検証・評価を行い、消費生活審議会に報告するとともに、ホームページ等で公表します。

また、社会経済情勢など消費者を取り巻く環境の変化に対応するため、必要に応じて内容の見直しを行うとともに、消費生活審議会や消費者団体、県民からの意見等に基づき、新たな取組についての検討を行います。

Ⅱ　施策体系図


基本方針
施策の展開
1　安全・安心な消費生活の確保
（1）商品・サービスの安全性の確保
（2）規格・表示の適正化
（3）事業者指導の実施
（4）食品等の安全性の確保に関する関係課との連携
2　消費者被害の未然防止・救済
（1）消費者被害の未然防止
（2）消費生活相談体制の充実
①県消費生活センターの機能充実
②市町村消費生活相談体制充実への支援
（3）消費生活相談員の育成等
（4）消費者問題の早期解決
①消費生活審議会あっせん・調停制度の活用
②裁判外紛争処理機関等との連携
3　ライフスタイルに応じた消費者力の育成・強化
（1）消費者への情報発信
（2）消費者教育の充実強化
（3）食育関係課との連携
4　多様化・複雑化する消費者問題への対応
（1）消費者ニーズの把握・消費者団体等との連携・支援
（2）消費者の特性に応じた被害防止・救済のための支援
①高齢者・障害者への支援
②若年者への支援
③外国人への支援
（3）デジタル化の進展による消費者トラブルへの対応
（4）多重債務問題への対応
5　人や社会、環境に配慮した消費行動の推進
（1）エシカル消費の推進

Ⅲ　施策及び数値目標一覧

６２施策（うち新規施策９施策）　　数値目標：５項目

基本方針	項目	施策名	担当課所	数値目標
1 安全・安心な消費生活の確保	（1）商品・サービスの安全性の確保			①【新規】特定商取引法に基づく事業者指導件数（件/年）
	ア	消費生活用製品の安全性の確保	生活文化課	
	イ	商品に関する苦情への対応	消費生活センター	
	ウ	電気製品の安全性の確保	消防安全課	
	エ	ガス消費機器の安全性の確保	消防安全課	
	オ	家庭用品の安全性の確保	薬務課	
	カ	医薬品等の安全性の確保	薬務課	
	キ	医薬品の正しい知識の普及啓発	薬務課	
	ク	生活衛生関係営業施設に対する監視・指導	生活衛生課	
	ケ	貸金業者に対する指導・監督	産業政策課	
	コ	宅地建物取引業者に対する指導・監督	建築指導課	
	サ	リフォーム被害の未然防止	住宅課	
	（2）規格・表示の適正化			
	ア	家庭用品の品質表示の適正化	生活文化課	
	イ	不当な景品類及び表示による不当な顧客誘引の防止（変更）	生活文化課	
	ウ	規格・表示の適正化に関する関係課との連携 【新規】	生活文化課	
	（3）事業者指導の実施			
	ア	事業者指導・処分（事業者名公表）の実施 （変更）	生活文化課	
	イ	他の都道府県との連携強化	生活文化課	
	ウ	悪質事業者に対する取締強化	警察本部生活環境課	
	エ	悪質なサイト運営者に対する取締強化	警察本部サイバー企画課	
	（4）食品等の安全性の確保に関する関係課との連携			
	ア	食品等の安全性の確保に関する関係課との連携 【新規】	生活文化課	

	2024（R6）（基準）	2026（R8）	2027（R9）	2028（R10）	2029（R11）
目標値		5	5	5	5
実績値	5				
達成率					

基本方針	項目	施策名	担当課所	数値目標
2 消費者被害の未然防止・救済	（1）消費者被害の未然防止			②【新規】消費者ホットライン（188）の認知度（%）
	ア	消費者被害情報等の収集・発信	生活文化課、消費生活センター	
	イ	消費生活センター・消費者ホットラインの周知 （変更）	生活文化課、消費生活センター	
	（2）消費生活相談体制の充実			
	①県消費生活センターの機能充実			
	ア	消費生活相談受付のデジタル化・多様化 【新規】	消費生活センター	
	イ	消費生活相談あっせんの実施	消費生活センター	
	ウ	弁護士による法律アドバイスの実施	消費生活センター	
	②市町村消費生活相談体制充実への支援			
	ア	茨城県消費者行政強化交付金等の活用	生活文化課	
	イ	県消費生活相談員による支援	消費生活センター	
	ウ	市町村消費生活相談員に対する実務研修の実施	消費生活センター	
	エ	広域的な消費生活相談体制整備への支援	生活文化課	
	オ	市町村との連絡体制の強化	生活文化課、消費生活センター	
	（3）消費生活相談員の育成等			
	ア	消費生活相談員向け研修の充実（変更）	消費生活センター	
	（4）消費者問題の早期解決			
	①消費生活審議会あっせん・調停制度の活用			
	ア	消費生活審議会あっせん・調停制度の活用	生活文化課、消費生活センター	
	イ	訴訟提起者への支援	生活文化課	
	②裁判外紛争処理機関等との連携			
	ア	裁判外紛争処理機関等との連携	生活文化課、消費生活センター	

