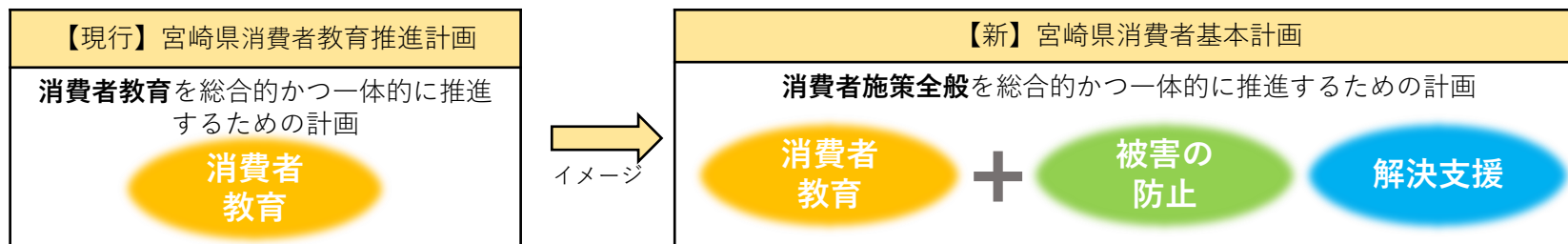


宮崎県消費者基本計画の骨子及び素案について

1 策定の趣旨

県では、平成27年に「宮崎県消費者教育推進計画」を策定（令和元年に改定）し、消費者教育をはじめとする各種消費者施策に取り組んできた。

しかし、近年、高齢化の進行や成年年齢の引下げ、デジタル化の進展などに伴い、消費者トラブルが複雑化・多様化してきている。こうした消費者をめぐる社会経済情勢の変化や新たな課題に適切に対応するため、これまでの「宮崎県消費者教育推進計画」を継承・包含した「宮崎県消費者基本計画」を策定する。



2 計画の期間

令和8年度から令和12年度まで（5年間）

宮崎県消費者基本計画の骨子及び素案について

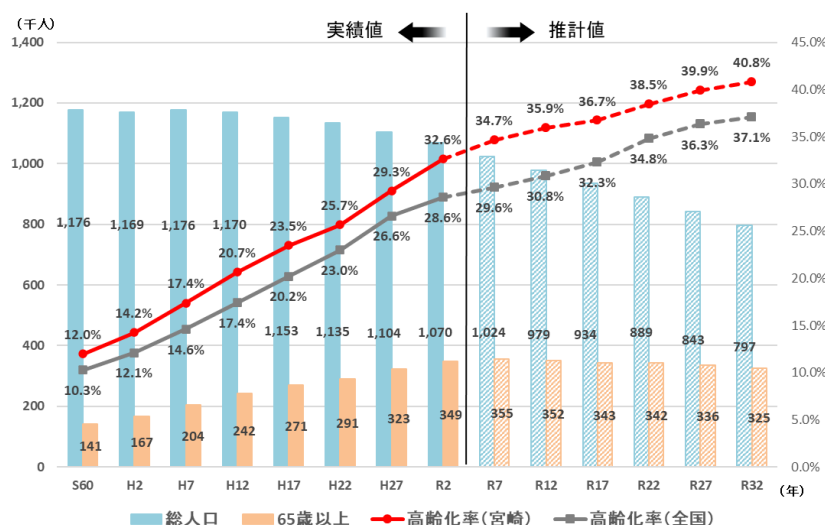
3 現状と課題

(1) 消費者を取り巻く環境の変化

高齢化の進行

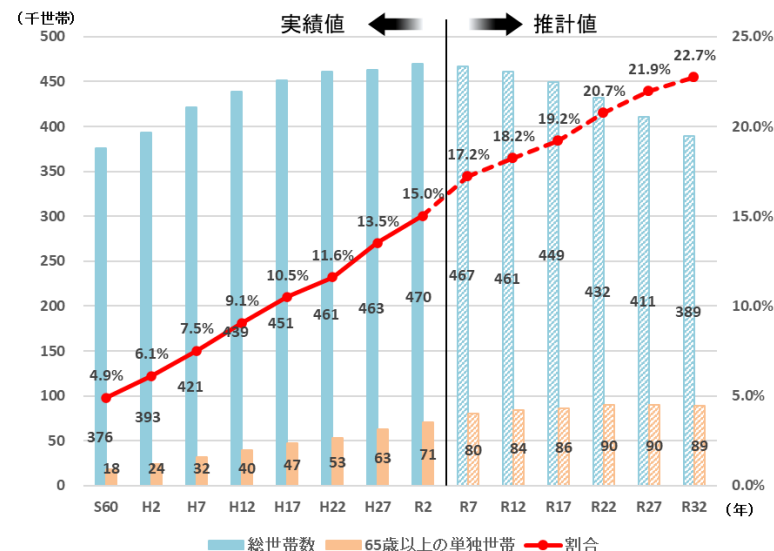
単独世帯の高齢者は周囲の目が届きにくく、消費者トラブルや特殊詐欺等に巻き込まれる可能性が高いほか、相談相手がいない場合、被害が拡大・深刻化することも懸念される。

