資料6

第５次沖縄県消費者基本計画

令和９年度～令和 13 年度

素 案

（R８.10. ６ 令和８年度第２回沖縄県消費生活審議会専門部会）

目次

第1章　計画の基本的な考え方 1

1. 計画策定の趣旨 1

2. 計画の位置付け 2

3. 計画の期間 2

第2章　消費生活を取り巻く状況と課題 3

1. 消費生活を取り巻く社会環境の変化 3

(1) 消費生活に配慮を要する消費者の拡大 3

(2) 若年者の消費者被害防止 5

(3) 消費生活におけるデジタル技術の浸透 6

(4) 消費生活のグローバル化の進展 8

(5) 緊急時における消費行動の変化 9

(6) 持続可能でより良い社会の実現に向けた取組 10

(7) 本県特有の社会経済状況等 12

2. 本県の消費者問題の状況 15

(1) 県内における消費生活相談件数の状況 15

(2) 契約当事者の年齢 16

(3) 相談内容 16

(4) 若年者の契約トラブルに関する相談状況 17

(5) 特殊詐欺の被害状況 19

(6) 消費生活に関する県民の意識 20

3. 第4次計画の取組状況 21

基本目標1：消費者の安全・安心の確保 21

基本目標2：自主的かつ合理的な選択の機会の確保 22

基本目標3：消費者被害の防止と救済 22

基本目標4：持続可能な社会の実現に向けた消費行動と事業活動の推進 22

基本目標5：考えて行動できる「うちなー消費者」の育成（消費者教育の推進） 23

基本目標6：消費者行政を推進するための体制の充実 23

第3章　消費者政策の基本目標及び施策体系 24
1. 基本目標 24
2. 施策の体系 24
第4章　消費生活に関する施策の展開 25
基本目標1　消費者の安全・安心の確保 25
（1－1）生産から消費に至る一貫した食の安全性の確保 25
ア　生産段階での食の安全の確保 25
イ　出荷から販売段階までの食の安全の確保 25
ウ　食品の安全性に関する理解促進 26
（1－2）食品以外の商品・サービスの安全性の確保 27
ア　消費生活関連製品の安全確保に向けた立入検査の実施 27
イ　事業者への個人情報の保護に関する支援の実施 27
（1－3）消費者事故等情報への適切な対応 28
ア　消費者安全法に基づく情報提供等の実施 28
（1－4）事業活動におけるコンプライアンス向上に向けての自主的な取組の推進 28
ア　公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進 28
（1－5）大規模自然災害など緊急時における対応 28
ア　緊急時における消費生活の安心の確保 29
イ　緊急時における便乗行為等への対応 29
基本目標2　自主的かつ合理的な選択の機会の確保 30
（2－1）表示制度の適正な運用の確保 30
ア　表示の適正化推進 30
イ　商品の正確計量の監視の実施 31
（2－2）適正な取引の確保 31
ア　取引に関する監督指導および適正化の推進 31
イ　介護・医療サービス情報の公表 32
ウ　生活関連商品の価格動向の情報収集・提供 32
（2－3）悪質事業者に対する指導及び取締りの強化 32
ア　悪質商法の取締り強化 33
基本目標3　消費者被害の防止と救済 34

（3－1）被害救済及び苦情処理・紛争解決の促進 34
ア 消費者相談情報活用の推進 34
イ 消費生活相談体制の充実 35
ウ 紛争解決手段と司法支援体制の周知強化 35
エ 多重債務対策及びヤミ金融被害防止対策の推進 35
オ 薬物乱用防止対策の推進 36
（3－2）インターネット利用に関する消費者被害の防止 36
ア サイバー空間における安全の確保に向けた対策の実施 36
イ 安全な利用環境整備のためのフィルタリングの普及促進 36
ウ インターネット利用の危険性の認識向上のための広報啓発 37
エ 警察と連携した情報発信 37
（3－3）消費生活に配慮を要する消費者の消費者被害の防止 37
ア 消費生活に配慮を要する消費者に配慮した施策の推進 37
イ 警察による消費者安全確保に向けた防犯・取締活動の推進 38
（3－4）消費生活のグローバル化の進展への対応 38
ア 海外事業者との消費者トラブルへの対応 39
イ 外国人の支援体制の構築と関係機関との連携 39
（3－5）迅速かつ効果的な情報提供 39
ア 各種広報媒体を活用した消費生活に関する情報提供 39
イ 消費者被害相談窓口の周知（消費者ホットライン 188） 39
基本目標4 持続可能な社会の実現に向けた消費行動と事業活動の推進 40
（4－1）食品ロス削減の推進 40
ア 家庭における食品ロス削減の普及啓発等の推進 40
イ エシカル消費啓発と連動した取組 40
ウ 災害備蓄食料の有効活用 41
（4－2）環境に配慮した消費行動の推進 41
ア 循環型社会形成の推進 41
イ 環境保全活動の推進 41
ウ クリーンエネルギーの推進 42
（4－3）持続可能な社会の形成に資する取組の推進 42

ア エシカル消費の普及促進 42
イ 地産地消の推進 42
ウ 県産品の推奨 43
エ 消費者志向経営（サステナブル経営）の推進 43
（4－4）カスタマーハラスメントを生まない消費者意識の醸成 43
ア カスタマーハラスメント対策に係る消費者への啓発 43
基本目標5 考えて行動できる「うちなー消費者」の育成（消費者教育の推進） 44
（5－1）ライフステージに応じた様々な場における消費者教育の推進 44
① 学校における消費者教育の推進 44
ア 学習指導要領に基づく学校での消費者教育 44
イ 大学等との連携事業の推進 45
ウ 消費者行政部門と学校教育部門との連携強化 45
エ インターネット利用に関する消費者教育の推進 45
オ PTA 活動等と連携した保護者への消費者教育の推進 45
カ 外部人材を活用した消費者教育の推進 45
② 地域社会での消費者教育の推進 46
ア 消費者教育講座の実施 46
イ 生涯学習講座、施設と連携した消費者教育 46
ウ 障害の特性に配慮した消費者教育の推進 46
エ 高齢者を対象とした講習会等の実施 46
（5－2）消費者教育の担い手の育成 47
ア 消費生活相談員への研修 47
イ 小・中・高・特別支援学校の教職員研修 47
ウ 地域の消費者教育の担い手に対する講座 47
エ 地域包括支援センターの職員に対する情報提供 48
オ 消費者教育コーディネーターの配置及び育成 48
（5－3）消費生活と関連する他の教育の推進 48
ア 環境教育の推進 48
イ 食育の推進 48
ウ 衛生教育の推進 49
エ 金融経済教育の推進 49

基本目標6 消費者行政を推進するための体制の充実 50
（6－1）市町村における消費者行政体制の充実・支援 50
ア 市町村消費生活相談窓口の充実・支援 50
イ 市消費生活センター等との連携 51
（6－2）消費者施策への消費者意見の反映 51
ア 消費者意見の施策への反映 51
イ 条例に基づく「知事への申出制度」の周知 51
（6－3）消費者の組織的な活動への支援 52
ア 消費者団体訴訟制度の活用の推進 52
イ 消費者団体との意見・情報交換の実施 52
ウ 消費生活協同組合に対する監督・指導の実施 52
第5章 計画の実効性の確保 53
1. 推進体制 53
（1）沖縄県消費者行政連絡会議の運営 53
（2）沖縄県消費生活審議会への報告 53
2. 数値目標の設定 54
3. 進行管理及び実施状況の公表 54
参 考 資 料 57
1. 施策一覧 58
2. 用語説明 61
3. 沖縄県消費生活条例 64
4. 消費者教育の推進に関する法律 73
5. 沖縄県消費生活審議会規則 79
6. 沖縄県消費生活審議会委員名簿 81
7. 沖縄県消費者行政連絡会議設置要綱 82
8. 消費者基本法 85
9. 消費者教育の体系イメージマップ 93

第１章　計画の基本的な考え方

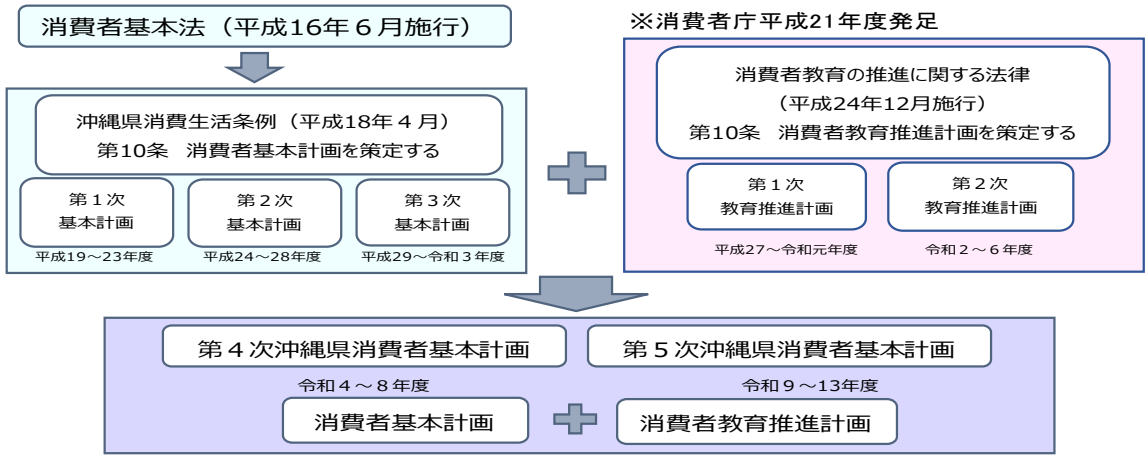
１．計画策定の趣旨

本県では、沖縄県消費生活条例に基づき、消費者の権利尊重と自立支援を基本理念とした「沖縄県消費者基本計画」を平成19年に策定して以来、５年ごとに新たな計画を策定し、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推進してきました。また、消費者教育*については、国の「消費者教育の推進に関する法律」に基づき、平成27年に「沖縄県消費者教育推進計画」を策定し、体系的かつ一体的な推進に取り組んできました。

令和４年度からは、消費者施策をより重層的に展開していくため、「消費者教育推進計画」を「消費者基本計画」の基本目標の一つとして体系的に位置づけ、計画を一本化し、「第４次沖縄県消費者基本計画（令和４～令和８年度）」を策定しました。

消費者を取り巻く環境は、高齢化の進展や単独世帯の増加に加え、デジタル化の加速やインターネット取引の拡大、グローバル化の進展等により大きく変化しています。これに伴い、消費者トラブルや消費者被害の内容も多様化・複雑化しています。また、SDGs**（持続可能な開発目標）の実現に向け、食品ロスの削減やエシカル消費**の推進等の消費行動が求められる一方で、本県特有の地理的・社会的要因に起因する様々な課題を抱えています。

本県では、これら消費者を取り巻く環境の変化に的確に対応するため、令和７年３月に策定された国の新たな「消費者基本計画」等を踏まえ、今後の施策をより総合的かつ効果的に推進していくため、「第５次沖縄県消費者基本計画」を策定します。



---

* 用語説明は p.62 参照。

** 用語説明は p.61 参照。

２．計画の位置付け

沖縄県消費生活条例（以下「条例」という。）第10条に基づく計画であるとともに、消費者教育の推進に関する法律第10条第１項に基づく「沖縄県消費者教育推進計画」を兼ねた計画とします。

また、「新・沖縄21世紀ビジョン基本計画（令和４～13年度）」や関連する他の計画との整合も十分図りながら、効果的な計画推進を図ります。

本計画の推進にあたっては、「沖縄県SDGs実施指針」を踏まえ、誰一人取り残さないという理念のもと、SDGs（持続可能な開発目標）を推進します。

図表：第5次沖縄県消費者基本計画とSDGsの関連表

基本目標	関連するSDGs
1. 消費者の安全・安心の確保	
2. 自主的かつ合理的な選択の機会の確保	
3. 消費者被害の防止と救済	
4. 持続可能な社会の実現に向けた消費行動と事業活動の推進	
5. 考えて行動できる「うちなー消費者」の育成（消費者教育の推進）	
6. 消費者行政を推進するための体制の充実	

３．計画の期間

本計画の期間は、令和９年度から令和13年度までの５年間とします。なお、国の動向や県の取組状況を踏まえ、必要に応じて見直しを行います。

第２章　消費生活を取り巻く状況と課題

１．消費生活を取り巻く社会環境の変化

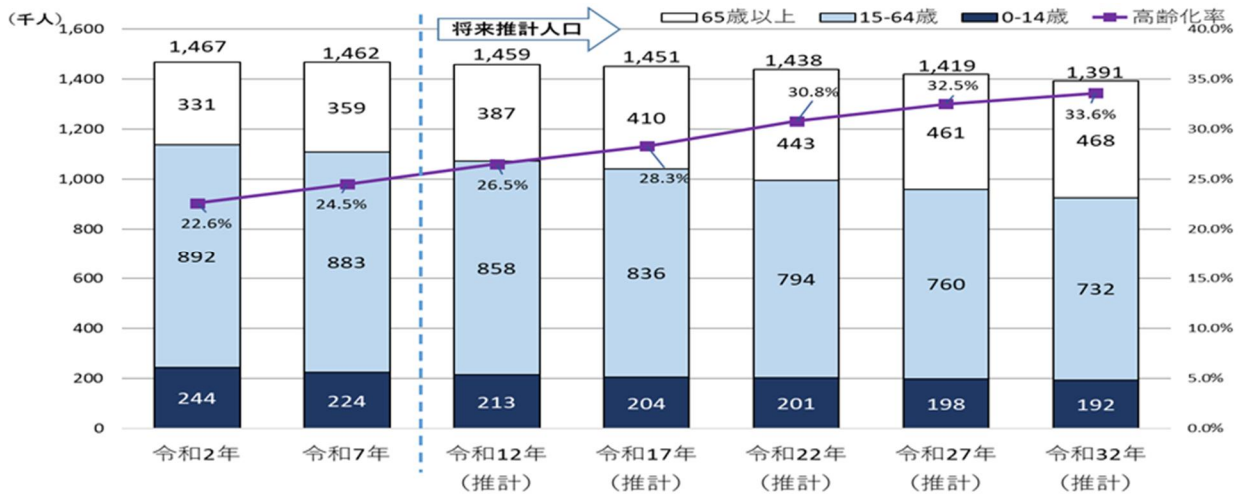
（１）消費生活に配慮を要する消費者の拡大

本県の高齢化率*は令和2年の 22.6%から令和 32 年には 33.6%へと上昇し、県民の約3人に1人が高齢者となる見通しです。これと同時に、平均世帯人員は令和2年の 2.33 人から令和 32 年には 1.99 人にまで減少を続けるなど、世帯の小規模化や高齢者の単独世帯の増加が確実に進行していくと推計されています。

このような世帯構造の変化に伴う高齢者の孤立は、消費者被害のリスクをより一層深刻化させる背景となっています。同居家族がいない、あるいは周囲の目が届かない状況下で高齢者がトラブルに巻き込まれた場合、高齢者自身が被害に気づきにくく、問題も顕在化しづらいため、対応が遅れるリスクが高まっています。

また、障害のある方についても、判断力や理解力が十分でない場合があり、消費者トラブルに巻き込まれやすい傾向があります。このため、消費生活に配慮を要する消費者に対し、それぞれの特性に応じた消費者教育を効果的に実施していく必要があります。今後は、老人クラブ連合会や地域包括支援センター、警察等の多様な関係機関と連携し、地域全体で高齢者等を見守るネットワーク体制を強化することで、トラブルの未然防止と早期発見につなげていくことが今後の重要な取組となります。