	2024（R6）（基準）	2026（R8）	2027（R9）	2028（R10）	2029（R11）
目標値		20	25	30	35
実績値	12.1				
達成率					

基本方針	項目	施策名	担当課所	数値目標
3 ライフスタイルに応じた消費者力の育成・強化	（1）消費者への情報発信			③【継続】各種媒体を通じた情報発信回数（回/年）
	ア	各種広報媒体を通じた情報発信	生活文化課、消費生活センター	
	イ	緊急時の消費者トラブルに関する啓発 【新規】	生活文化課、消費生活センター	
	ウ	カスタマーハラスメントに関する啓発 【新規】	生活文化課、消費生活センター	
	（2）消費者教育の充実強化			
	ア	教職員研修等の充実	私学振興室、義務教育課、高校教育課、特別支援教育課、生活文化課	
	イ	地域における消費者教育の充実	生活文化課、消費生活センター、生涯学習課	
	ウ	消費者教育講師等の派遣	消費生活センター	
	エ	学習指導要領に基づく消費者教育の推進	私学振興室、義務教育課、高校教育課、特別支援教育課	
	オ	金融教育の推進	生活文化課、義務教育課、高校教育課、特別支援教育課	
	（3）食育関係課との連携			
	ア	食育関係課との連携【新規】	生活文化課	

	2024（R6）（基準）	2026（R8）	2027（R9）	2028（R10）	2029（R11）
目標値	454	550	600	650	700
実績値	419				
達成率					

基本方針	項目	施策名	担当課所	数値目標
4 多様化・複雑化する消費者問題への対応	（1）消費者ニーズの把握・消費者団体との連携・支援			④【新規】出前講座等における見守り者向けセミナーの受講人数（人/年）
	ア	消費生活審議会や消費者団体からの意見の把握	生活文化課	
	イ	県民からの意見の把握	生活文化課	
	ウ	消費者団体等との連携・支援 【新規】	生活文化課	
	（2）消費者の特性に応じた被害防止・救済のための支援			
	①高齢者・障害者への支援			
	ア	見守り活動の充実・活性化 【新規】	生活文化課、消費生活センター	
	イ	高齢者を対象とした消費者教育講師等の派遣	消費生活センター	
	ウ	特別支援学校等への消費者教育講師等の派遣	消費生活センター	
	エ	障害の特性に配慮した相談対応	消費生活センター	
	オ	基幹相談支援センター等と連携した相談・救済	生活文化課、消費生活センター	
	②若年者への支援			
	ア	学校等への消費者教育講師等の派遣等	消費生活センター	
	イ	大学等と連携した相談・救済	生活文化課、消費生活センター	
	③外国人への支援			
	ア	外国語による情報提供	消費生活センター	
	イ	外国語による相談・救済	消費生活センター 外国人政策チーム	
	（3）デジタル化の進展による消費者トラブルへの対応			
	ア	青少年のインターネットの安全・安心な利用の促進	青少年家庭課、生徒支援・いじめ対策推進室	
	イ	茨城県情報通信ネットワークセキュリティ協議会における被害防止対策の推進	警察本部サイバー企画課	
	（4）多重債務問題への対応			
	ア	無料法律相談会の開催	生活文化課	
	イ	茨城県多重債務者対策協議会における連携強化	生活文化課	
	ウ	市町村における多重債務関係機関ネットワークの活用	生活文化課	

	2024（R6）（基準）	2026（R8）	2027（R9）	2028（R10）	2029（R11）
目標値		1,200	1,300	1,400	1,500
実績値	1,004				
達成率					