図表1 県内総人口・高齢者人口・高齢化率の推移と将来推計



出典：令和2年までは総務省「国勢調査」、令和7年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（令和5年推計）」から作成

図表2 県内の総世帯数に占める高齢者の単独世帯の推移と将来推計



出典：令和2年までは総務省「国勢調査」、令和7年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（全国推計）（令和6年推計）」から作成

成年年齢の引き下げ（令和4年4月～）

社会経験の浅い若者が悪質な事業者のターゲットとなるなど、消費者トラブルに巻き込まれやすくなることが懸念される。

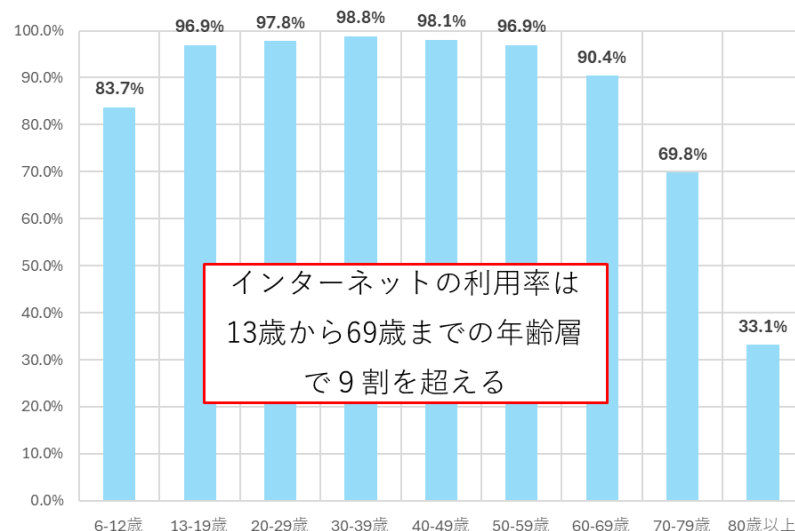
宮崎県消費者基本計画の骨子及び素案について

デジタル化の進展と電子商取引の拡大

インターネットによる取引では商品やサービスの提供事業者だけでなく、決済業者（クレジット会社や電子マネー管理会社）、ネット管理会社等関係者が多岐にわたり、トラブルの内容も多様化・複雑化することが懸念される。

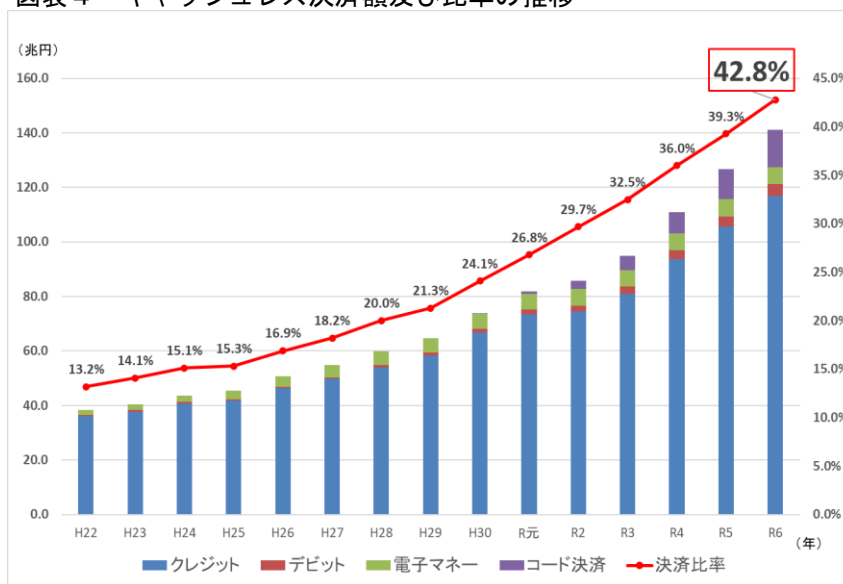
若者等をターゲットにSNSやインターネット広告などのデジタル技術を悪用して勧誘する事案や、高齢者等のデジタル化に十分対応できない消費者をターゲットとする悪質商法の増加が懸念される。