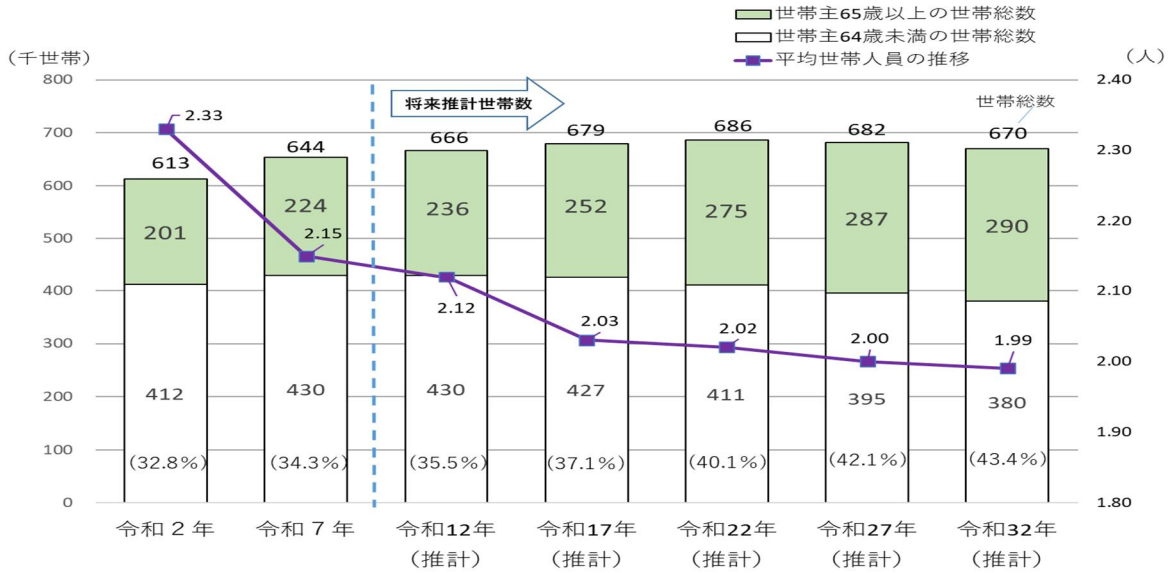
図表1　沖縄県における人口と高齢化率の推移



* 用語説明は p.61 参照。

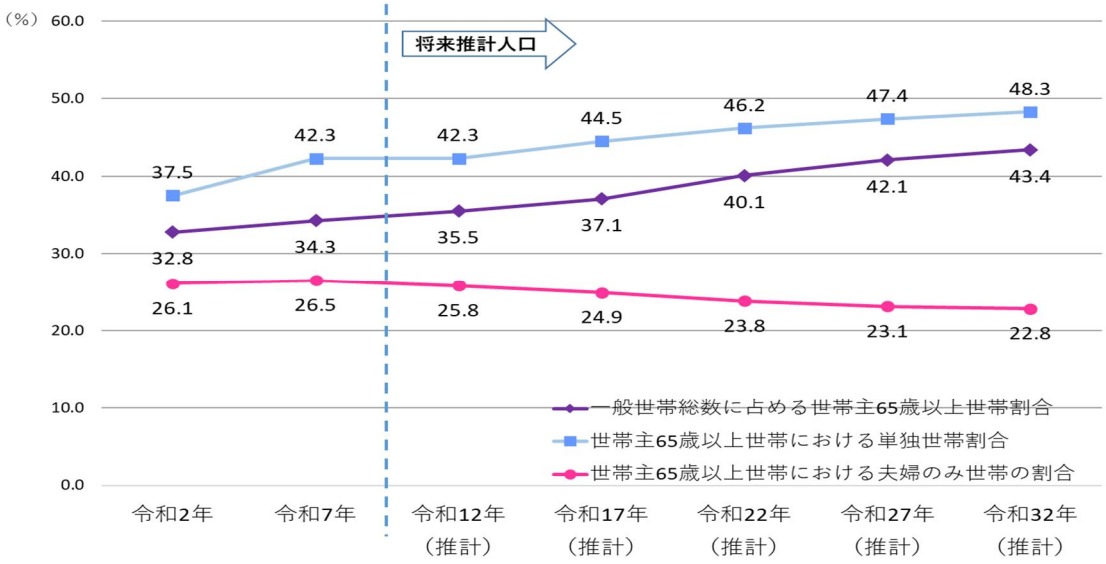
資料：令和7年までは総務省「国勢調査」、令和12年度以降は、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」（令和5（2023）年推計）より作成

図表2　沖縄県における世帯等の推移



資料：令和7年までは総務省「国勢調査」、令和12年度以降は、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（令和6（2024）年推計）」より作成

図表3　沖縄県における高齢者世帯の割合



資料：令和7年までは総務省「国勢調査」、令和12年度以降は、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（令和6（2024）年推計）」より作成

（２）若年者の消費者被害防止

民法の改正により、令和４年４月１日から成年年齢が 20 歳から 18 歳へと引き下げられました。この改正に伴い、18 歳および 19 歳の若年者は「未成年者取消権*」による法的な保護の対象から外れ、自らの判断で締結した契約に対して自分自身で責任を負うこととなりました。契約に関する知識や社会経験が必ずしも十分とは言えない若年者が、法的な保護のないまま社会に出ることは、消費者トラブルの増加を招く大きな要因として懸念されています。

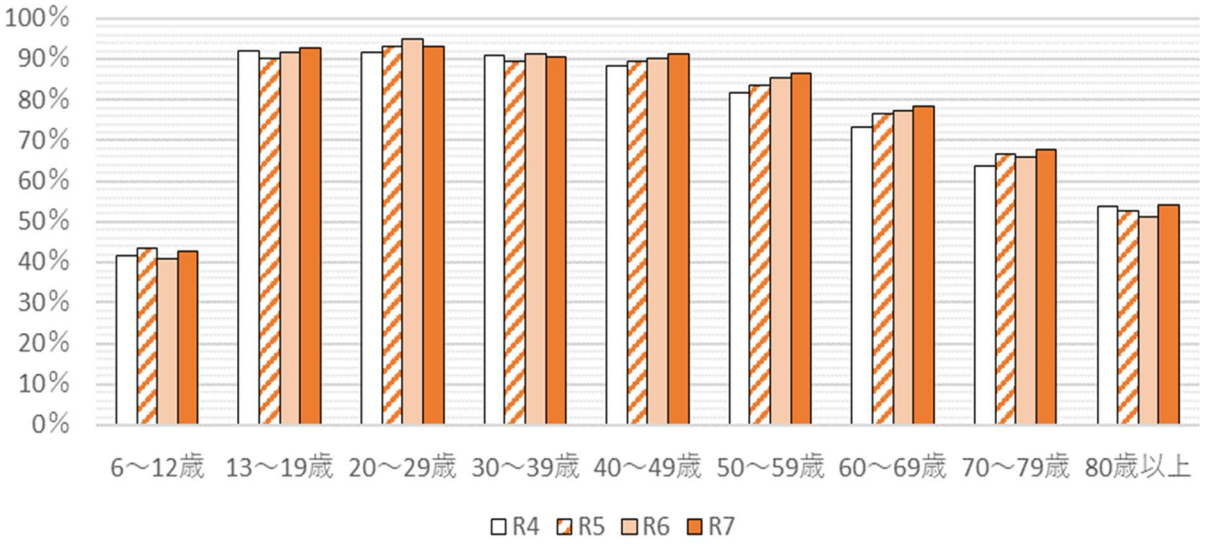
特に近年、若年層を中心にソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）の定着が進んでいます。総務省「通信利用動向調査」によると、13～29 歳の年齢層では、令和４年度以降一貫して利用率が 90%を超える高水準を維持しており、消費者庁「令和７年版消費者白書」によれば、ソーシャルメディアの利用時間も他世代を大きく上回っていることがわかります。こうした SNS は高い利便性を有する一方で、悪質商法による勧誘の入り口となりやすく、結果として SNS に起因する消費生活相談件数の増加を招く大きな要因となっています。

変化する社会環境の中で、若年者が消費者トラブルに巻き込まれるのを防ぎ、自ら主体的に選択し、責任を持って行動できる「自立した消費者」へと成長できるよう支援することが求められます。そのためには、新成人となった若年者への重点的な啓発はもとより、幼児期から大学生、さらには就業者に至るまで、各ライフステージに応じた継続的かつ実践的な消費者教育を体系的に展開していくことが極めて重要です。

---

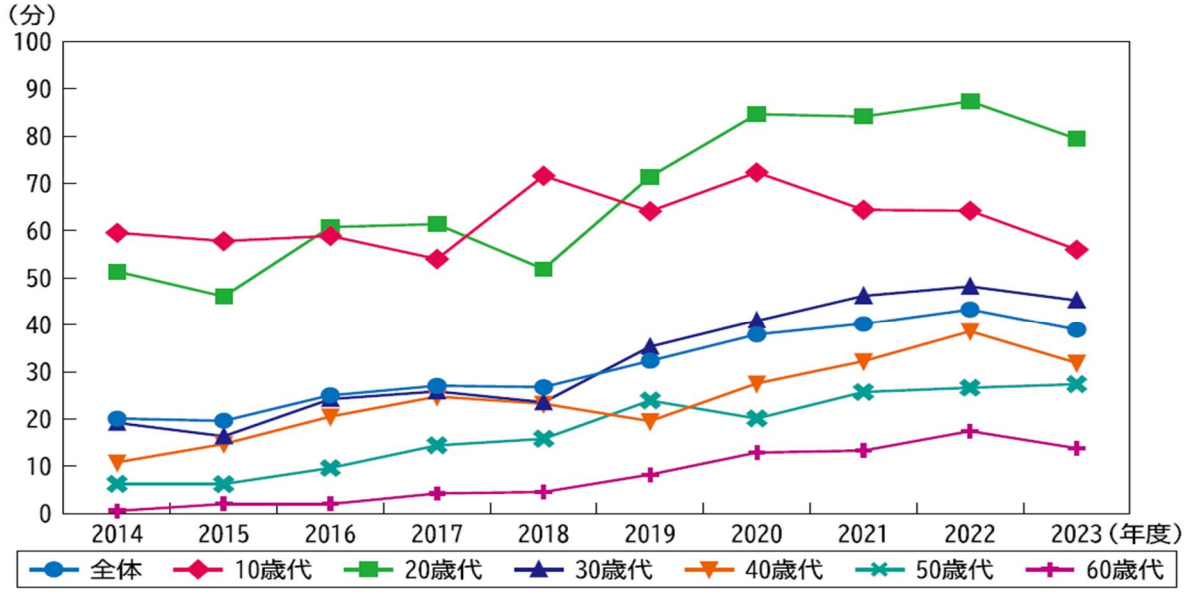
* 用語説明は p.63 参照。

図表4　SNSの利用動向（個人）



資料：総務省　「令和７年通信利用動向調査」「令和５年通信利用動向調査」より作成

図表5　平日のソーシャルメディアの平均利用時間の推移（年齢層別）



（備考）　1．総務省「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」により作成。
2．平日のソーシャルメディアの利用時間を各年ごとに抽出して作成（2014年度から2023年度まで）。

資料：消費者庁　「令和7年版消費者白書」より

（３）消費生活におけるデジタル技術の浸透

近年、情報通信技術（ICT）の著しい高度化に伴い、スマートフォンやタブレット型端末が急速に普及し、時間や場所を選ばず手軽に商品やサービスを購入できる環境が整備されてきました。総務省の「通信利用動向調査」によると、インターネット利用者の割合は、13～69 歳の各年齢階層において９割を上回っており、60 代以上の利

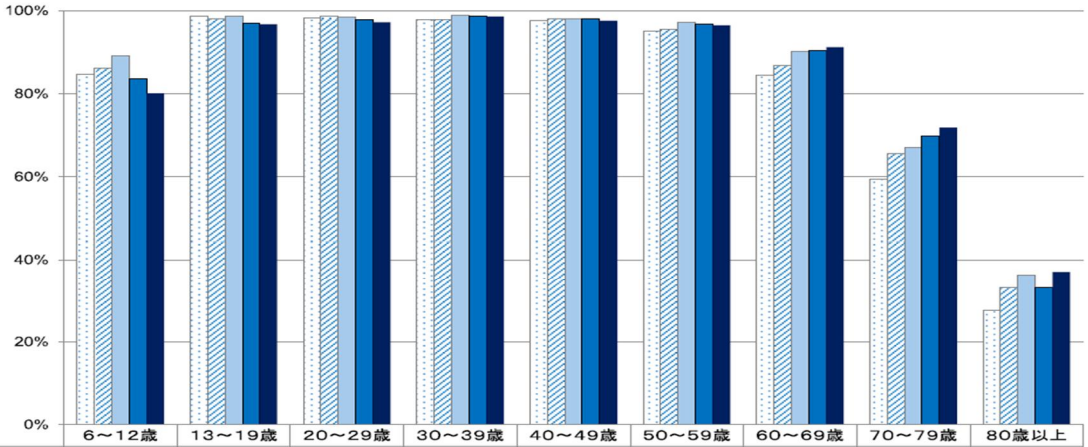
用も増加傾向にあります。また、経済産業省「電子商取引に関する市場調査」に示されるとおり、国内の電子商取引*市場の規模は年々拡大しています。

しかしその一方で、非対面取引の特性に起因する「契約内容と実際の商品の相違」や「商品の未着」といったトラブルが発生しており、本県の消費生活相談においても、通信販売に関する相談が高い割合を占めている状況にあります。

デジタル空間における取引では、画面上の時間制限表示などの心理的誘導により、年齢を問わず誰もが一時的に心理的な脆弱性を抱え、不適切な契約を締結してしまう危険性が指摘されています。また、個人間取引（CtoC 取引）の拡大に伴い、消費者が予期せず加害者側の立場となるリスクも生じています。さらに、キャッシュレス決済の普及を背景に、決済情報の漏洩やプリペイドカードを悪用した詐欺といった新たな課題も浮き彫りとなっています。

今後も、電子商取引や個人間取引市場のさらなる拡大が見込まれる中、消費者被害の未然防止および拡大防止に向け、関係機関と連携した取締りの強化や安全な取引環境の整備を進めることが求められます。同時に、消費者一人ひとりがトラブルを回避し、主体的に行動できるよう、デジタル社会の特性やリスクに応じた情報リテラシー**の向上と、継続的な意識啓発を推進していく必要があります。

図表6　年齢階層別インターネット利用状況の推移



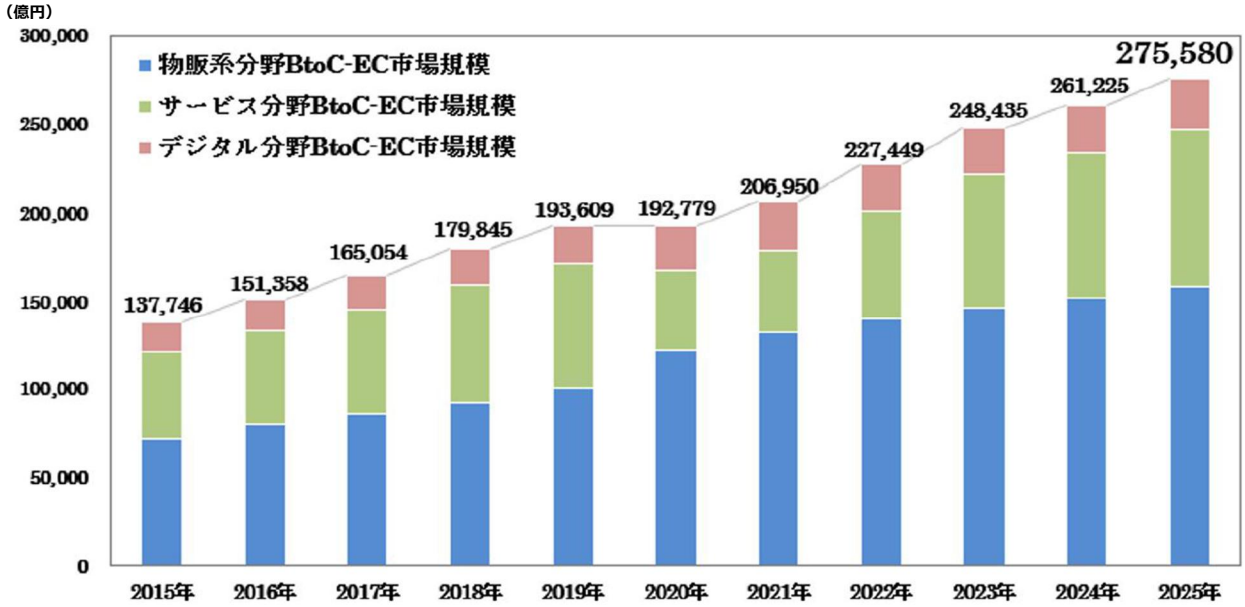
	6～12歳	13～19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	80歳以上
令和3年（n=42,988）	84.7	98.7	98.4	97.9	97.7	95.2	84.4	59.4	27.6
令和4年（n=38,629）	86.2	98.1	98.6	97.9	97.9	95.4	86.8	65.5	33.2
令和5年（n=33,009）	89.1	98.7	98.4	98.9	98.1	97.2	90.2	67.0	36.4
令和6年（n=35,852）	83.7	96.9	97.8	98.8	98.1	96.9	90.4	69.8	33.1
令和7年（n=42,214）	80.1	96.8	97.2	98.6	97.6	96.4	91.2	71.9	37.1

* 用語説明は p.63 参照。

** 用語説明は p.62 参照。

資料：総務省　「令和７年通信利用動向調査」より

図表7　国内電子商取引市場規模の推移【消費者向け電子商取引】（単位：億円）



資料：経済産業省「令和７年度デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）」より

※物販系分野…食品、生活家電、書籍、化粧品等
　サービス分野…旅行サービス、飲食サービス、チケット販売、金融サービス等
　デジタル分野…電子出版、有料音楽配信、有料動画配信、オンラインゲーム等