基本方針	項目	施策名	担当課所	数値目標
5 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進	（１）エシカル消費の推進			⑤【継続】エシカル消費の認知度（%）
	ア	エシカル消費の普及啓発	生活文化課	
	イ	消費者志向経営の推進	生活文化課	
	ウ	持続可能な社会に向けた取り組みの関係課との連携 【新規】	生活文化課	

	2024（R6）（基準）	2026（R8）	2027（R9）	2028（R10）	2029（R11）
目標値	27	41	44	47	50
実績値	36.1				
達成率					

Ⅳ 施策の内容

1 安全・安心な消費生活の確保

(1)商品・サービスの安全性の確保

	施策名	取組内容	担当課所
ア	消費生活用製品の安全性の確保	特定製品(乳幼児用ベッドや家庭用圧力なべなど)による事故を未然に防止するため、市町村と連携しながら、消費生活用製品安全法に基づく販売店等への立入検査の実施を促進します。	生活文化課
イ	商品に関する苦情への対応	商品トラブルの原因究明を図るため、独立行政法人国民生活センターやNITE(独立行政法人製品評価技術基盤機構)と連携した商品テストを実施します。	消費生活センター
ウ	電気製品の安全性の確保	電気製品による火災事故等の発生を未然に防止するため、市町村と連携しながら、電気用品安全法に基づく販売店等への立入検査の実施を促進します。	消防安全課
エ	ガス消費機器の安全性の確保	ガス消費機器による事故を未然に防止するため、市町村と連携しながら、ガス事業法及び液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律に基づく販売店等への立入検査の実施を促進します。	消防安全課
オ	家庭用品の安全性の確保	家庭用品に含まれるホルムアルデヒドなど人体に有害な物質による健康被害を未然に防止するため、有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律に基づき、商品の試買検査を実施します。	薬務課
カ	医薬品等の安全性の確保	医薬品等の品質確保を図るため、医薬品医療機器等法及び関係法令に基づき、薬局や医薬品販売業者に対する立入検査を実施します。	薬務課
キ	医薬品の正しい知識の普及啓発	医薬品の正しい知識の普及啓発を促進するため、高齢者クラブなどが行う健康教室への薬剤師派遣や、「くすりの相談室」の開設による消費者からの相談対応を行います。	薬務課
ク	生活衛生関係営業施設に対する監視・指導	生活衛生関係営業施設(旅館、理美容施設、クリーニング店、公衆浴場等)における健康被害の未然防止や衛生水準の確保を図るため、関係法令に基づき、立入検査を実施します。	生活衛生課
ケ	貸金業者に対する指導・監督	消費者の利益保護と貸金業務の適正な運営を図るため、貸金業法に基づき、貸金業者に対する立入検査を実施します。	産業政策課
コ	宅地建物取引業者に対する指導・監督	消費者の利益保護と宅地建物取引業務の適正な運営を図るため、宅地建物取引業法に基づき、宅地建物取引業者に対する立入検査等を実施します。	建築指導課
サ	リフォーム被害の未然防止	リフォーム被害を未然に防止するため、リフォーム相談窓口の開設や定期相談会の実施、住宅耐震・リフォームアドバイザーの派遣を行います。 ※住宅耐震・リフォームアドバイザー:建築物の耐震改修やリフォーム工事についてのアドバイスや相談対応等を行う。	住宅課

(2)規格・表示の適正化

	施策名	取組内容	担当課所
ア	家庭用品の品質表示の適正化	繊維製品などの品質表示の適正化を図るため、市町村と連携しながら、家庭用品品質表示法に基づく販売店等への立入検査の実施を促進します。	生活文化課
イ	不当な景品類及び表示による不当な顧客誘引の防止(変更)	消費者の正しい情報に基づいた合理的な商品・サービスの判断のため、景品表示法に基づき、不当表示や過大な景品についての調査や、違反が疑われる事業者への行政指導等を行うとともに、事業者からの法令順守等のための相談に対応します。	生活文化課
ウ	規格・表示の適正化に関する関係課との連携【新規】	食品表示の適正化の担当課である生活衛生課、計量の適正化の担当所属である計量検定所と連携し、規格・表示の適正化に取り組みます。	生活文化課