図表3 年齢層別インターネット利用状況



出典：総務省「令和6年通信利用動向調査」から作成

図表4 キャッシュレス決済額及び比率の推移



出典：経済産業省HP「2024年のキャッシュレス決済比率を算出しました」より作成

宮崎県消費者基本計画の骨子及び素案について

(2) 本県における消費生活相談の現状

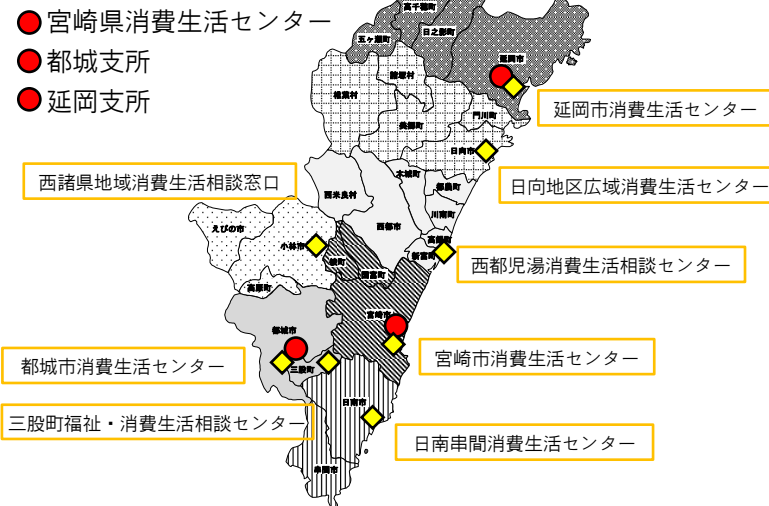
①本県の消費生活相談体制

県：3箇所に消費生活センターを設置

市町村：県内7地域8箇所に消費生活センター及び相談窓口を共同※で設置

(※平成29年度より全市町村での共同化が開始)

(図表5) 本県の消費生活相談センター・相談窓口の設置状況

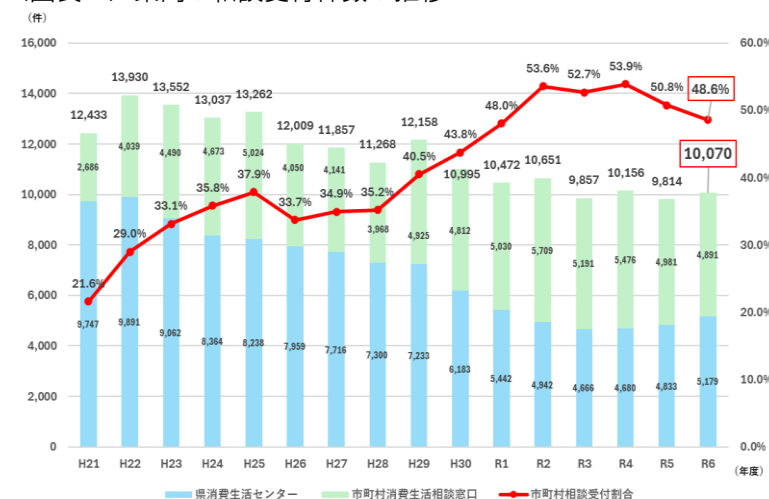


②県内の消費生活相談件数の推移

・消費生活相談は県全体で近年**約1万件/年**で推移

・全市町村での消費生活相談窓口の共同化が開始した平成29年度以降、**市町村消費生活相談窓口で受け付けた相談割合**が増加し、近年は全体の**約5割**で推移

(図表6) 県内の相談受付件数の推移



出典：「令和7年度消費者行政の概要」より作成

宮崎県消費者基本計画の骨子及び素案について

③相談の傾向

- ・契約当事者が**60歳代以上**の相談は全体の**約47%**
- ・契約当事者が**20歳代以下**の相談は全体の**約9%**
- ・「商品一般（身に覚えのない不審なメール等）」、「化粧品」、「健康食品」に関する相談が多い。