（４）消費生活のグローバル化の進展

　デジタル技術の飛躍的な進展に伴い、インターネットを経由した海外事業者との越境電子商取引*が身近なものとなり、その市場規模は年々拡大しています。これに伴い、海外事業者との消費者トラブルも増加傾向にあり、越境消費者センター（CCJ）**には、意図しないサブスクリプションサービスの継続課金、SNS 広告を発端とする詐欺の疑い、商品の未着などの相談が多く寄せられています。これらのトラブルは、言語の壁や法制度の違いにより、事業者の特定や交渉が難しく、解決が困難になるケースが少なくありません。

　また、観光需要の回復による訪日外国人旅行者や、外国人就労者をはじめとする外国人住民数の増加により、「訪日観光客消費者ホットライン***」への相談も年々増加

---

* 用語説明は p.61 参照。

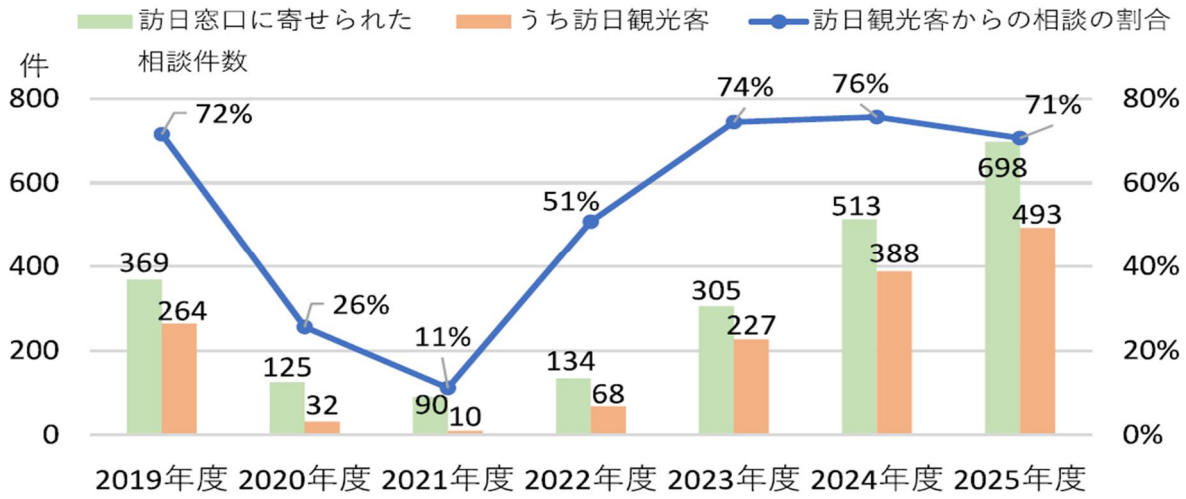
** 用語説明は p.62 参照。

*** 用語説明は p.63 参照。

しています。今後も、言語や文化、商慣行の違いに起因する契約内容の理解不足や、コミュニケーションの行き違いによる消費者トラブルの発生が懸念されます。

　このような消費生活のグローバル化に対応するため、県民に対する越境取引のリスクに関する周知啓発を行うとともに、多言語相談に対応する関係機関への案内を適切に行うなど、さらなる連携強化による救済体制の充実が喫緊の課題となっています。

図表8　訪日観光客消費者ホットラインに寄せられた相談件数



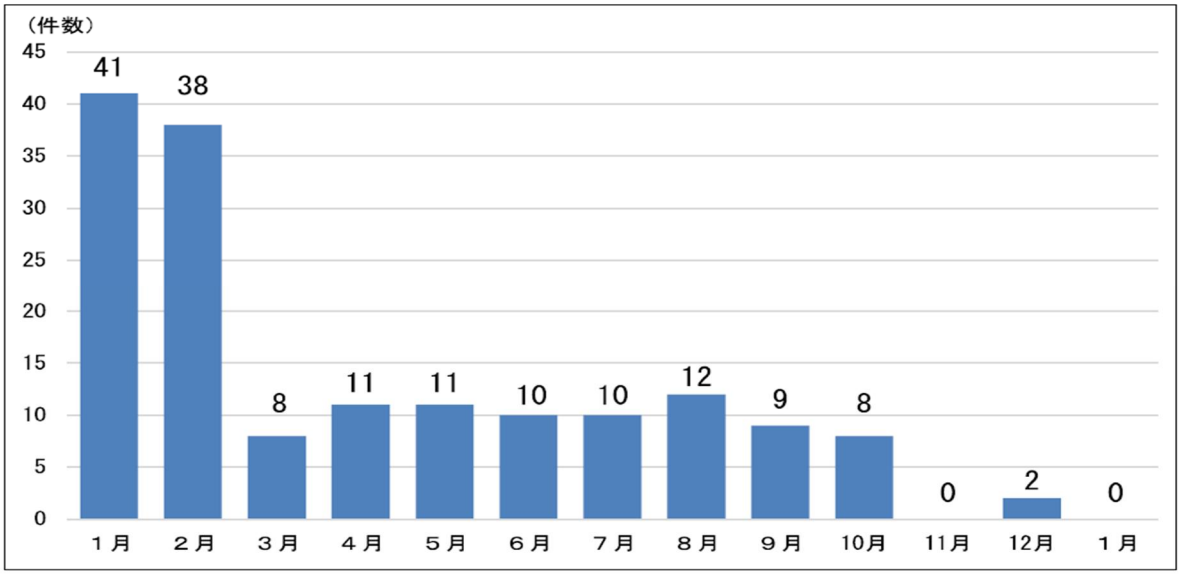
資料：国民生活センター「2025 年度 訪日観光客消費者相談の状況－訪日観光客消費者ホットラインより－」より

（５）緊急時における消費行動の変化

　自然災害の発生や感染症の拡大といった非常時においては、人々の不安な心理に付け込んだ悪質商法や、不正確な情報に起因する市場の混乱が大きな課題となっています。新型コロナウイルス感染症の拡大時には、需要の急増や根拠のない風説等によって、マスクや消毒液などの一時的な品薄を背景に、高額転売や買いだめが発生しました。また、令和６年能登半島地震においては、被災者の心理に付け込んだ保険金請求代行、自宅屋根や設備等の悪質な補修など、災害に便乗した悪質商法が横行しました。

　このように、非常時や緊急時には、一般の消費者であっても冷静さを欠いた行動をとりやすく、トラブルに巻き込まれるリスクが高まります。そのため、消費者が冷静かつ適切な消費行動を選択できるよう、行政による正確で迅速な情報提供が極めて重要となります。また、関係機関との連携による見守り体制の整備に継続して取り組むことで、消費者被害の未然防止や拡大防止を図ることが不可欠です。

図表9 「能登半島地震関連 消費者ホットライン」開設後1年間の相談件数



資料：独立行政法人国民生活センター「『能登半島地震関連 消費者ホットライン』開設後1年間のまとめ 」より

（6）持続可能でより良い社会の実現に向けた取組

平成27年9月に国連サミットで採択された「SDGs（持続可能な開発目標）」は、令和12年までに持続可能で多様性と包摂性のある社会を実現するための国際目標であり、消費者行政の推進においてもその理念を踏まえることが極めて重要となっています。特に目標12「つくる責任 つかう責任」においては、消費者自らが自覚を持って行動することが求められています。

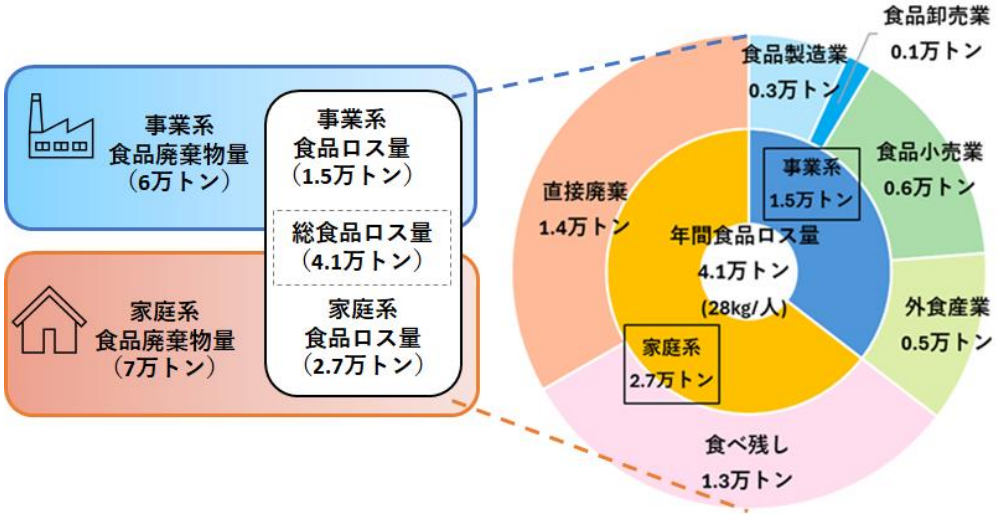
本県における令和7年度の食品ロス調査によると、食品産業全体の食品ロス量は令和3年の25,783トンから令和7年には14,629トンへと約43%減少しました。こうした実績の背景には、環境・人・社会に配慮した「エシカル消費（倫理的消費）」に対する消費者の意識の高まりと行動変容があり、これらは事業者に対して環境保全や社会貢献を重視した「消費者志向経営*」への取組を促す原動力ともなっています。

今後は、消費者の選択や行動は経済社会や地球環境に対して大きな影響を与えることから、消費者が持続可能な社会の形成にさらに積極的に参画できるよう、一層の意識啓発を図ることが求められます。その上で、消費者の行動変容を事業者の取組へと

* 用語説明は p.62 参照。

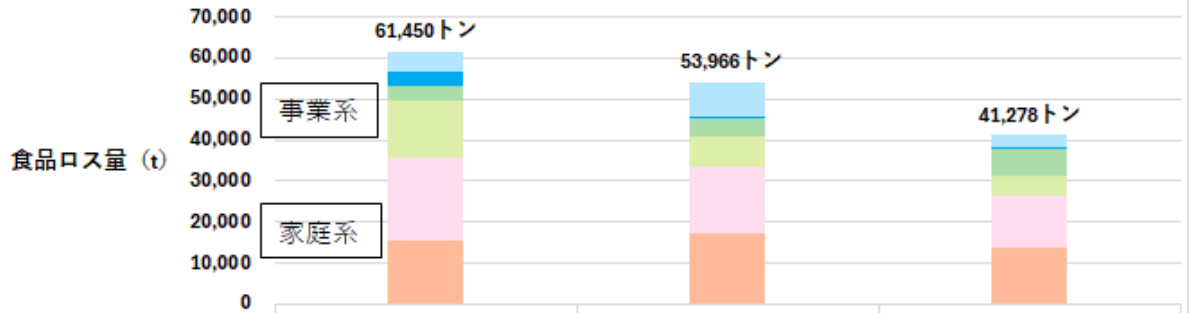
確実に繋げ、消費者と事業者の協働のもとで持続可能な社会の実現に向けた取組を展開していくことが、本計画における重要な課題となっています。

図表10　県内の食品廃棄物等の発生状況（令和7年度調査）



※表示単位未満の四捨五入等により、内訳の合計が一致しない場合がある。

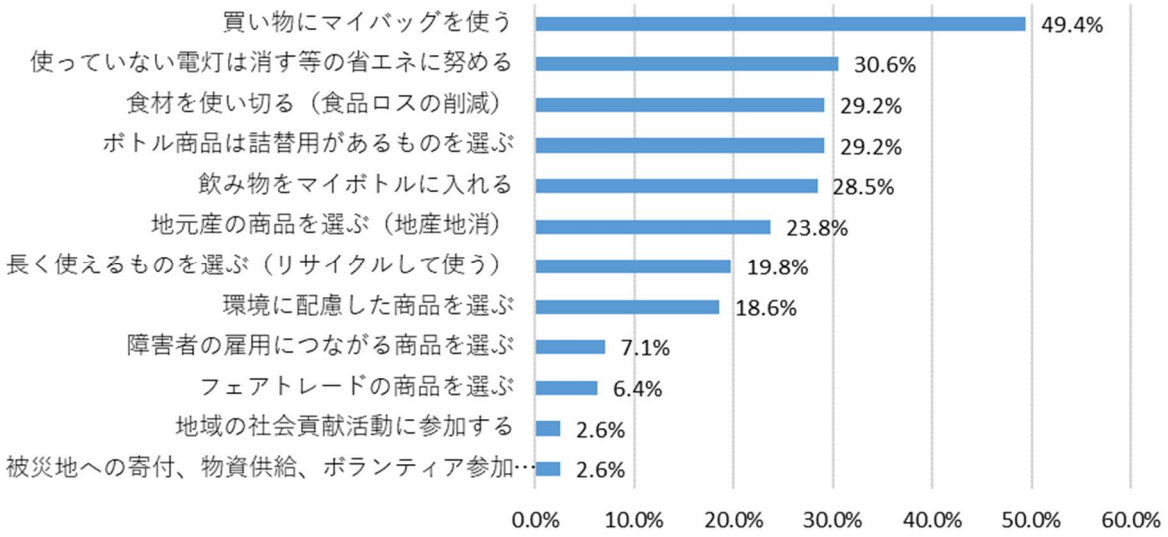
図表11　県内食品ロス要因別発生量（推計値）



	2021年度（R03）	2022年度（R04）	2025年度（R07）
（事業系）食品製造業	4,692	8,330	2,833
（事業系）食品卸売業	3,678	405	718
（事業系）食品小売業	3,564	4,351	6,257
（事業系）外食産業	13,848	7,597	4,821
（家庭系）食べ残し	20,196	16,035	12,918
（家庭系）直接廃棄	15,471	17,248	13,731

※表示単位未満の四捨五入等により、内訳の合計が一致しない場合がある。

図表12　令和7年度沖縄県エシカル消費アンケート調査（425人複数回答可）



（７）本県特有の社会経済状況等

本県における消費者行政を推進するにあたっては、島しょ県という地理的条件や、独自の産業構造、社会状況に起因する以下の課題を深く認識する必要があります。

（ア）経済的状況

沖縄県は第３次産業中心の産業構造であり、県民所得や貯蓄水準において全国との格差が顕著です。統計データで見ると、１人当たりの県民所得は 225 万 8 千円で全国平均の約 67.8%に留まり、二人以上世帯の貯蓄現在高（602 万 1 千円）は全国最下位で、平均値と比べ約 848 万円もの差があります。

また、本県の離婚率は全国１位であり、「令和５年度沖縄県ひとり親世帯等実態調査」によると、母子世帯の割合（4.38%）は全国平均の約 1.9 倍に達しています。さらに、世帯収入 300 万円未満（100 万円未満、100～200 万円未満、200～300 万円未満）の割合は母子・父子世帯ともに全国平均を上回っています。特に父子世帯においては、全国平均の 24.5%に対して本県は 52.1%と、27.6 ポイント高く、全国との格差が顕著です。こうした厳しい経済状況下にある世帯において、効率的な消費支出や健全な家計管理を行う能力を養うことは、生活の安定と自立を図る上での切実な課題となっています。

（イ）金融知識の状況

自立した消費生活を営む上で必要不可欠な「金融リテラシー*（お金の知識・判断力）」についても大きな課題があります。金融経済教育推進機構（J-FLEC）の調査によると、本県における 18 歳以上の個人の金融リテラシー正答率は全国 46 位にとどまっている状況です。高い出生率の一方で若年層の失業率が高いという本県の特性を踏まえると、金銭に関する適切な知識や判断力を身につけるための「金融・金銭教育」の充実は、将来の生活設計を確かなものにするために極めて重要です。

（ウ）地理的状況

沖縄本島と 38 の有人離島が点在する本県では、高等学校が設置されている離島が久米島（１校）、宮古島（３校）、石垣島（３校）の３島に限られているため、多くの子どもたちが進学や就職を機に、若いうちから親元を離れて生活を始めます。こうした離島出身の若年層は、早い段階で自ら契約行為や金銭管理を行う必要に迫られるため、基本的な契約知識や金融リテラシーを確実に習得しておく必要があります。本土から遠隔にある島しょ県としての特性や、県民所得及び貯蓄現在高の低さ、全国トップの離婚率といった沖縄特有の課題を十分に意識した、実効性の高い消費者教育の展開が求められています。

図表 13　沖縄県特有の経済的･社会的背景

【県民所得（一人あたり）】

令和３年度　　単位：千円

順位	都道府県名	指標値
	全国	3,330
1	東京都	5,761
2	愛知県	3,597
（３～43位は省略）		
44	奈良県	2,549
45	鳥取県	2,507
46	宮崎県	2,409
47	沖縄県	2,258

【貯蓄現在高（二人以上世帯）】

令和元年度　　単位：千円

順位	都道府県名	指標値
	全国	14,497
1	神奈川県	18,218
2	愛知県	17,685
（３～43位は省略）		
44	宮崎県	8,880
45	鹿児島県	8,704
46	青森県	8,413
47	沖縄県	6,021