(3)事業者指導の実施

	施策名	取組内容	担当課所
ア	事業者指導・処分(事業者名公表)の実施(変更)	特定商取引法など関係法令違反が疑われる事業者の指導を行う専任職員を生活文化課に配置し、関係部署と連携しながら消費者被害の把握や事業者の調査を行い、事業者に対する行政指導・処分を行います。	生活文化課
イ	他の都道府県との連携強化	複数の都道府県にわたって消費者被害に関する相談が寄せられている事業者に対しては、他の都道府県と連携・協力し、効果的な事業者指導を実施します。	生活文化課
ウ	悪質事業者に対する取締強化	消費者被害の拡大を防止するため、関係部局との連携を図り、特定商取引法など各種法令に違反する悪質事業者の取締を強化します。	警察本部生活環境課
エ	悪質なサイト運営者に対する取締強化	フィッシングや詐欺サイト、偽サイトによる被害を防ぐため、悪質なサイトの監視を強化して、運営者に対する取締りを推進します。	警察本部サイバー企画課

(4)食品等の安全性の確保に関する関係課との連携

	施策名	取組内容	担当課所
ア	食品等の安全性の確保に関する関係課との連携【新規】	食の安全・安心に関する施策の担当課である生活衛生課、薬務課、漁政課、環境にやさしい農業等の担当課である農業技術課と連携し、食品等の安全性の確保に取り組みます。	生活文化課

2 消費者被害の未然防止・救済

(1)消費者被害の未然防止

	施策名	取組内容	担当課所
ア	消費者被害情報等の収集・発信	県内の消費者被害情報のほか、消費者庁や他の都道府県との情報交換により、消費者被害情報や製品事故情報等を把握し、消費者へ迅速に情報を発信します。	生活文化課 消費生活センター
イ	消費生活センター・消費者ホットラインの周知(変更)	相談窓口の利活用を促進するため、様々な広報媒体を活用し、消費生活センター及び消費者ホットライン「188(嫌や！(イヤヤ！))番」の周知を図ります。特に「188」の認知度を向上させ、これまで消費生活相談につながらなかった人達を相談へつなげていきます。	生活文化課 消費生活センター

(2)消費生活相談体制の充実

①県消費生活センターの機能充実

	施策名	取組内容	担当課所
ア	消費生活相談受付のデジタル化・多様化【新規】	相談者の利便性向上のため、電話相談、来訪相談に加え、Webフォームによる相談を実施します。また、消費者による自己解決を支援するために独立行政法人国民生活センターが開設している「消費者トラブルFAQサイト」の周知を図ります。	消費生活センター
イ	消費生活相談あっせんの実施	多様化・複雑化する消費生活相談の早期解決を図るため、消費者自身による解決が困難な事案については、消費生活センターが公正・中立な立場で相談者と事業者の間に立ち、問題解決へのあっせんを実施します。	消費生活センター
ウ	弁護士による法律アドバイスの実施	弁護士会との連携により、弁護士が県及び市町村の消費生活相談員からの照会に対して、随時、法律的なアドバイスを行います。	消費生活センター

②市町村消費生活相談体制充実への支援

	施策名	取組内容	担当課所
ア	茨城県消費者行政強化交付金等の活用	迅速かつ円滑な相談処理や効果的な啓発事業が行えるよう、茨城県消費者行政強化交付金等を活用し、身近な相談窓口の充実や消費生活相談員の資質向上など市町村相談体制の充実を支援します。	生活文化課
イ	県消費生活相談員による支援	市町村の相談処理が迅速かつ円滑に行えるよう、県消費生活相談員が、オンラインによる情報交換(個別)や電話による技術的支援・共同処理を行います。	消費生活センター
ウ	市町村消費生活相談員に対する実務研修の実施	市町村消費生活相談員の相談能力の向上や課題解決等のため、県消費生活相談員等が実務研修や新任相談員研修を実施します。	消費生活センター
エ	広域的な消費生活相談体制整備への支援	相談受付率が低い市町村に対して、相談窓口の周知強化や相談員のスキルアップ等を働きかけるとともに、市町村同士が連携し、相談窓口の相互利用などを行う、広域的な相談体制の整備を支援します。	生活文化課
オ	市町村との連絡体制の強化	市町村での解決が著しく困難な事案や、複数自治体に及ぶ広域的な事案等については、県消費生活センターと共同処理できるよう相互の連絡体制を強化します。	生活文化課 消費生活センター

(3)消費生活相談員の育成等

	施策名	取組内容	担当課所
ア	消費生活相談員向け研修の充実(変更)	消費生活相談員の相談対応能力の充実、強化を図るため、複数の弁護士をアドバイザーとする少人数グループでの消費者問題に関するより実践的な事例研究を行います。	消費生活センター