④消費生活に関する県民の意識（R6年度調査）

- ・消費者トラブルにあった県民の割合は**21.7%**（H26年度調査から15.7ポイント増加）
- ・消費者トラブルの経験率は20歳代から60歳代までの年代別で大きな差は見られない
- ・トラブルを経験した県民の**約60%**が**インターネット**を通じた消費者トラブル
- ・「これまでに**消費者教育を受けたことがある**」と認知している県民は**約36%**

（3）今後取り組むべき主な課題

消費者トラブルの未然防止

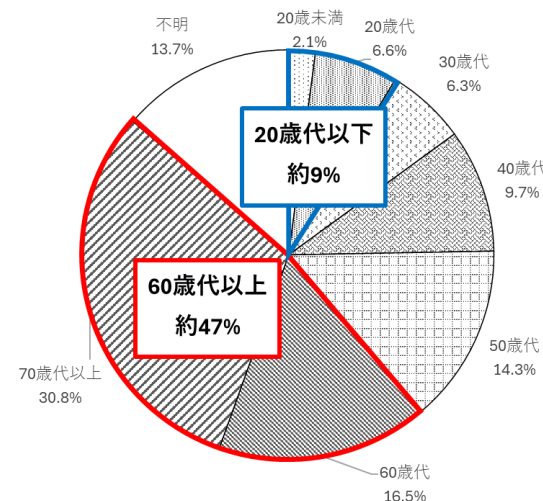
地域の見守り体制の構築

相談体制の充実強化

消費者教育の推進・担い手の確保

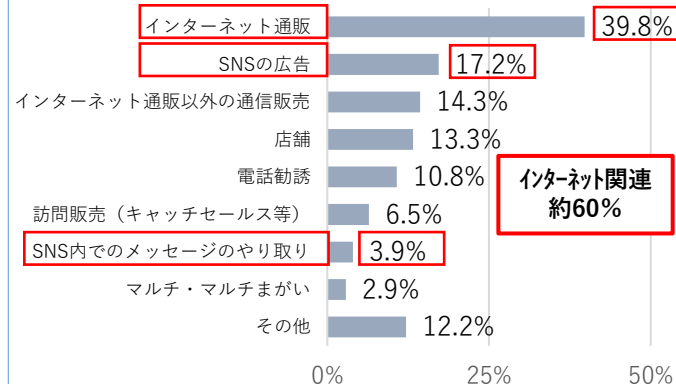
持続可能な社会の実現

（図表7）苦情相談の契約当事者の年代別割合（令和6年度）



出典：「令和7年度消費者行政の概要」より作成

（図表8）消費者被害にあった取引形態



出典：「令和6年度消費生活に関する県民意識調査結果」より作成

宮崎県消費者基本計画の骨子及び素案について

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨

高齢化の進行や成年年齢の引下げ、デジタル化の進展などに伴い、消費者トラブルが複雑化・多様化してきている。こうした消費者をめぐる社会経済情勢の変化や新たな課題に適切に対応するため、これまでの「宮崎県消費者教育推進計画」を継承・包含した「宮崎県消費者基本計画」を策定する。

2 計画の位置づけ

- ・宮崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例第4条に基づく消費者政策に関する基本的計画
- ・消費者教育の推進に関する法律第10条に基づく都道府県消費者教育推進計画

3 計画の期間

令和8年度から令和12年度まで（5年間）

第2章 消費生活を取り巻く現状と課題

1 消費者を取り巻く環境の変化

- (1) 高齢化の進行
- (2) 成年年齢の引下げ
- (3) デジタル化の進展と電子商取引の拡大
- (4) 自然災害の激甚化・多発化
- (5) 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり

2 本県における消費生活相談の状況

- (1) 本県の消費生活相談体制
- (2) 県内の消費生活相談受付件数の推移
- (3) 契約当事者の年代別の相談状況
- (4) 相談件数の多い商品・サービス
- (5) 販売購入形態別の相談状況

3 消費生活に関する県民の意識（令和6年度消費生活に関する県民意識調査）

- (1) 消費者トラブルへの関心
- (2) 消費者トラブルの経験
- (3) 消費生活相談窓口について
- (4) 消費者問題に関する学習の機会
- (5) 消費者問題に対して望む施策

4 今後取り組むべき主な課題

- (1) 消費者トラブルの未然防止
- (2) 地域の見守り体制の構築
- (3) 相談体制の充実強化
- (4) 消費者教育の推進・担い手確保
- (5) 持続可能な社会の実現