* 用語説明は p.61 参照。

【離婚率（人口千人当たり）】

令和３年度

順位	都道府県名	指標値
	全国	1.52
1	沖縄県	2.20
2	宮崎県	1.74
3	北海道	1.71
3	大阪府	1.71
(4～45位は省略)		
46	新潟県	1.19
47	富山県	1.14

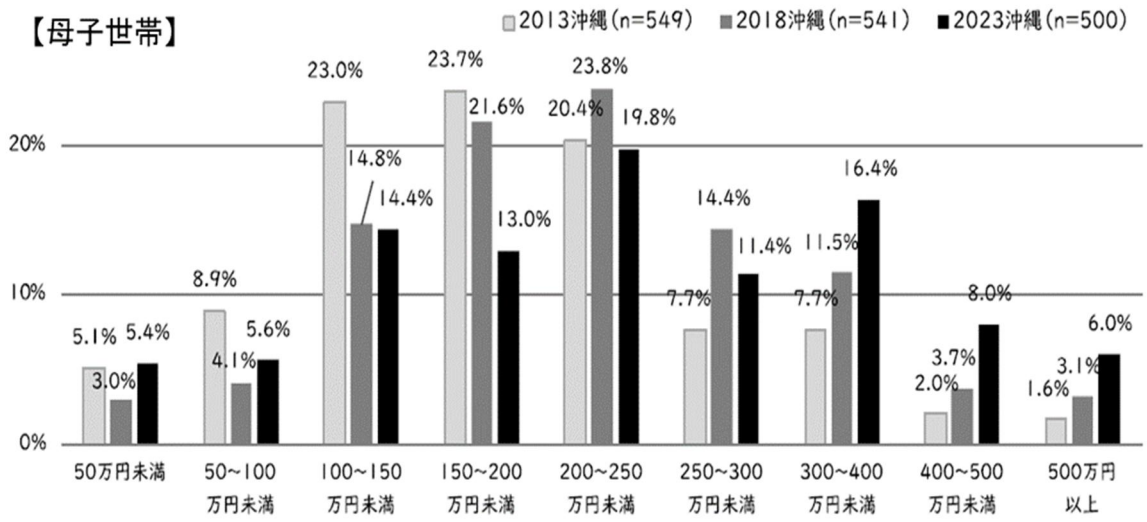
【金融リテラシー調査の正答率】

令和７年　　単位：%

順位	都道府県名	指標値
	全国	53.8
1	香川県	60.3
2	徳島県	58.3
(３～43位は省略)		
44	宮崎県	50.5
45	宮城県	49.5
46	沖縄県	48.9
47	山梨県	47.8

資料：総務省統計局「統計でみる都道府県のすがた 2026」、金融経済教育推進機構（J-FLEC）「金融リテラシー調査 2025 年」より作成

図表 14　ひとり親世帯の父母自身の収入



資料：沖縄県 こども未来部「沖縄県ひとり親世帯等の実態調査報告書」より

２．本県の消費者問題の状況

（１）県内における消費生活相談件数の状況

県で受け付けた相談件数は、平成 16 年度の１万 2,761 件をピークに、コロナ関連の相談が急増した令和２年度を除き、平成 29 年度以降は、5,000 件前後で推移していましたが、令和７年度は 6,010 件と大幅に増加しました。

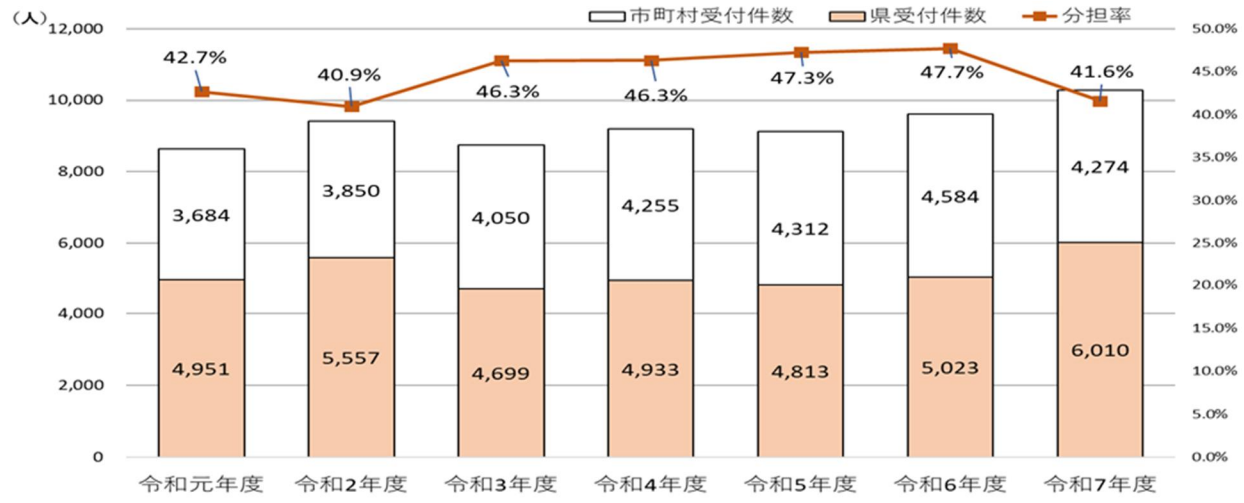
昭和 44 年に改正された地方自治法では、消費者保護が地方公共団体の処理すべき事務（現在の「自治事務」）として位置付けられ、平成 21 年６月に制定された消費者安全法では、市町村の具体的な事務として、消費生活相談、苦情処理、あっせん等の事務が明記されました。また、市町村は、それらの事務を行うため、消費生活センターを設置するよう努めなければならないと定められています。

このため、国の交付金を原資とした補助制度（沖縄県消費者行政活性化補助金）を活用して、市町村における消費生活相談窓口の体制整備を進めてきました。その結果、平成 26 年度末に県内 41 すべての市町村で消費生活相談窓口が設置されています。

しかし、相談受付件数の多くは、専門の相談員を配置している市町村が占めており、行政職員のみで対応する市町村では、住民からの相談がほとんど寄せられておらず窓口として十分な機能を発揮しているとは言えない状況です。

このため、今後の消費生活相談体制の構築にあたり、近隣市町村による消費生活相談等の事務の共同処理等に関する必要な調整を行うなど、市町村が相談員を配置するために必要な支援を行います。

図表 15　県消費生活センターと市町村の相談件数及びその受付割合の推移



（２）契約当事者の年齢

令和７年度に県に寄せられた消費生活相談のうち、契約当事者の年代別割合は 70 歳以上が最も高く、次いで 60 代、50 代、40 代の順となっています。また、令和５年度以降は、50 代以上の世代からの相談が全体の半数超を占める状況が継続しています。

図表 16 【令和7年度】県消費生活センターにおける契約者年代別・職業別の相談件数

（単位：件）

職業＼年代	20歳未満	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	不明	合計
令和７年度	148	502	673	807	898	931	949	839	5,747
（構成比 %）	(2.6)	(8.7)	(11.7)	(14.0)	(15.6)	(16.2)	(16.5)	(14.6)	(100.0)
給与生活者	17	319	469	532	546	413	159	168	2,623
自営･自由業	0	20	87	125	137	144	82	68	663
家事従事者	0	5	20	27	25	67	101	11	256
学　　生	115	58	4	1	0	0	0	13	191
無　　職	9	53	54	86	143	253	538	73	1,209
不明･その他	7	47	39	36	47	54	69	506	805

（３）相談内容

相談件数が最も多い商品・役務は、令和４年度以降、「化粧品」となっており、令和７年度の同商品に係る相談は、558 件と前年度から 62 件増加しました。このうち、多数寄せられた相談としては、「定期購入契約」に関するものが挙げられます。

代表的な事例としては、美容液やファンデーション等を「格安の初回限定価格」で購入できるという広告を見て、一回限りの購入のつもりで申し込んだところ、その「初回限定価格」の適用は、「その後の複数回の定期購入」を条件とするものであり、その後、次々と商品が送られ、正規価格に基づく請求を受けたというケースが挙げられます。

「健康食品」についても、「化粧品」と同様、「定期購入契約」に関する相談が中心となっているほか、商品の中身が不明なため、「商品一般」に分類された相談の一部についても、「定期購入契約」に関するトラブルが散見されます。

そのほか、「賃貸アパート」（退去時の原状回復トラブルが主）、「役務その他」（廃品回収サービス、占いサイト、広告代理サービス等）、「自動車」（新車・中古車・車両修理）、「相談その他」（不審な電話に関する相談等）などに関する相談が増加しました。

図表 17　県消費生活センターにおける商品別苦情の多い商品・役務上位 10 位の推移

順位	令和 5 年度　4,505件			令和 6 年度　4,743件			令和 7 年度　5,747件			
	商品・役務別	件数	構成比	商品・役務別	件数	構成比	商品・役務別	件数	構成比	前年度増減
1	化粧品	388	8.6%	化粧品	496	10.5%	化粧品	558	9.7%	62
2	商品一般	365	8.1%	商品一般	359	7.6%	商品一般	469	8.2%	110
3	賃貸アパート	237	5.3%	健康食品	319	6.7%	賃貸アパート	346	6.0%	98
4	健康食品	217	4.8%	賃貸アパート	248	5.2%	役務その他	319	5.6%	96
5	役務その他	196	4.4%	役務その他	223	4.7%	健康食品	273	4.8%	▲ 46
6	フリーローン・サラ金	171	3.8%	フリーローン・サラ金	210	4.4%	自動車	239	4.2%	47
7	自動車	156	3.5%	自動車	192	4.0%	相談その他	199	3.5%	124
8	理美容	154	3.4%	移動通信サービス	177	3.7%	インターネット通信サービス	183	3.2%	61
9	移動通信サービス	141	3.1%	他の教養・娯楽	128	2.7%	移動通信サービス	168	2.9%	▲ 9
10	他の教養・娯楽	138	3.1%	内職・副業	124	2.6%	フリーローン・サラ金	165	2.9%	▲ 45

（４）若年者の契約トラブルに関する相談状況

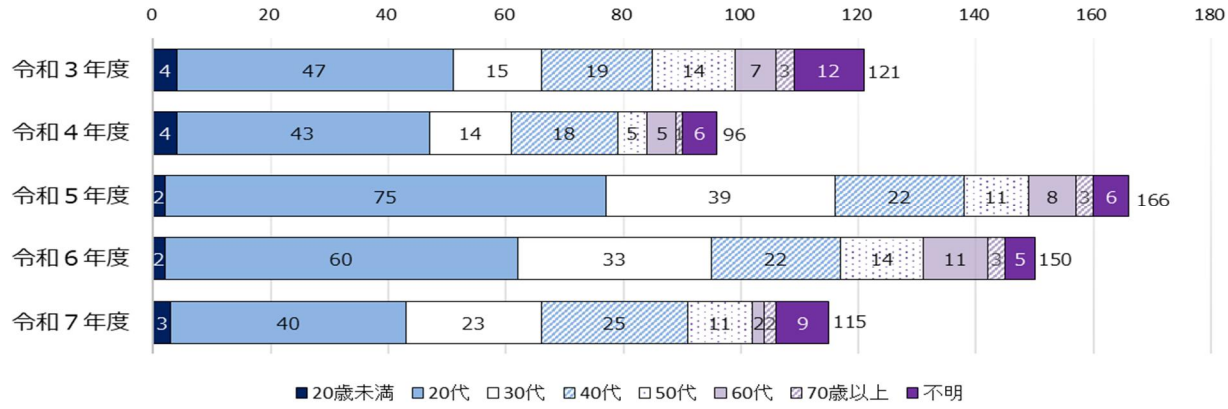
若年者（20 歳未満・20 代）の契約トラブルにおいては、「賃貸アパート」や「自動車」、「フリーローン」といった定番の品目だけでなく、近年は「副業」や「オンライン課金」に関わるトラブルが増加しており、若年層を取り巻く消費者被害が多様化・複雑化していることが窺えます。

(A) 副業トラブル

令和７年度の県消費生活センターにおける副業トラブルに関する相談は 115 件と、令和６年度比 35 件減少したものの、依然として数多くの相談が寄せられています。

SNS 等をはじめとしたインターネット広告で、「誰にでもできる簡単な作業で高収入が可能」、「スキマ時間を活用して副収入が得られる」などと謳い、当該副業のサポート代金などの名目で高額の金銭を請求するケースが確認されており、20 歳未満及び 20 代からの相談が全体の 37.4%、20 歳未満から 40 代までの相談が全体の８割弱を占めています。

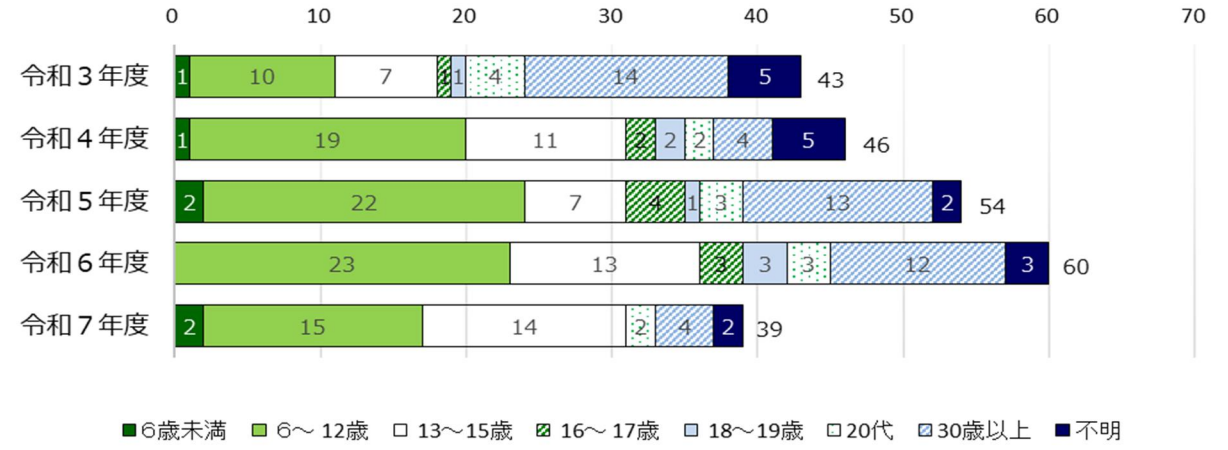
図表 18　県消費生活センターに寄せられた副業トラブルの年度別・年齢別件数



(B) 課金トラブル

近年、オンラインゲームや音楽・動画配信サービス等への課金に関する相談は、増加傾向にありましたが、令和７年度に県消費生活センターに寄せられた相談は 39 件と、前年度比 21 件減少しました。なお、契約年齢に着目すると 15 歳以下の相談件数が８割弱を占めていることが分かります。

図表 19　県消費生活センターに寄せられた課金トラブルの年度別・年齢別件数



（５）特殊詐欺の被害状況

「特殊詐欺*」とは、被害者に電話をか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込み、その他の方法により、不特定多数の者から現金等をだまし取る犯罪です。

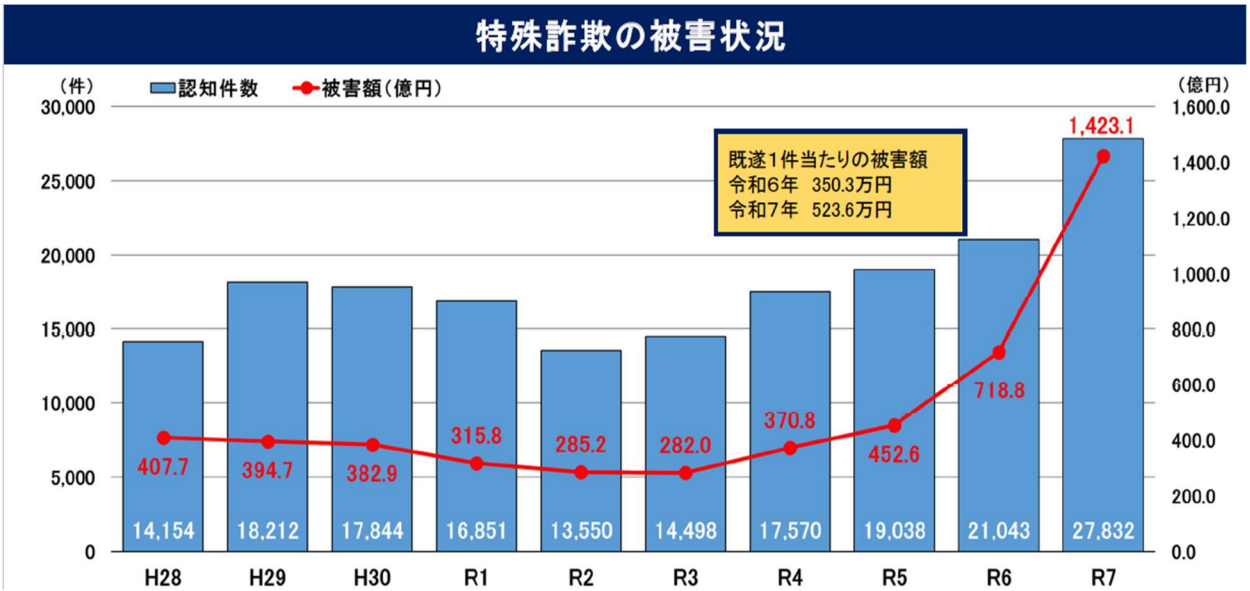
全国における特殊詐欺の認知件数は、令和２年以降、増加傾向にあり、令和７年は２万 7,832 件（前年比＋6,789 件）、被害額は 1,423.1 億円（前年比＋704.3 億円）と、件数、被害額ともに令和６年から大幅に増加しました。