(4)消費者問題の早期解決

①消費生活審議会あっせん・調停制度の活用

	施策名	取組内容	担当課所
ア	消費生活審議会あっせん・調停制度の活用	消費生活センターでの解決が著しく困難な事案については、消費生活審議会の「あっせん・調停制度」を活用することにより、消費者問題の早期解決を図ります。	生活文化課 消費生活センター
イ	訴訟提起者への支援	消費生活審議会における「あっせん・調停」が不調となった事案で、一定の要件を満たすものについて、訴訟費用の貸付など必要な支援を行います。	生活文化課

②裁判外紛争処理機関等との連携

	施策名	取組内容	担当課所
ア	裁判外紛争処理機関等との連携	特に専門的な知識が必要となる事案については、製品分野別裁判外紛争処理機関(ADR)や関係機関が設置する各種相談窓口等と連携を図り、消費者問題の早期解決に努めます。	生活文化課 消費生活センター

3 ライフスタイルに応じた消費者力の育成・強化

(1)消費者への情報発信

	施策名	取組内容	担当課所
ア	各種広報媒体を通じた情報発信	消費者被害や製品事故等について、SNS・ラジオ・広報誌・ホームページ・メールマガジン等多様な媒体を活用し、県警や市町村とも連携して消費者への迅速な情報提供を行うとともに、消費生活に重大な影響を与える問題については、報道機関へ積極的に情報提供することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止に努めます。	生活文化課 消費生活センター
イ	緊急時の消費者トラブルに関する啓発【新規】	災害その他の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、災害や感染症拡大に便乗した悪質商法や、不確かな情報の影響を受けて物資の買いだめを行うといった消費行動への注意喚起を行います。	生活文化課 消費生活センター
ウ	カスタマーハラスメントに関する啓発【新規】	カスタマーハラスメントを防止し、消費者の意見を事業活動に適切に反映していくため、消費者に適切な意見の伝え方について啓発を行います。	生活文化課 消費生活センター

(2)消費者教育の充実強化

	施策名	取組内容	担当課所
ア	教職員研修等の充実	消費者教育関係教科の部会における指導の改善・充実を図るとともに、教職員に対して、実践的・体験的な学習活動に関する研修を行い、消費者教育の理解と指導力の向上を図ります。	私学振興室 義務教育課 高校教育課 特別支援教育課 生活文化課
イ	地域における消費者教育の充実	消費者が生涯にわたって消費生活についての学習機会を得られるよう、関係部局等が行う消費者教育に関する情報をホームページ等で提供するとともに、県生涯学習センターなどの社会教育施設で、地域における消費者教育を支援します。 また、地域において高齢者、障害者等の見守り活動等の支援が適切に行われるよう、講座の開催や情報提供等を行います。	生活文化課 消費生活センター 生涯学習課
ウ	消費者教育講師等の派遣	自治会や高齢者団体、学校、企業などに消費者教育講師等を派遣し、ライフステージに応じた消費生活に関する知識や情報を提供します。	消費生活センター
エ	学習指導要領に基づく消費者教育の推進	消費者教育を「学校教育指導方針」に位置づけ、その趣旨等の周知を図るとともに、学習指導要領等に基づき、小・中学校、高校、特別支援学校等において発達段階を踏まえた消費者教育を推進します。	私学振興室 義務教育課 高校教育課 特別支援教育課
オ	金融教育の推進(変更)	消費生活と深く関係する金融や経済への理解を深めるため、茨城県金融広報委員会及び金融経済教育推進機構(J-FLEC)と連携し、講演会の開催や学校への金融経済教育の支援などにより、県民の金融リテラシーの向上に努めます。 また、学校現場においては、生活科、社会科、公民科、家庭科等の教科指導を充実させるとともに、県内5金融機関を中心とした継続的な提携を通じて、発達段階やライフステージに応じた金融教育を体系的に推進し、児童生徒の金融リテラシーの向上に努めます。	生活文化課 義務教育課 高校教育課 特別支援教育課

(3)食育関係課との連携

	施策名	取組内容	担当課所
ア	食育関係課との連携 【新規】	食生活に関する知識の普及啓発の担当課である健康推進課、児童生徒の食育の推進の担当課である保健体育課と連携し、野菜摂取量増加や適塩意識など望ましい食生活に関する知識の普及啓発、児童生徒の学校給食等を活用した食に関する知識の習得を推進します。	生活文化課