宮崎県消費者基本計画の骨子及び素案について

第3章 消費者施策の方向性と展開

1 基本理念

消費者の権利の尊重及び消費者の自立支援

2 目指す姿

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

3 基本方針

基本方針1 安全で安心な消費生活の確保

基本方針2 消費者被害の防止と救済

基本方針3 自ら考え行動する消費者の育成

基本方針1 安全で安心な消費生活の確保

商品・サービスの安全性や適正な取引の確保、法令に基づく事業者の指導に取り組むとともに、消費生活を営む上で特に配慮を要する消費者への見守り活動を推進する。

(1) 消費者の安全・安心の推進

- ① 商品、サービス、食品の安全確保
- ② 規格、表示、取引の適正化
- ③ 安全・安心な消費生活の環境確保

(2) 事業者に対する指導強化

- ① 法令や条例に基づく指導、行政処分
- ② 関係機関との情報共有や連携体制の強化

(3) 地域における見守り活動の推進

- ① みやざき地域見守り応援隊の取組推進
- ② 市町村推進体制の整備促進

第3章 消費者施策の方向性と展開

基本方針2 消費者被害の防止と救済

消費生活のデジタル化の進展等の環境の変化に伴う相談内容の複雑化・多様化に対応できるよう、県消費生活センターは中核センターとして相談体制を強化するとともに、住民にとって身近な相談窓口である市町村相談体制の充実強化を支援することで県全体の相談体制の充実を図る。

(1) 県と市町村が連携した消費者問題解決力強化

- ① 県消費生活センター相談体制の充実強化
- ② 市町村相談体制の充実強化支援
- ③ 消費生活相談窓口の積極的な広報
- ④ 相談を担う人材の確保及び資質向上

(2) 消費者ニーズに対応した相談体制の充実

- ① 消費生活相談業務のデジタル化の推進
- ② 多様な消費者に対応する相談体制の充実

(3) 関係機関・団体等との連携強化

第3章 消費者施策の方向性と展開

基本方針3 自ら考え行動する消費者の育成

【宮崎県消費者教育推進計画の部分】

ライフステージに応じた消費者教育を推進するとともに、消費者教育を行う担い手の育成を図る。また、持続可能な社会の実現に向け、人や環境等に配慮した消費行動を推進する。

(1) ライフステージに応じた消費者教育の推進

- ① 学校等における消費者教育
- ② 家庭、地域、職域における消費者教育
- ③ 若者への消費者教育
- ④ 高齢者への消費者教育
- ⑤ デジタル社会等新たな課題に対応した消費者教育

(2) 消費者教育の担い手の確保

- ① 市町村等との連携による担い手の確保
- ② 消費者教育コーディネーターによる消費者教育推進体制の構築

(3) 消費者への効果的な情報発信

- ① 多様な媒体及び多様な主体を活用した効果的な啓発活動の展開
- ② 消費者被害の情報収集及び迅速かつ的確な情報発信
- ③ 自然災害など緊急時の情報発信

(4) 持続可能な社会の形成に向けた消費行動の推進

- ① エシカル消費の普及啓発
- ② 環境教育・学習の推進
- ③ 4Rの取組及び食品ロスの削減の推進
- ④ 食育・地産地消の普及啓発

宮崎県消費者基本計画の骨子及び素案について

第4章 推進体制と進管理

1 計画の推進体制

国や他の都道府県、市町村、警察、教育委員会、福祉関係団体、弁護士会等の関係団体との緊密な連携により計画を推進

2 計画の進管理

毎年度、施策の実施状況を宮崎県消費生活対策審議会に報告、県ホームページで公表

3 評価指標

	評価指標	現状 (R6年度)	目標 (R12年度)
計画全体	表示や説明を十分確認し、その内容を理解したうえで商品やサービスを選択することを心がけている人の割合	— (参考値) 国R6年度調査 77.5%	80.0%
基本方針1	景品表示法処理件数	22件	25件 (各年度)
	見守りネットワーク設置市町村数	2市	全26市町村
	みやざき地域見守り応援隊（消費者安全確保地域協議会）への情報提供回数	12回	24回 (各年度)
基本方針2	県内の相談員資格保有率	75.8%	80.0%
	県内の相談員研修参加率	100%	100%を維持
	市町村消費生活センター・窓口への巡回訪問数	11回	32回
	県消費生活センターによるあっせん解決率	92.0%	93.0%
基本方針3	県・市町村消費生活センターの出前講座実施回数	315回	400回
	出前講座実施市町村の割合	34.6%	100%
	県HP、県消費生活センター公式Xによる発信回数	96回	180回