特に「オレオレ詐欺（認知件数１万 4,489 件、被害額 1,138.1 億円）」のうち、警察官等を騙る「ニセ警察詐欺」が１万 1,014 件、被害額 1,005.0 億円にのぼります。これはオレオレ詐欺の件数の 76.0%、被害額の 88.3%を占めており、令和７年の全国的な被害急増の主因となっています。

なお、本県における特殊詐欺の認知件数は 557 件、被害額は 32.8 億円にのぼります。そのうち「SNS 型投資詐欺」が 207 件、被害額 19.4 億円を占めており、これは認知件数の 37.2%、被害額の 59.2%に相当します。

特殊詐欺については、その取締りや未然防止が重要であることから、関係機関が連携して被害拡大防止に取り組む必要があります。

図表 20　全国の特殊詐欺認知件数・被害額の推移



資料：警察庁「令和7年における特殊詐欺及びSNS型投資・ロマンス詐欺の認知・検挙状況等について（確定値）」より

* 用語説明は p.63 参照。

図表 21【令和7年】全国における特殊詐欺の種別毎の認知件数・被害額・検挙件数・検挙人員

◇ 令和7年の認知・検挙状況

	認知件数			被害額(億円)			検挙件数			検挙人員		
		前年比			前年比			前年比			前年比	
	件数	差異	比率(%)	金額	差異	比率(%)	件数	差異	比率(%)	人員	差異	比率(%)
特殊詐欺	27,832	+6,789	+32.3	1,423.1	+704.3	+98.0	6,575	−1	−0.0	2,338	+64	+2.8
オレオレ詐欺	14,489	+7,737	+114.6	1,138.1	+679.7	+148.3	2,348	+572	+32.2	1,201	+299	+33.1
預貯金詐欺	1,707	−569	−25.0	21.7	−3.8	−15.0	1,406	−258	−15.5	388	−62	−13.8
架空料金請求詐欺	5,706	−10	−0.2	131.7	−2.1	−1.6	504	−29	−5.4	171	−110	−39.1
還付金詐欺	3,179	−891	−21.9	61.9	−1.8	−2.8	1,052	+10	+1.0	197	−14	−6.6
融資保証金詐欺	379	+41	+12.1	3.7	+1.3	+53.8	67	+26	+63.4	29	+14	+93.3
金融商品詐欺	206	+128	+164.1	22.1	+15.8	+250.5	16	−5	−23.8	9	−1	−10.0
ギャンブル詐欺	33	+12	+57.1	1.4	+0.3	+24.1	8	+3	+60.0	3	±0	±0.0
交際あっせん詐欺	482	+396	+460.5	19.7	+16.5	+510.8	6	−5	−45.5	4	±0	±0.0
その他の特殊詐欺	408	+87	+27.1	8.4	+2.4	+40.4	25	+11	+78.6	31	+6	+24.0
キャッシュカード詐欺盗	1,243	−142	−10.3	14.4	−3.9	−21.2	1,143	−326	−22.2	305	−68	−18.2

資料：警察庁 「特殊詐欺及び SNS 型投資・ロマンス詐欺の認知・検挙状況等（令和7年・確定値）について」より

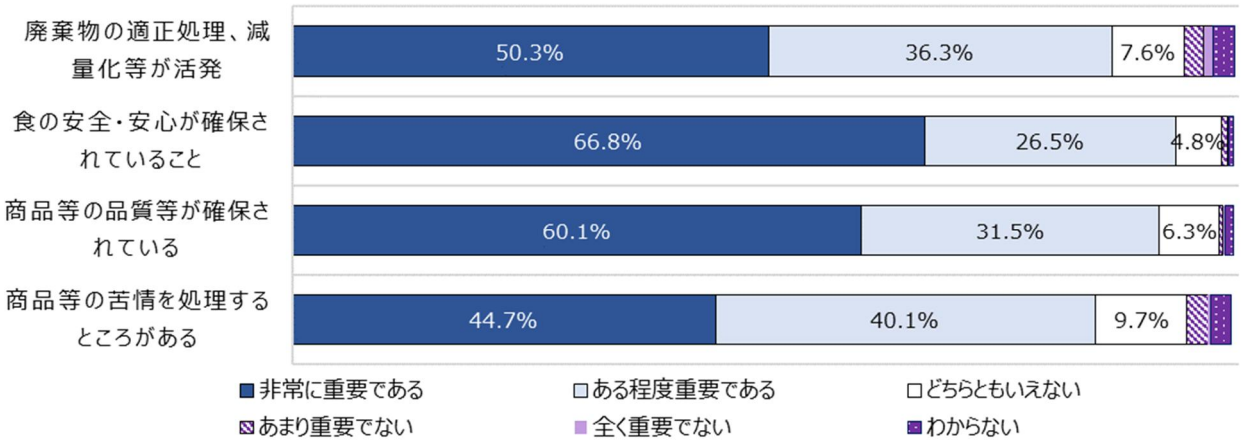
（６）消費生活に関する県民の意識

令和６年度に実施した「第12回県民意識調査」の県民生活に関する78項目の重要度について、消費生活に関わる４項目において「非常に重要である」「ある程度重要である」と回答した県民の割合が、「食の安全・安心が確保されていること」は93.3%（前回調査（R３）92.5%）、「商品等の品質等が確保されている」は91.6%（前回調査（R３）92.7%）、「廃棄物の適正処理、減量化等が活発」は86.6%（前回調査（R３）89.8%）、「商品等の苦情を処理するところがある」は84.8%（前回調査（R３）84.9%）となり、いずれの項目も８割以上の人が「重要である」と回答しています。

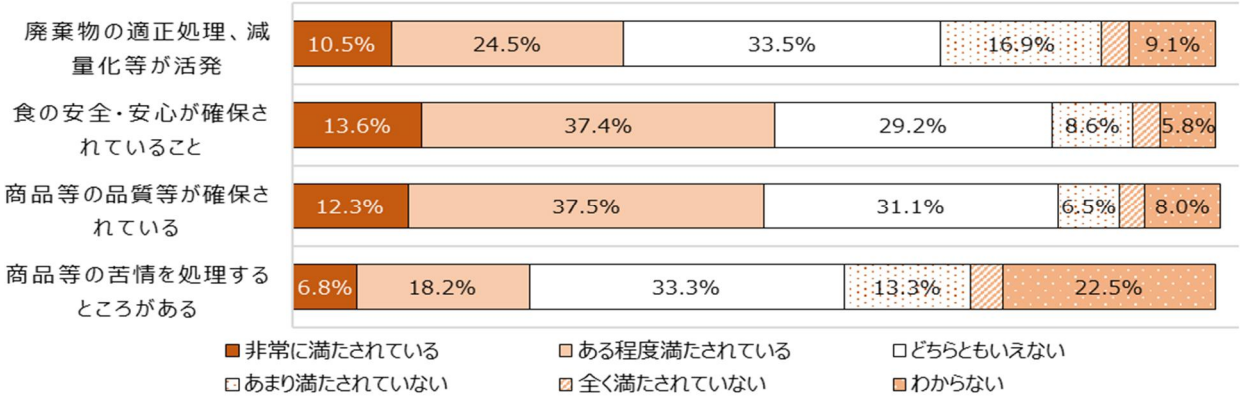
一方で、それらの充足度について「非常に満たされている」または「ある程度満たされている」と回答した割合をみると、「商品等の品質等が確保されている」は49.8%（前回調査（R３）50.3%）、「食の安全・安心が確保されていること」は51.0%（前回調査（R３）52.9%）、「廃棄物の適正処理、減量化等が活発」は35.0%（前回調査（R３）32.6%）、「商品等の苦情を処理するところがある」は24.7%（前回調査（R３）24.0%）にとどまっており、各項目において「どちらともいえない」と回答した人も約３割存在しています。

このように、消費生活に関する各項目に対する県民の重要度意識が非常に高い一方で、充足度は総じて低く推移しており、重要度と充足度の間に大きなギャップが存在している状況が示されています。

図表 22　県民生活に関する項目についての重要度



図表 23　県民生活に関する項目についての充足度



資料：沖縄県　企画部「第 12 回県民意識調査報告書」より作成

3．第４次計画の取組状況

第４次基本計画は、令和４年度から令和８年度までを計画期間として令和４年３月に策定し、計画の実効性を確保するため、推進状況を示す数値目標を設定して、毎年度、進捗管理を行ってきました。

主な取組状況は以下のとおりです。

基本目標１：消費者の安全・安心の確保

安全な食品や商品・サービスを確保するため、事業者に対して監視指導や検査等を計画的に実施し、生産から流通、消費に至る各段階での安全性の確保に努めました。

食品分野においては、農薬の適正使用の徹底や食肉の衛生管理の向上、食中毒予防のための監視指導を強化するとともに、地域や学校でのパネル展や各種研修を通じて、食品の安全性に関する正しい知識の普及を図りました。

食品以外の商品・サービスについても、関係法令に基づく立入検査により重大事故の原因となる危険な製品の排除に努めたほか、消費者庁等が公表する事故情報について、ホームページや広報媒体を活用して迅速な情報発信を行い、県民の安全確保に取り組みました。

基本目標２：自主的かつ合理的な選択の機会の確保

消費者が自主的かつ合理的に商品やサービスを選択できるよう、各種法令に基づき、適正な表示が行われるよう事業者への巡回調査や指導に努めました。

また、貸金業法、特定商取引に関する法律等に基づいて、事業者の事業活動の指導や監督を行うことにより、適正な事業活動を促進しました。

さらに、悪質な事業者による被害を防止するため、警察等の関係機関と連携して取締りを強化し、特殊詐欺やサイバー犯罪に対して最新の手口に関する情報提供や注意喚起により消費者保護に向けた取組を推進しました。

基本目標３：消費者被害の防止と救済

消費者被害の未然防止及び被害救済のため、PIO-NET*（全国消費生活情報ネットワークシステム）を活用した情報の収集・分析を行うとともに、県ホームページ等を通じて迅速かつ効果的な注意喚起を行いました。

また、市町村の消費生活相談窓口の充実・強化を支援し、見守りネットワークの構築を促進・支援するとともに、地域における見守りの担い手の育成や関係機関との連携強化に取り組みました。

基本目標４：持続可能な社会の実現に向けた消費行動と事業活動の推進

持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者を育成するため、人や社会、環境に配慮した「エシカル消費」の普及啓発や、食品ロス削減月間におけるイベントの実施等、具体的な消費行動を促進する取組を展開しました。

また、地産地消*の推進や県産品の推奨を通じた域内経済循環の向上に取り組むとともに、事業者の消費者志向経営（サステナブル経営）を促進しました。

さらに、公益通報者保護制度の周知・啓発を行い、事業活動におけるコンプライアンスの向上を支援しました。

基本目標５：考えて行動できる「うちなー消費者」の育成（消費者教育の推進）

ライフステージに応じた切れ目のない学びの機会を提供するため、学校、地域、家庭、職域の様々な場において、実践的な能力を育む消費者教育を推進しました。

学校教育においては、学習指導要領**に基づく授業や外部人材の活用により、成人として身につけておくべき消費者としての知識習得を図りました。家庭や地域においては、幅広いテーマについて受講者のライフステージや要望に沿った消費者教育講座を実施しました。

また、地域の消費者教育の担い手に対する育成講座を開催するとともに、環境教育や食育等の消費生活に関連する他分野の教育とも連携した取組を推進しました。

基本目標６：消費者行政を推進するための体制の充実

県内すべての市町村において身近な相談窓口が機能するよう、市町村の相談窓口への支援や連携強化に取り組むとともに、消費者被害相談窓口（消費者ホットライン188）の周知を図り、県民の相談窓口へのアクセス向上に努めました。

また、沖縄県消費生活審議会を通じて専門的・多角的な意見を聴取し、施策への反映に努めるとともに、消費者団体の組織的な活動や消費者団体訴訟制度の活用を支援しました。

---

* 用語説明は p.62 参照。

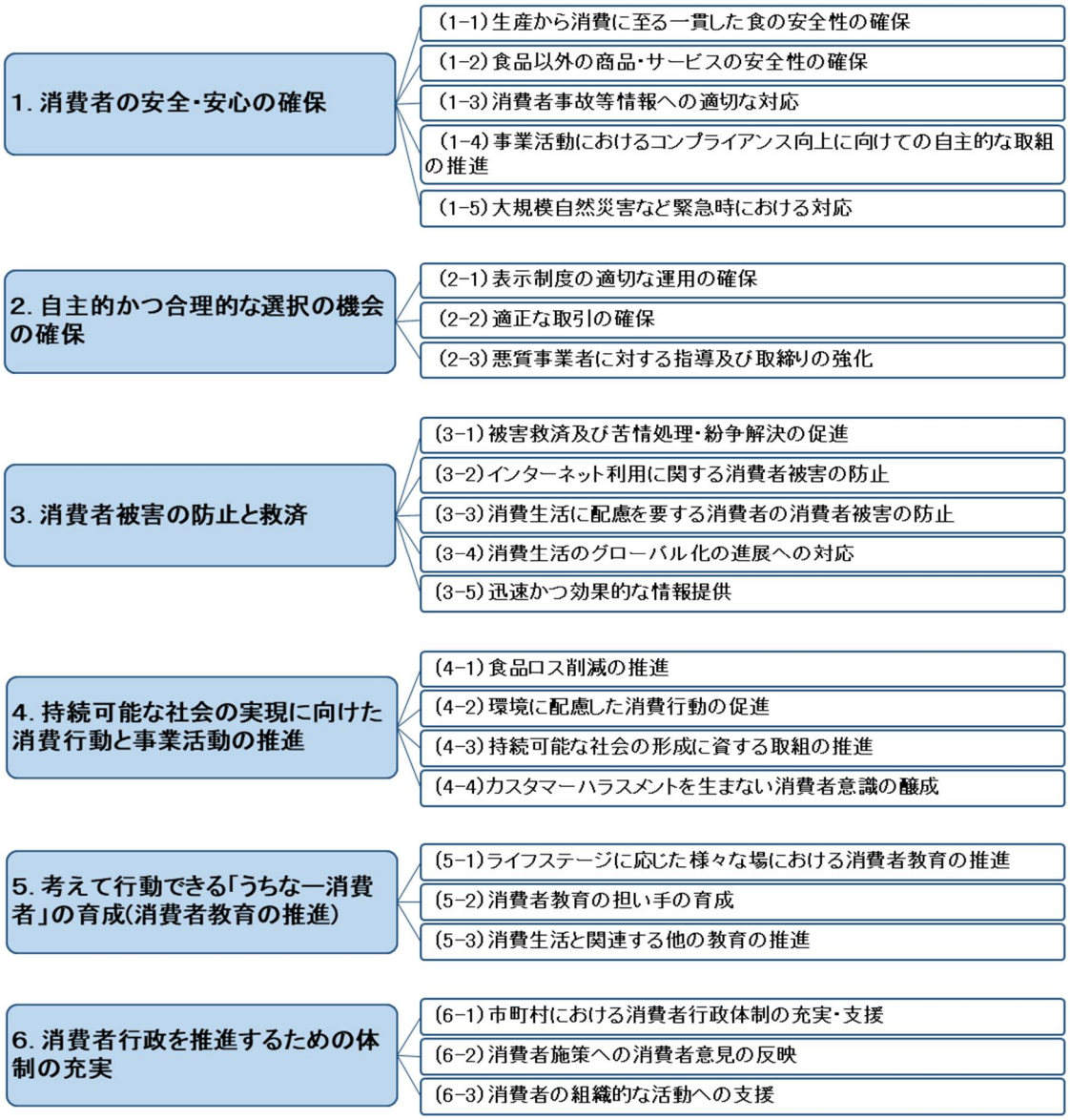
** 用語説明は p.61 参照。

第３章　消費者政策の基本目標及び施策体系

１．基本目標

この計画は、「沖縄県消費生活条例」に基づき策定するものであり、同条例第2条に規定する基本理念を実現するために、「消費者の安全・安心の確保」、「自主的かつ合理的な選択の機会の確保」、「消費者被害の防止と救済」、「持続可能な社会の実現に向けた消費行動と事業活動の推進」、「考えて行動できる『うちなー消費者』の育成（消費者教育の推進）」、「消費者行政を推進するための体制の充実」を基本目標として、施策を展開します。