4 多様化・複雑化する消費者問題への対応

(1)消費者ニーズの把握・消費者団体等との連携・支援

	施策名	取組内容	担当課所
ア	消費生活審議会や消費者団体からの意見の把握	消費者政策など重要事項を決定する際には、消費生活審議会での審議や消費者団体への意見照会、パブリックコメント等を実施し、消費者からのニーズを政策に反映するよう努めます。	生活文化課
イ	県民からの意見の把握	住民提案や県民相談等で寄せられた県民(消費者)からの意見を検討し、消費者政策に反映するよう努めます。	生活文化課
ウ	消費者団体等との連携・支援【新規】	消費者大会の実施や、エシカル消費の普及啓発など団体が行う活動と連携するとともに、消費者団体への情報提供や消費者団体が行う研修に講師を派遣するなどの支援を行います。	生活文化課

(2)消費者の特性に応じた被害防止・救済のための支援

①高齢者・障害者への支援

	施策名	取組内容	担当課所
ア	見守り活動の充実・活性化【新規】	高齢者・障害者等の消費者被害を未然に防止するため、市町村における消費者安全確保地域協議会の設置や活動を支援します。また、行政、警察、地域包括支援センター、消費者団体、福祉関係者、医療関係者、民生委員等、多様な主体と連携して、見守り活動の充実・活性化を促進します。	生活文化課 消費生活センター
イ	高齢者を対象とした消費者教育講師等の派遣	悪質商法やニセ電話詐欺などの消費者被害を未然に防止するため、高齢者クラブ等に消費者教育講師等を派遣します。	消費生活センター
ウ	特別支援学校等への消費者教育講師等の派遣	障害のある児童・生徒等が自立した消費者として判断・行動できる力を養うため、特別支援学校等へ消費者教育講師等を派遣します。	消費生活センター
エ	障害の特性に配慮した相談対応	聴覚障害者に対する筆談やWebフォームの活用など、障害の特性に配慮した相談対応を行います。	消費生活センター
オ	基幹相談支援センター等と連携した相談・救済	消費者被害に遭った障害者が迅速に救済されるよう基幹相談支援センター等と連携した相談対応を行います。	生活文化課 消費生活センター

②若年者への支援

	施策名	取組内容	担当課所
ア	学校等への消費者教育講師等の派遣等	社会経験の少ない若年者が自立した消費者として判断・行動できる力を養うため、学校や企業などへ消費者教育講師等を派遣するとともに、様々な関係機関と連携した効果的な啓発活動を推進します。	消費生活センター
イ	大学等と連携した相談・救済	消費者被害に遭った学生が迅速に救済されるよう、大学の学生相談室等と連携した相談対応や情報提供を行います。	生活文化課 消費生活センター

③外国人への支援

	施策名	取組内容	担当課所
ア	外国語による情報提供	外国人の消費者被害を未然に防止するため、様々な団体と連携し、外国語による情報提供を行います。	消費生活センター
イ	外国語による相談・救済	消費者被害に遭った外国人が迅速に救済されるよう、公益財団法人茨城県国際交流協会と連携し、外国語による相談対応を行います。	消費生活センター 外国人政策チーム

(3)デジタル化の進展による消費者トラブルへの対応

	施策名	取組内容	担当課所
ア	青少年のインターネットの安全・安心な利用の促進	青少年がインターネットを安全・安心に利用できるよう、青少年や保護者等に対して、インターネットの特性やその対処方法、情報モラルとその必要性等を学ぶ機会を提供する取組を促進します。 また、学校現場においては、通信機器等に関する安全な利用に向けた家庭におけるルールづくり、スマホ等の安全な使用の推進に向けた情報モラル教育等を実施します。	青少年家庭課 生徒支援・いじめ対策推進室
イ	茨城県情報通信ネットワークセキュリティ協議会における被害防止対策の推進	警察、県、国及び電気通信事業者で構成する「茨城県情報通信ネットワークセキュリティ協議会」において、情報セキュリティコンクールを後援、学生CTFを共催するなどして、県民のサイバーリテラシーを向上させるとともに被害を防止する活動を推進します。	警察本部サイバー企画課