２．施策の体系



第４章　消費生活に関する施策の展開

基本目標１　消費者の安全・安心の確保



安全な食品や商品・サービスの確保は、消費者の生命や健康、財産に係る基本的な権利です。誰もがいつでも安心して食品や商品・サービスを購入し、利用することができるよう、その安全の確保に万全を期すことが強く求められます。

（１－１）生産から消費に至る一貫した食の安全性の確保

食品の安全・安心の確保については、「沖縄県食品の安全安心の確保に関する条例」及び「沖縄県食品の安全安心推進計画」に基づき、監視指導や検査等により、生産から消費に至る各段階での安全性の確保に努めます。また、正しい知識の習得と理解の促進、食に関する消費者の信頼性の向上に取り組みます。

【具体的な施策】

ア　生産段階での食の安全の確保

安全で安心な農産物及び食肉の供給を確保するため、生産段階における監視・指導を強化します。農薬取締法に基づき販売店への立入検査を実施するとともに、農薬使用者を対象に、基準値を超えた農薬が農作物に残留しないよう、適正使用に関する講習会の開催や、農薬危害防止運動等の啓発活動を実施します。

また、国のガイドラインに基づいた農業生産工程管理（GAP*）の導入を推進し、生産現場における総合的な自主管理体制の構築を促すことで、離島を含む県内各地で生産される農畜産物の信頼性の維持・向上を図ります。

さらに、と畜場や食鳥処理場における監視指導を通じて、食肉供給工程の安全性を確保し、と畜検査や食鳥検査により、疾病の排除を行います。

（営農支援課、薬務生活衛生課）

イ　出荷から販売段階までの食の安全の確保

食品の製造、加工、調理、販売の各段階において、監視指導や検査体制の充実を図ります。沖縄県食品衛生監視指導計画に基づき、食品関係営業許可施設等への監視指

---

* 用語説明は p.61 参照。

導や食品収去検査を実施し、不良食品の流通を防止します。食品関連事業者に対しては、HACCP*に沿った衛生管理の定着を促進するための講習会等を開催し、事業者による自主的な管理体制の確立を促進します。

また、事故発生時の流通経路把握と製品回収や原因究明等を容易にする「食品のトレーサビリティ」の普及啓発を行います。

加えて、流通食品の放射性物質検査や輸入食品の安全対策についても適切に実施し、多角的な監視を通じて、県民や観光客が安心して食を楽しむことができる環境を整備します。

（薬務生活衛生課、流通・加工推進課）

ウ 食品の安全性に関する理解促進

消費者を対象に、食中毒予防のための衛生管理に関するイベントの開催及び食品の安全・安心に関する意見交換会等の開催、並びに県のホームページでの食品の安全性に関する情報提供を行い、知識の普及を図ります。

（薬務生活衛生課）

【数値目標】

数値目標設定項目名		単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
1	農薬販売所への立入検査	件	100	700	営農支援課
2	国のガイドラインに基づいたGAP の導入経営体数	経営体	126	136	営農支援課
3	と畜場の監視回数（監視予定回数の達成率）	%	102	100	薬務生活衛生課
4	食鳥処理場（大規模･認定小規模）の監視回数（監視予定回数の達成率）	%	106	100	薬務生活衛生課
5	食中毒予防のための講習会開催	回	250	250	薬務生活衛生課
6	食品施設監視指導回数（監視指導実施予定数の達成率）	%	100	100	薬務生活衛生課
7	食品の収去検査検体数（検査実施予定検体数の達成率）	%	102	100	薬務生活衛生課
8	流通食品の放射性物質検査検体数（検査実施予定検体数の達成率）	%	100	100	薬務生活衛生課
9	食中毒予防イベントの開催	回	6	6	薬務生活衛生課

* 用語説明は p.63 参照。

（１－２）食品以外の商品・サービスの安全性の確保

日常生活において利用する製品やサービスが原因となり、消費者の生命や身体に重大な危害を与える事故が発生しています。このような重大事故を未然に防止し、消費者の安全を確保するため、関係法令に基づく調査及び立入検査を実施するとともに、事業者への指導・助言を推進します。

【具体的な施策】

ア 消費生活関連製品の安全確保に向けた立入検査の実施

消費者の安全を確保するため、関係法令に基づき、製品の製造・販売段階における監視・指導を強化します。その具体的な取組として、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、電気用品安全法及び消費生活用製品安全法に基づき、県内の販売店や事業者に対して計画的な立入検査を実施し、安全基準への適合状況を確認することで、不良製品の流通防止に努めます。

また、法令に関する知識の普及や周知を図るとともに、権限移譲市町村が、立入検査を円滑に実施できるよう必要に応じて技術的助言を行います。

（産業政策課、生活安全安心課）

イ 事業者への個人情報の保護に関する支援の実施

県は、個人情報保護法第 13 条に基づき、個人情報の適切な取り扱いを確保するため、事業者に対し情報提供等の支援を行います。

（総務私学課行政情報センター）

【数値目標】

数値目標設定項目名		単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
10	ＬＰガス器具販売店･ＬＰガス販売事業者等への立入検査	件	10	20	産業政策課
11	電気用品販売事業者への立入検査	件	26	15	産業政策課
12	消費生活用製品販売事業者への立入検査実施品目数	点	5	5	生活安全安心課

（１－３）消費者事故等情報への適切な対応

消費者の安全な消費生活を確保するため、消費者庁等の関係機関と緊密に連携し、商品やサービスに起因する事故や危険な事例を的確に集約します。収集した情報を迅速に県民へ提供することで、不測の事故の未然防止及び被害の拡大防止を図ります。

【具体的な施策】

ア　消費者安全法に基づく情報提供等の実施

消費者安全法に基づき、消費者庁等の関係機関が公表する事故情報等を把握し、県ホームページ等の広報媒体を活用して県民へ迅速かつ分かりやすく提供します。特に、既存の法令等では対応が困難な「すき間事案」に該当する事故等については、関係機関等と連携し、情報収集を行います。

（生活安全安心課）

（１－４）事業活動におけるコンプライアンス向上に向けての自主的な取組の推進

公益通報は消費者の安全・安心に資するものであり、制度の実効性を向上させていくことは社会全体の利益を図る上で有用であるという意義を踏まえ、制度の周知・啓発に取り組みます。

【具体的な施策】

ア　公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進

改正後の公益通報者保護法について、ホームページやリーフレット等により周知するとともに、会議や研修等において制度説明を行うことにより、制度の利用促進を図ります。

（生活安全安心課）

（１－５）大規模自然災害など緊急時における対応

大規模な自然災害や感染症の拡大等の緊急時において、消費者の安全と安心を確保するための体制を整備します。混乱に乗じた不当な行為を未然に防ぎ、県民生活の安定を図ります。

【具体的な施策】

ア　緊急時における消費生活の安心の確保

　地震や台風、感染症の流行等の非常時において、商品の品薄等が発生した場合には、正しい情報に基づいた冷静な消費行動の周知に努めます。また、不確かな情報の拡散に伴う物資の買いだめ等の消費行動に対し、注意喚起を行います。

（生活安全安心課）

イ　緊急時における便乗行為等への対応

　緊急時の社会不安に乗じた不当な価格吊り上げや、デマ情報の拡散、消費者の弱みにつけ込む悪質な勧誘等の発生を防止するため、啓発を行います。また、警察等の関係機関と連携し、便乗的な悪質商法や詐欺的行為に対する情報を迅速に発信することで、混乱時における消費者被害の未然防止と拡大防止に努めます。

（生活安全安心課）

基本目標２　自主的かつ合理的な選択の機会の確保



消費者が自らの利益を適切に擁護・増進するためには、商品やサービスを自主的かつ合理的に選択し、行動できる環境の整備が不可欠です。そのためには、提供される情報や表示の適正化を図り、取引の公正性を確保することが強く求められます。

各種法令に基づく監視・指導体制を強化するとともに、消費者への迅速な情報提供や、悪質な事業者に対する厳正な取締りなどを推進し、市場における取引の適正性を確保する必要があります。

（２－１）表示制度の適正な運用の確保

表示は、消費者にとって商品・サービスの選択の基礎となる重要な情報源です。関係法令に基づく厳格な監視・指導を行い、表示の適正化を包括的に推進します。また、正確な計量を確保することで公正な取引環境を整え、消費者が不利益を被ることのない健全な市場を構築します。

【具体的な施策】

ア 表示の適正化推進

消費者の合理的な選択を支えるため、食品、家庭用品、サービス等のあらゆる分野において表示の適正化を推進します。食品表示法、健康増進法及び医薬品医療機器等法に基づき、製造・販売施設等への巡回調査や指導を計画的に実施します。

また、不当な表示は消費者の適正な選択を妨げるため、景品表示法に基づき厳格な監視・指導体制を整備します。併せて、関係部局と連携した事業者向け研修等を実施し、適正な表示の徹底と普及啓発を推進します。

家庭用品分野では、家庭用品品質表示法に基づく立入検査や権限を移譲した市町村への技術的助言を実施します。また、パンフレットやホームページを通じて事業者・消費者双方への普及啓発を図ります。

住宅分野では、建築士による省エネ基準の適合性評価及び建築主への書面説明義務の遵守を促進します。関連団体と連携し、建築士・建築主双方への周知徹底を図ることで、消費者が安心して住宅を選択できる環境を整備します。

（薬務生活衛生課、流通・加工推進課、健康長寿課、生活安全安心課、建築指導課）

イ 商品の正確計量の監視の実施

適正な計量を実現するためには、正確な計量器の使用に加え、計量行為そのものを正確に行う必要があります。計量法に基づき、食料品や日用品等の消費生活関連物資を販売する大型系列店舗等を中心に計画的な立入検査を実施します。

また、事業者や従業員に対して正確な計量に関する啓発活動を行うとともに、検査結果等を県ホームページで公表します。

（計量検定所）

【数値目標】

数値目標設定項目名		単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
13	食品表示法に関する巡回調査･点検件数	件	22,189	18,350	薬務生活衛生課 流通･加工推進課 健康長寿課
14	食品表示法等に関する表示講習会開催回数	回	6	5	薬務生活衛生課 流通･加工推進課 健康長寿課
15	健康増進法の誇大表示にかかわる巡回調査件数	件	354	350	健康長寿課
16	家庭用品販売事業者への立入検査実施品目数	点	5	5	生活安全安心課
17	商品量目立入店舗数	店舗	20	20	計量検定所

（２－２）適正な取引の確保

消費者が商品やサービスを自主的かつ合理的に選択するためには、その前提となる取引が公正かつ公平であることが不可欠です。貸金業法、特定商取引法、割賦販売法、宅地建物取引業法等の関係法令に基づき、事業者の活動に対する指導や監視を行うことで、適正な事業活動の促進と透明性の高い市場環境の構築を図ります。

【具体的な施策】

ア 取引に関する監督指導および適正化の推進

不当な取引による消費者被害を防止するため、各法令に基づく事業者への監督・指導を推進します。

貸金業法に基づく監督指導や行政処分、苦情相談への対応を通じ、違法な高金利貸付や不当な取り立て行為の排除に努め、被害の未然防止に総合的に取り組みます。

また、宅建業法に基づき、消費者との取引に関する違法行為があった業者に対して指導等を行うとともに、ゴルフ会員契約適正化法や割賦販売法等に基づき、取引業者

等に対する適切な監視を行い、契約上のトラブル防止と消費者利益の保護を図ります。

さらに、特定商取引法や沖縄県消費生活条例に違反する悪質な事業者に対しては、事業者名の公表等の行政処分を実施します。

（生活安全安心課、建築指導課）

イ 介護・医療サービス情報の公表

介護保険法及び老人福祉法に基づき、介護サービス事業者の詳細情報や有料老人ホームの設置運営状況等を適切に公表し、利用者が自らの状況に適したサービスを合理的に選択できるよう、情報提供を行います。

併せて、住民・患者による医療機関等の適切な選択を支援するため、県内の病院や薬局等が提供する医療機能に関する情報を、沖縄県医療機関検索システム「沖縄県うちなぁ医療ネット」を通じて公表します。

（高齢者介護課、医療政策課）

ウ 生活関連商品の価格動向の情報収集・提供

生活関連商品の価格動向について、県ホームページ等により広く県民に情報提供します。

また、生活関連物資の流通の円滑化及び価格の安定を図るため、沖縄県消費生活条例に基づき、必要に応じて事業者に対して生活関連物資の円滑な供給その他必要な措置を求めます。

（生活安全安心課）

【数値目標】

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
18	貸金業者への立入検査件数（全業者数×1/3以上とする）	件	15	14	生活安全安心課

（２－３）悪質事業者に対する指導及び取締りの強化

悪質な事業者に対する取締りや、問題のある事業者に対する指導を徹底し、巧妙化する悪質商法や不当な取引行為から消費者を保護するための取組を推進します。

【具体的な施策】

ア　悪質商法の取締り強化

　警察安全相談及び各種情報等に基づき、悪質な事犯については、関係機関と連携のうえ、あらゆる法令による取締りの強化を図ります。

（警察本部生活保安課）

基本目標３　消費者被害の防止と救済



消費者被害は、消費者の権利を侵害するものであり、迅速かつ適正に救済されなければなりません。そのためには、被害を受けたすべての消費者が速やかに救済を受けられる体制の整備が必要です。

また、新たな被害を防止するため、悪質事業者の手口やその被害実態について効果的な注意喚起を行うとともに、不当な行為を行う事業者に対しては対処することが求められます。

特に、デジタル化やグローバル化の急速な進展による消費者被害や、高齢者や障害者等の配慮を要する消費者のための施策を充実させるとともに、関係機関との連携を図りながら、多様化する消費者トラブルに迅速かつ適切に対応していきます。

（３－１）被害救済及び苦情処理・紛争解決の促進

多種多様なサービスや新たな取引形態による消費者トラブル、悪質かつ巧妙な手口の悪質商法による被害等、消費者被害の内容が複雑化、多様化しています。

そのため、消費者自身による解決が困難な事案については、消費生活センターでの相談・あっせんによる解決や、国民生活センター*紛争解決委員会 ADR（裁判外紛争解決手続）等を広く周知し、活用を図る必要があります。

また、多重債務*や薬物乱用等の深刻な課題に対しても、関係機関が一体となった支援体制を構築し、被害救済から自立支援、知識の普及啓発に至るまで、県民の安全を多角的に支える包括的な施策を推進します。

【具体的な施策】

ア　消費者相談情報活用の推進

国民生活センターの「全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）**」を活用し、最新のトラブル傾向を迅速に把握することで、県民への効果的な注意喚起や、新たな消費者トラブルの未然防止に繋げるほか、苦情相談の解決や再発防止策の検討に反映させます。

（生活安全安心課）

---

* 用語説明は p.62 参照。

** 用語説明は p.63 参照。

イ 消費生活相談体制の充実

消費生活に関する苦情相談処理を通して、消費者の権利の主張を支援するとともに、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相談者と事業者の間に立ち、問題解決に向けたあっせんを行います。賃貸借やリフォーム等の住宅相談等、専門性の高い分野についても関係部局と連携し、適切に対応します。

また、あっせん等による解決が極めて困難な事案については、「沖縄県消費生活審議会消費者苦情処理部会」を活用し、調停や訴訟援助を通じて紛争の解決に努めます。

さらに、個人情報保護に係る苦情相談の総合窓口である行政情報センターにおいては、個人情報の保護に関する法律第 14 条に基づき、事業者が行う個人情報の取扱いに関する苦情相談を迅速かつ適切に処理します。

（生活安全安心課、総務私学課行政情報センター、住宅課）

ウ 紛争解決手段と司法支援体制の周知強化

消費生活センターでの解決が困難な事案に対し、消費者が自ら最適な解決手段を選択できるよう、裁判外紛争解決手続（ADR）制度の周知を図ります。併せて、日本司法支援センター（法テラス）の民事法律扶助業務について周知し、法的トラブルを抱える消費者に対して司法支援体制を案内します。

（生活安全安心課）

エ 多重債務対策及びヤミ金融被害防止対策の推進

「沖縄県多重債務問題対策協議会」及び「沖縄県ヤミ金融被害防止対策会議」の構成団体・機関等との連携を図り、多重債務問題の改善及びヤミ金融*に係る情報の共有と被害防止に取り組みます。

また、複雑な法律問題や多重債務等の相談に対応するため、弁護士会及び司法書士会と連携した無料法律相談会を実施します。さらに、市町村の多重債務相談担当職員に向けた多重債務問題に関する研修会の実施により、担当職員の多重債務問題についての理解を深めます。

（生活安全安心課）

---

* 用語説明は p.63 参照。

オ 薬物乱用防止対策の推進

危険ドラッグ等の薬物による健康被害や事故等を未然に防止するため、薬物乱用防止教室や「ダメ。ゼッタイ。」普及運動等を通じて、薬物の危険性や違法性に関する知識の普及啓発を図ります。

また、特定商取引法に基づき、関係機関に危険ドラッグ等の通信販売サイトの情報提供を行います。

（薬務生活衛生課、生活安全安心課、保健体育課、警察本部少年課、警察本部組織犯罪対策課）

【数値目標】

	項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
19	あっせん介入に対する解決件数	件	1,078	630	生活安全安心課
20	消費者ホットライン188の認知度	%	6.6	8.6	生活安全安心課
21	最近の消費者トラブル事例に関する認知度	%	66.1	70.0	生活安全安心課

（３－２）インターネット利用に関する消費者被害の防止

急速なデジタル化に伴い、インターネットを通じた消費者トラブルは世代を問わず増加し、その手口も巧妙化しています。インターネットを悪用した犯罪の取締りを強化するとともに、誰もが安心してデジタル社会の利便性を享受できるよう、安全な利用環境の整備と迅速な情報発信を推進します。

【具体的な施策】

ア サイバー空間における安全の確保に向けた対策の実施

サイバー空間は、地域や年齢、性別を問わず、誰もが参加し、重要な社会経済活動が営まれる公共空間となっていることから、サイバー空間における安全の確保に向けた、サイバー犯罪未然防止等の各種対策について推進します。

（警察本部サイバー犯罪対策課）

イ 安全な利用環境整備のためのフィルタリングの普及促進

沖縄県青少年保護育成条例に規定されている、携帯電話インターネット接続役務提供事業者が青少年とインターネット接続契約をする際の説明義務の履行の浸透を継続する必要があります。

そのため、同条例に基づく、携帯電話インターネット接続役務提供事業者への立入調査を継続的に実施します。ただし、立入調査に関しては、一部の市町村へ事務の権限を移譲していることを踏まえ、当該市町村と連携して全県的に実施できるよう調整と支援を行います。

（こども若者政策課）

ウ インターネット利用の危険性の認識向上のための広報啓発

インターネットを安全に利用する上で必要な、危険性に関する具体的な情報と対応方法について、青少年とその保護者を対象とした広報啓発パンフレット等の作成やテレビ・ラジオ、SNS等の多様なメディアを活用した情報発信を行います。

（こども若者政策課）

エ 警察と連携した情報発信

消費者被害の未然防止に向けて、警察が保有する犯罪情報や最新のトラブル事例を共有し、県民に対して迅速かつ効果的な普及啓発を展開します。悪質商法の具体的な手口や被害実態を分かりやすく伝えるため、県ホームページや SNS 等を活用し、県民が自らトラブルを回避できるよう支援します。

（生活安全安心課、警察本部生活安全企画課）

（３－３）消費生活に配慮を要する消費者の消費者被害の防止

高齢者や障害者、認知症等により判断力が不十分な消費者は、悪質商法のターゲットとなりやすく、被害が深刻化・潜在化する傾向にあります。全ての消費者が地域で安心して暮らせるよう、消費者被害の未然防止と早期救済に向けた重層的な支援体制を構築します。行政・福祉・地域団体が連携した「見守りネットワーク」の機能強化や成年後見制度*等の利用促進を図るとともに、警察機関による防犯啓発や悪質事業者への取締りを推進します。

【具体的な施策】

ア 消費生活に配慮を要する消費者に配慮した施策の推進

---

* 用語説明は p.62 参照。

高齢者や障害者等の消費者被害の未然防止と救済を図るため、行政関係機関、福祉関係団体、事業者団体等で構成する「沖縄県消費者安全確保地域協議会」において、地域の見守り活動の拡大を図るとともに、市町村における同協議会の設置を働きかけます。

また、沖縄県老人クラブ連合会と連携した啓発活動や、成年後見制度の利用促進に向けた市町村の中核機関設置や相談体制の整備、市民後見人等の担い手育成を支援します。

さらに、日常生活自立支援事業利用者の生活圏域でのきめ細かな支援を行います。

（生活安全安心課、地域包括ケア推進課、福祉政策課）

イ　警察による消費者安全確保に向けた防犯・取締活動の推進

高齢者等を狙った犯罪被害の防止に向け、防犯講習や座談会の開催、広報媒体を活用した啓発活動のほか、定期的な巡回連絡等を通じた情報提供を行います。

また、特定商取引法に違反する悪質事業者等に対しては、取締りを一層強化して厳正に対処するとともに、犯罪の未然防止および被害拡大の抑止を図ります。

（警察本部生活安全企画課、警察本部生活保安課）

【数値目標】

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
22	成年後見制度利用促進計画を策定している市町村数	市町村	25	41	地域包括ケア推進課
23	中核機関を整備している市町村数	市町村	11	41	地域包括ケア推進課
24	日常生活自立支援事業利用者数	件	779	884	福祉政策課

（３－４）消費生活のグローバル化の進展への対応

デジタル化やグローバル化の急速な進展に伴い、消費者トラブルは国境を越えて複雑化しており、海外事業者との取引や在住・訪日外国人への対応が急務となっています。本県では、越境取引に関する情報提供や相談体制の整備を進めるとともに、外国人住民や観光客が孤立せず適切な支援を受けられるよう関係機関との連携を強化します。国際観光地としての特性を踏まえ、グローバル化に対応した安全・安心な消費環境の整備を目指します。

【具体的な施策】

ア　海外事業者との消費者トラブルへの対応

　インターネットを通じた海外事業者との取引において、消費者が自らトラブルを回避し、合理的な選択ができるよう、越境取引に伴うリスクや最新の被害事例に関して、県ホームページやSNS等で情報提供を行います。トラブル発生時には、国民生活センターの「越境消費者センター（CCJ）」や決済事業者相談窓口を紹介するなど、迅速な解決に向けた支援体制を構築します。

（生活安全安心課）

イ　外国人の支援体制の構築と関係機関との連携

　本県に居住する外国人や訪日外国人旅行者が、消費生活上のトラブルに遭遇した際に孤立することなく迅速な支援を受けられるよう、関係機関と連携して「訪日観光客消費者ホットライン」の周知を行います。

（生活安全安心課）

（３－５）迅速かつ効果的な情報提供

　新たな消費者被害の発生や拡大を防止するためには、悪質事業者の手口や被害の実態に関する情報を、消費者に確実に届くよう効果的に提供する必要があります。

【具体的な施策】

ア　各種広報媒体を活用した消費生活に関する情報提供

　県民一人ひとりが最新の消費者被害の手口やトラブル防止策を的確に把握できるよう、多様な媒体を戦略的に活用した情報提供を推進します。県ホームページやSNS等を活用し、県内で発生した被害事例や製品事故等の緊急情報を迅速に発信します。

　また、マスコミや警察等の関係機関に対して、積極的かつ迅速に情報提供を行います。

（生活安全安心課）

イ　消費者被害相談窓口の周知（消費者ホットライン188）

　消費者トラブルに直面した県民が、迷わず早期に相談できるよう、市町村や関係機関、民間団体等との連携により、全国共通の電話番号「消費者ホットライン188（いやや）」を周知します。

（生活安全安心課）

基本目標４　持続可能な社会の実現に向けた消費行動と事業活動の推進



消費者が自らの行動が経済社会や地球環境に影響を及ぼし得ることを自覚し、食品ロスの削減やエシカル消費等、持続可能な社会の形成に積極的に参画することを目指します。

また、事業者が消費者を重視した事業活動により信頼を獲得すると同時に、環境保全や社会貢献に積極的に活動する社会を目指します。

（４－１）食品ロス削減の推進

本来、食べられるにもかかわらず廃棄される食品ロスは、資源の有効活用や環境負荷の低減という観点から、その削減が国際的な課題となっています。本県においても、SDGs の目標達成に向け、家庭において食品が日常的に捨てられる現状を改善するため、県民一人ひとりが食品ロス削減の重要性を理解し、行動できる環境づくりを推進します。

【具体的な施策】

ア　家庭における食品ロス削減の普及啓発等の推進

食品ロスの削減をテーマにしたイベントの実施や、日常生活の中でできる食品ロス削減の取組について、各種広報媒体等を活用し、消費者に対し情報発信することで、食品ロス等の削減に関する意識を啓発します。また、自宅の食品ロスを見える化する食品ロスダイアリー等の活用を推進するとともに、食品の下処理や保存方法、食材を無駄にしない調理方法などの講座や料理教室等を開催することで、消費者の行動変容を促進します。

（生活安全安心課）

イ　エシカル消費啓発と連動した取組

エシカル消費（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）の周知を行う中で、食品ロス削減への取組が人・社会・環境に配慮した消費行動であるエシカル消費につながることを啓発します。

（生活安全安心課）

ウ 災害備蓄食料の有効活用

県が保有する災害備蓄食料について、買い替えに伴い役割を終える食品の有効活用を推進します。賞味期限が確保されている食品については、フードバンク等に提供し、支援を必要とする方々へ提供します。

（生活安全安心課）

【数値目標】

数値目標設定項目名		単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
25	家庭系食品ロス量の削減	トン	26,649	19,617	生活安全安心課
26	食品ロス問題を認知し削減に取り組む県民の割合	%	68.3	97.0	生活安全安心課
27	賞味期限が１年未満の食品を提供する割合	%	100	100	生活安全安心課

（４－２）環境に配慮した消費行動の推進

消費者が、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社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚し、環境の保全に配慮した消費行動ができるよう支援します。また、沖縄の豊かな自然環境を守り、持続可能な社会を構築するため、資源循環や脱炭素化、環境負荷の低いライフスタイルへの転換を促進します。

【具体的な施策】

ア 循環型社会形成の推進

持続可能な循環型社会の実現を目指し、環境に配慮した消費生活に関する県民意識の向上を図ります。廃棄物の発生抑制（リデュース）、再使用（リユース）、再生利用（リサイクル）の「３R」を推進し、各種団体、消費者を対象とした普及啓発活動に取り組みます。

（環境整備課）

イ 環境保全活動の推進

脱炭素島しょ社会の実現に向け、地球温暖化防止対策を推進するため、おきなわアジェンダ 21 県民会議や県地球温暖化防止活動推進センターと連携し、県民・事業者等の取組の拡充・推進を図ります。

また、農業分野においても、エコファーマー認定や特別栽培農産物の普及を通じて、化学肥料や化学農薬の使用を低減し、人だけでなく環境に優しい栽培技術を推進します。

（環境再生課、営農支援課）

ウ クリーンエネルギーの推進

エネルギー使用に伴う地球環境への負荷を低減するため、太陽光発電等のクリーンエネルギーの普及を推進します。

（産業政策課）

【数値目標】

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R5	目標値 R13	課　名
28	温室効果ガス排出量	万ｔ－CO_2	1,117.2	822.2	環境再生課

（４－３）持続可能な社会の形成に資する取組の推進

消費者や事業者は、その消費行動や事業活動により社会や環境に大きな影響を与えており、公正で持続可能な社会の形成に寄与する重要な担い手でもあります。「エシカル消費」の普及啓発や「消費者志向経営」を推進し、SDGs（持続可能な開発目標）の達成に貢献する消費者及び事業者の育成に取り組みます。

【具体的な施策】

ア エシカル消費の普及促進

より良い社会の実現に向け、人や地域・社会、環境に配慮した消費行動である「エシカル消費」について、言葉の認知度向上、エシカル消費に対する知識や意識、行動を高めていくため、広報啓発等により普及促進を図っていきます。

（生活安全安心課）

イ 地産地消の推進

本県には、豊かな気候・風土に恵まれた野菜、海藻等の多様な農林水産物があり、これらの食材に工夫を凝らした沖縄独自の食文化が育まれてきました。本県の農林水産物の魅力や調理法等について普及・啓発を図り、地産地消を推進します。

（流通・加工推進課）

ウ 県産品の推奨

優良県産品は、外部審査会による厳正な審査により、沖縄県の稼ぐ力に資する製品として推奨されるものであり、県産品の販路拡大や、域内経済循環を促進することを通し、地元製品の消費を推進します。

（グローバルマーケット戦略課）

エ 消費者志向経営（サステナブル経営）の推進

県内の事業者に対し、国の「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」への参画を呼びかけ、その普及を図ります。

また、事業者が消費者の視点に立ち、社会課題の解決にも寄与する「消費者志向経営（サステナブル経営）」への取組が社会的に評価されるよう、取組を推進している事業者の情報を県ホームページ等で発信します。

（生活安全安心課）

（４－４）カスタマーハラスメントを生まない消費者意識の醸成

公正な市場形成には消費者と事業者の互いの信頼が不可欠です。不当な言動や過度な要求はサービスの質を損なう恐れがあるため、他者の権利を尊重し、責任ある消費行動を促進するための環境づくりに取り組みます。

【具体的な施策】

ア カスタマーハラスメント対策に係る消費者への啓発

カスタマーハラスメント*がもたらす社会的・経済的な負の影響について、県民の理解を深めるための啓発活動を推進します。消費者が自らの要望を伝える権利を適切に行使しつつ、事業者に対して社会通念上相当な範囲を超えた要求を行わないよう、望ましい意見の伝え方や消費者の役割について、各種広報媒体を通じて周知を図ります。

（生活安全安心課）

* 用語説明は p.61 参照。

基本目標５　考えて行動できる「うちなー消費者」の育成（消費者教育の推進）



消費者トラブルが複雑・巧妙化する現代において、県民一人ひとりには、正確な情報を取捨選択し、自立した主体として判断・行動する力がこれまで以上に求められています。

学校・家庭・地域が緊密に連携し、幼児期から高齢期までライフステージに応じた切れ目のない消費者教育を推進するとともに、その活動を支える教職員や地域人材等の多様な「担い手」の育成・確保を図ります。

さらに、環境教育や金融経済教育等の関連分野とも連携し、単なる知識の習得にとどまらず、日々の消費行動を通じて持続可能な社会の構築や地域課題の解決に参画できる、考えて行動できる「うちなー消費者」の育成を目指します。

（５－１）ライフステージに応じた様々な場における消費者教育の推進

安全で安心な消費生活を営むため、幼児期から高齢期に至るまで、ライフステージに応じた切れ目のない学習機会を提供します。

学校教育では、学習指導要領に基づき、家庭や外部専門家と連携して実践的な判断力を養います。また、地域社会では、消費者の特性に配慮しつつ、生涯を通じた切れ目のない学びの機会を提供します。

【具体的な施策】

① 学校における消費者教育の推進

ア 学習指導要領に基づく学校での消費者教育

小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校において、学習指導要領に基づいた消費者教育を推進します。社会科や家庭科、道徳等の各教科等の特質に応じ、児童生徒の発達の段階や特性を踏まえた実践的な授業の展開に努めます。

また、県は各学校に対して消費者教育に関する情報や資料を提供し、授業で効果的に活用することで、実践的な消費者教育を行います。

（県立学校教育課、義務教育課、生活安全安心課）

イ　大学等との連携事業の推進

成年年齢の引下げに伴い、若年者の消費者被害防止が喫緊の課題となっています。若年層が社会に出る前の早期段階で実践的な判断力を習得できるよう、大学等の高等教育機関と連携した取組を推進します。

（生活安全安心課）

ウ　消費者行政部門と学校教育部門との連携強化

消費者行政部門と学校教育部門との定期的な意見交換を通じ、若年層特有の消費者トラブルや最新の被害傾向に関する情報を共有し、具体的な対応策を検討します。また、社会教育施設等と連携した出前講座の実施や、生涯学習推進センターを通じた情報提供を行い、地域全体で若年層の消費者教育を推進します。

（教育庁、生活安全安心課）

エ　インターネット利用に関する消費者教育の推進

講演会等を通じてインターネット利用に関する意識啓発を推進するとともに、教育情報化推進講座等の職員研修においてインターネット利用に関する消費者教育を実施します。

また、情報セキュリティやリスクを自ら管理できる能力の習得を促し、高度情報通信社会に対応した情報リテラシーの向上を図ります。

（県立学校教育課、義務教育課、生活安全安心課）

オ　PTA 活動等と連携した保護者への消費者教育の推進

PTA や学校行事と連携した保護者向けの啓発活動を推進します。PTA が主催する研修会等への出前講座の実施に加え、各種広報媒体を通じて、親子で消費生活について考えるきっかけとなる情報提供を行います。保護者が最新の消費者被害の手口や対応方法を正しく理解し、家庭内で子どもたちと共有することで、世代を超えたトラブル防止に繋げます。

（生活安全安心課）

カ　外部人材を活用した消費者教育の推進

消費生活の多様化・複雑化に対応するため、学校における消費者教育の授業等に、外部人材を講師として派遣し、成人して身につけておくべき消費者としての知識を習

得させます。専門的な知識を有する講師派遣を行い、実際の相談事例に基づいた講義を実施することで、児童生徒の理解を深めます。

（生活安全安心課、沖縄県金融広報委員会）

② 地域社会での消費者教育の推進

ア 消費者教育講座の実施

契約に関する知識や消費者トラブル事例、消費者市民社会*の形成に向けた取組等の幅広いテーマについて、沖縄県金融広報委員会**と連携を図りながら、受講者のライフステージや要望に沿った消費者教育講座を実施します。