(4)多重債務問題への対応

	施策名	取組内容	担当課所
ア	無料法律相談会の開催	多重債務者の債務整理や生活再建を図るため、弁護士会等と連携し、無料法律相談会を開催します。	生活文化課
イ	茨城県多重債務者対策協議会における連携強化	多重債務問題の解決と未然防止を図るため、関係機関で構成する「茨城県多重債務者対策協議会」において、構成員相互の連携を強化するとともに、情報の共有化を図ります。	生活文化課
ウ	市町村における多重債務関係機関ネットワークの活用	税務、福祉、消費生活などの関係課で構成するネットワークにおいて情報の共有化を図ることにより、多重債務者が円滑に債務整理や生活困窮者自立支援法等を踏まえた生活再建の相談を受けられるよう、早期の体制づくりを促進します。	生活文化課

5 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進

(1)エシカル消費の推進

	施策名	取組内容	担当課所
ア	エシカル消費の普及啓発	人や社会、環境に配慮して消費者自ら考える消費行動であるエシカル消費を推進するため、ホームページ等での情報発信やイベントを実施します。	生活文化課
イ	消費者志向経営の推進	消費者と共創・協働して社会価値を向上させる「消費者志向経営」を推進するため、事業者と消費者、行政等が連携した取組を推進します。	生活文化課
ウ	持続可能な社会に向けた取り組みに関する関係課との連携【新規】	地球温暖化防止活動推進の担当課である環境政策課、中小企業課、循環型社会形成の担当課である資源循環推進課、水質浄化等担当課である環境対策課、農地整備課、下水道課、環境学習推進の担当課である環境政策課と連携して、持続可能な社会に向けた取組を推進します。	生活文化課

Ⅴ 数値目標

指　標　名	担当課所	基準値	期待値			目標値	目標値設定理由
		2024（R6）	2026（R8）	2027（R9）	2028（R10）	2029（R11）	
1　安全・安心な消費生活の確保							
【新規】特定商取引法に基づく事業者指導件数（件/年）	生活文化課	5	5	5	5	5	現在、点検商法等、特定商取引法違反が疑われる相談件数は増加傾向にある。悪質商法による消費者被害を防止するため、県による特定商取引法に基づく事業者指導件数を数値目標として設定し、近隣県とも連携しながら、違反が疑われる事業者への行政指導を適切に行っていく。
2　消費者被害の未然防止・救済							
【新規】消費者ホットライン（188）の認知度（%）	生活文化課 消費生活センター	12.1	20.0	25.0	30.0	35.0	令和6年度の本県実施のネットリサーチによると、消費者ホットラインの番号（188）を知っていた人の割合は12.1%と、認知度が低い状況にある。「110」や「119」のように、「188」の消費者ホットラインの番号を知る人が増えることで、これまで消費者被害に遭いながらも消費生活センターに相談しなかった人が相談につながるように、「188」の番号の周知を重点的に行っていく。
3　ライフスタイルに応じた消費者力の育成・強化							
【継続】各種媒体を通じた情報発信回数（回/年）	生活文化課 消費生活センター	419	550	600	650	700	悪質商法等は日々、新たな手口が生まれ、多様化・巧妙化しており、また社会の変化により、消費者安全・製品安全等に関する情報も日々更新が必要である。そのため、時代に即した消費者力の育成・強化により、消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、SNSによる情報発信をさらに強化すること等により、情報発信回数のさらなる増加を目指す。
4　多様化・複雑化する消費者問題への対応							
【新規】出前講座等における見守り者向けセミナーの受講人数（人/年）	消費生活センター	1,004	1,200	1,300	1,400	1,500	高齢化・単身世帯化のさらなる進行により、配慮を要する消費者への対応を強化する必要があるが、地域における見守り活動の充実を促進するためには、多様な主体の連携が重要になる。日々、自宅への商品配達等で消費者と直接関わる民間事業者等は、消費者の異変を察知するきっかけとして重要であると考えられるため、そのような見守り者向けセミナーの受講人数増加を目指し、見守りネットワークの強化を図る。
5　人や社会、環境に配慮した消費活動の推進							
【継続】エシカル消費の認知度（%）	生活文化課	36.1	41.0	44.0	47.0	50.0	2015年9月、国連サミットにおいて採択されたSDGsは2030年を達成年限としており、「SDGs12:つくる責任、つかう責任」の実現に貢献するため、引き続き、エシカル消費の認知度向上に取り組む。