（生活安全安心課、沖縄県金融広報委員会）

イ 生涯学習講座、施設と連携した消費者教育

公民館や図書館等の社会教育施設で行われている生涯学習の活動と連携し、消費者教育講座等を開催します。

（生涯学習振興課、生活安全安心課、沖縄県金融広報委員会）

ウ 障害の特性に配慮した消費者教育の推進

障害者の特性に配慮した消費者被害についての情報提供を行います。また、障害者団体と連携し、消費者生活講座を実施します。

（生活安全安心課、障害福祉課）

エ 高齢者を対象とした講習会等の実施

高齢者の単独世帯の増加や、巧妙化する悪質商法による被害の現状を踏まえ、沖縄県老人クラブ連合会や地域包括支援センター等と連携し、高齢者を対象とした講習会や啓発活動を実施します。

（生活安全安心課、地域包括ケア推進課）

【数値目標】

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
29	消費者教育推進講座受講者数	人	3,581	3,000	生活安全安心課 沖縄県金融広報委員会

* 用語説明は p.62 参照。

** 用語説明は p.61 参照。

（５－２）消費者教育の担い手の育成

消費者教育の場や機会づくりを促進するためには、消費者教育講座や啓発を担う人材が不可欠です。既存の担い手である教員の資質向上を図ることに加え、消費者問題に精通している消費生活相談員*は、消費者教育講座の講師としての役割を求められており、スキルアップが重要であるとともに、地域の消費者教育の担い手を育成する役割も期待されています。また、消費者教育を担う多様な関係者や場を繋ぐためには、間に立って調整するコーディネーターが重要な役割を果たすことから、その配置及び育成に取り組みます。

【具体的な施策】

ア 消費生活相談員への研修

消費者教育の担い手となる消費生活相談員に対して、必要な知識や実務能力の向上を図る研修会を実施します。

（生活安全安心課）

イ 小・中・高・特別支援学校の教職員研修

学校現場において実効性のある消費者教育を展開するため、教育庁と県消費生活センターが連携し、小・中・高等学校及び特別支援学校の教職員を対象に消費者トラブルの事例や教材の活用方法等に関する研修を実施します。

（教育庁、生活安全安心課）

ウ 地域の消費者教育の担い手に対する講座

ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進と、高齢者や障害者等の消費者被害防止を図るため、地域の担い手となる人材を育成します。

市町村の消費者行政担当職員、民生委員、地域活動や福祉関係者など、幅広い人材に対し、それぞれの役割に応じた消費者知識を習得するための「担い手講座」を実施します。また、国民生活センターの「見守り新鮮情報**」等を活用し、最新のトラブル事例や対応策を継続的に提供することで、地域における見守り意識の向上を図ります。

（生活安全安心課）

---

* 用語説明は p.62 参照。

** 用語説明は p.63 参照。

エ 地域包括支援センターの職員に対する情報提供

地域包括支援センター職員に対する研修会等の機会を通じて、高齢者が直面しやすい消費者トラブルの事例や最新の被害傾向を提供し、日々の相談・支援業務の中で被害の早期発見に繋げられるよう努めます。

（生活安全安心課、地域包括ケア推進課）

オ 消費者教育コーディネーターの配置及び育成

消費者教育を担う多様な関係者を繋ぎ、地域や学校での活動を円滑に推進するため、消費者教育コーディネーターの配置及び育成に取り組みます。

（生活安全安心課）

（５－３）消費生活と関連する他の教育の推進

環境教育、食育、衛生教育、金融経済教育は、それぞれ教育の目的や内容、対象範囲は異なりますが、消費生活と密接に関連し、消費者教育にも関わりが深い内容を取り扱う教育です。そのため、これらの教育と連携して取り組むことにより、一層効果的な消費者教育を推進します。

【具体的な施策】

ア 環境教育の推進

本県の恵み豊かな自然環境を守り、次世代に引き継ぐため、環境問題への理解を深め、問題解決に向けて自ら考え行動する力を育成することを目的に出前講座等の環境保全啓発活動を実施します。

（環境再生課）

イ 食育の推進

県民が「食」に関する正しい知識を習得し、自ら適切な「食」を選択する力を養えるよう、食育の普及啓発を総合的に推進します。食育月間等の機会を活用し、フードモデルを活用した食生活のアドバイス、食育に関するクイズ、パネル展等を内容とするイベントを開催します。

学校においては、研修会等を通して、栄養教諭や学校給食・食育担当教諭等の食に関する指導力の向上に努め、児童生徒の食に関する自己管理能力の育成を図ります。

（健康長寿課、保健体育課）

ウ 衛生教育の推進

衛生管理（細菌検査）実技講習会、県立学校給食衛生管理講習会等の研修会の開催や、文書による啓発、公立小・中学校における学校教育活動全体を通した衛生教育の推進を図ります。

（保健体育課）

エ 金融経済教育の推進

沖縄県金融広報委員会等と連携し、金融広報アドバイザーの派遣や多様な講座の開催を通じて、県民の金融リテラシーの向上を図ります。

（生活安全安心課、沖縄県金融広報委員会）

【数値目標】

数値目標設定項目名		単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
30	出前講座、自然観察会、環境セミナー等の参加人数	人	3,008	6,656	環境再生課
31	食育に関心を持っている県民の割合	%	―	―	健康長寿課
32	食育・学校給食に関する研修会等の参加人数	人	653	700	保健体育課

基本目標６　消費者行政を推進するための体制の充実

消費者安全法に基づき、県内すべての市町村に消費生活相談窓口が整備され、住民の身近な相談窓口として相談に応じることとされています。県においては、市町村相互間の連絡調整及び市町村に対する必要な助言、協力、情報の提供その他の援助を行うとともに、高度で専門的な相談への対応等の役割が求められています。

一方、消費者団体に対しては、引き続き消費者の自主的な組織活動を支援するとともに、消費者の権利を尊重するため、消費者の意見を消費者施策に反映させるよう取り組む必要があります。

（６－１）市町村における消費者行政体制の充実・支援

消費者被害を防止し、発生した問題を解決・救済する上で、住民に身近な市町村が果たす役割は極めて重要です。そのため、居住地を問わず、質の高い相談や救済を受けられる体制の確保が必要です。

現在、県内すべての市町村に相談窓口が設置され、相談受付件数も年々増加するなど、市町村の消費生活相談体制も整備されてきました。しかし、依然として消費生活相談員が配置されていない自治体があるなど、体制面では未だ十分とは言えません。

こうした状況を踏まえ、市町村における相談体制のさらなる充実・強化を支援します。

【具体的な施策】

ア　市町村消費生活相談窓口の充実・支援

消費者安全法に基づき、県と市町村の相談機能の役割分担を明確にした上で、県は住民に身近な相談窓口である市町村消費生活相談窓口の充実・強化を支援します。

また、市町村に対する専門の消費生活相談員の配置~~促進や~~を促進するとともに、単独配置が困難な市町村~~への~~に対しては広域連携~~に関する助言・調整を行い、市町村の相談処理等が迅速かつ円滑に行われるよう、巡回指導による技術的な支援を実施します。~~支援の在り方を市町村と協議し、これに沿った助言・調整を行います。

（生活安全安心課）

イ 市消費生活センター等との連携

国・県・市の消費生活相談員や消費者問題を専門とする弁護士による情報交換会を定期的に開催します。事例研究や情報共有を通じて連携を深め、相談対応力の向上を図ります。

（生活安全安心課）

【数値目標】

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
33	消費生活相談の相談分担率	%	41.6	50%以上	生活安全安心課

（暫定値）

（６－２）消費者施策への消費者意見の反映

消費者が主体となる消費者行政を推進するため、消費者からの意見を消費者施策に反映させるよう取り組みます。

【具体的な施策】

ア 消費者意見の施策への反映

消費者・事業者団体の代表者や学識経験者で構成される「沖縄県消費生活審議会（沖縄県消費者教育推進地域協議会*）」において、計画に基づく各種施策の進捗管理や消費者教育の推進、その他消費生活関連施策の重要事項について審議を行い、各分野の幅広い意見を消費者行政に反映させます。

また、必要に応じてパブリックコメント等を実施し、消費者の意見反映に努めます。

（生活安全安心課）

イ 条例に基づく「知事への申出制度」の周知

条例に基づく「知事への申出制度」の周知を図るとともに、消費者から寄せられた申出内容を調査し、適切な措置を講じます。

（生活安全安心課）

* 用語説明は p.62 参照。

（６－３）消費者の組織的な活動への支援

消費者団体は、消費者被害防止等の分野で、学習活動や啓発活動を行い、積極的な役割を果たしてきました。今後も、消費者の組織的な活動への支援を行います。

【具体的な施策】

ア 消費者団体訴訟制度の活用の推進

適格消費者団体*の役割や活動内容を県民へ周知・広報することで、同団体の活動継続及び認定更新に向けた支援を行います。

また、特定適格消費者団体**の認定を目指す団体に対し、必要な支援を行います。

（生活安全安心課）

イ 消費者団体との意見・情報交換の実施

消費者団体の自主的な活動を支援するため、消費者団体との意見交換や情報共有を行います。

（生活安全安心課）

ウ 消費生活協同組合に対する監督・指導の実施

消費生活協同組合法に基づき、生協への立入検査を実施し、必要に応じて文書指導を行います。また、懸案事項等について報告を求め、生協の育成・指導に努めます。

（生活安全安心課）

---

* 用語説明は p.62 参照。

** 用語説明は p.63 参照。

第５章　計画の実効性の確保

１．推進体制

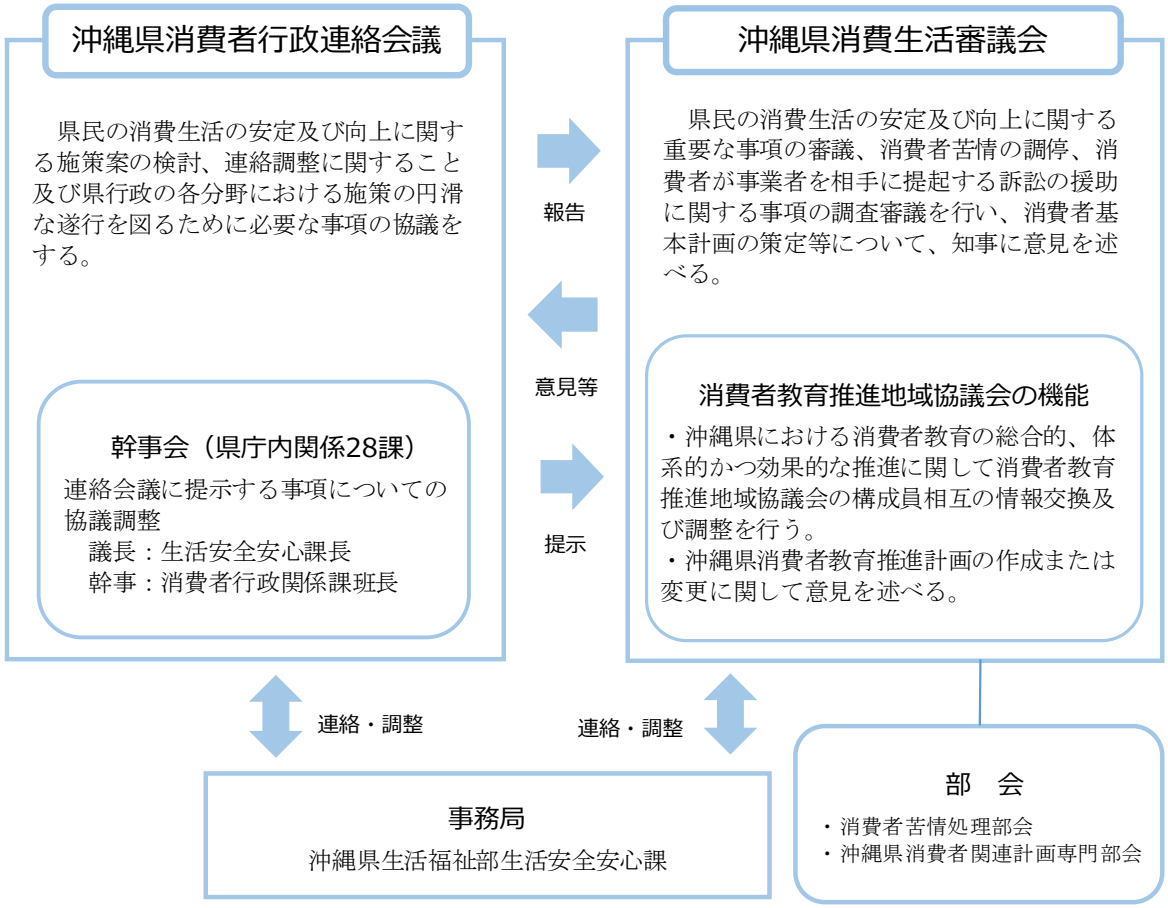
（１）沖縄県消費者行政連絡会議の運営

消費者行政の関連施策を実施する課で構成する沖縄県消費者行政連絡会議を設置し、全庁的な総合調整を行い、計画を推進します。

（２）沖縄県消費生活審議会への報告

沖縄県消費生活審議会に計画の推進状況について報告します。

※消費者教育推進法第20条に規定する消費者教育推進地域協議会の機能を兼ねる。



２．数値目標の設定

計画の推進状況を把握するため、達成目標となる数値の設定が可能なものについては、原則として計画の最終年度である令和13年度までに達成する数値を「目標数値」として設定します。また、「目標数値」の設定にそぐわないものについては、事業の執行状況を把握します。

３．進行管理及び実施状況の公表

毎年、消費者基本計画に掲げる数値目標に基づき施策の進行管理を行い、その実施状況を県ホームページ上で公表します。

また、県の広報番組や広報誌等を活用しながら、情報発信に努めることとします。

■数値目標一覧表

基本目標１　消費者の安全･安心の確保

（１－１）生産から消費に至る一貫した食の安全性の確保

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
1	農薬販売所への立入検査	件	100	700	営農支援課
2	国のガイドラインに基づいたGAP の導入経営体数	経営体	126	136	営農支援課
3	と畜場の監視回数（監視予定回数の達成率）	%	102	100	薬務生活衛生課
4	食鳥処理場（大規模･認定小規模）の監視回数（監視予定回数の達成率）	%	106	100	薬務生活衛生課
5	食中毒予防のための講習会開催	回	250	250	薬務生活衛生課
6	食品施設監視指導回数（監視指導実施予定数の達成率）	%	100	100	薬務生活衛生課
7	食品の収去検査検体数（検査実施予定検体数の達成率）	%	102	100	薬務生活衛生課
8	流通食品の放射性物質検査検体数（検査実施予定検体数の達成率）	%	100	100	薬務生活衛生課
9	食中毒予防イベントの開催	回	6	6	薬務生活衛生課

（１－２） 食品以外の商品･サービスの安全性の確保

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
10	ＬＰガス器具販売店･ＬＰガス販売事業者等への立入検査	件	10	20	産業政策課
11	電気用品販売事業者への立入検査	件	26	15	産業政策課
12	消費生活用製品販売事業者への立入検査実施品目数	点	5	5	生活安全安心課

基本目標２　自主的かつ合理的な選択の機会の確保

（２－１） 表示制度の適正な運用の確保

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
13	食品表示法に関する巡回調査･点検件数	件	22,189	18,350	薬務生活衛生課 流通･加工推進課 健康長寿課
14	食品表示法等に関する表示講習会開催回数	回	6	5	薬務生活衛生課 流通･加工推進課 健康長寿課
15	健康増進法の誇大表示にかかわる巡回調査件数	件	354	350	健康長寿課
16	家庭用品販売事業者への立入検査実施品目数	点	5	5	生活安全安心課
17	商品量目立入店舗数	店舗	20	20	計量検定所

（２－２） 適正な取引の確保

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
18	貸金業者への立入検査件数（全業者数×1/3以上とする）	件	15	14	生活安全安心課

1

基本目標３　消費者被害の防止と救済

（３－１） 被害救済及び苦情処理･紛争解決の促進

	項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
19	あっせん介入に対する解決件数	件	1,078	630	生活安全安心課
20	消費者ホットライン188の認知度	%	6.6	8.6	生活安全安心課
21	最近の消費者トラブル事例に関する認知度	%	66.1	70.0	生活安全安心課

（３－３） 消費生活に配慮を要する消費者の消費者被害の防止

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
22	成年後見制度利用促進計画を策定している市町村数	市町村	25	41	地域包括ケア推進課
23	中核機関を整備している市町村数	市町村	11	41	地域包括ケア推進課
24	日常生活自立支援事業利用者数	件	779	884	福祉政策課

2

基本目標４　持続可能な社会の実現に向けた消費行動と事業活動の推進

（４－１）　食品ロス削減の推進

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
25	家庭系食品ロス量の削減	トン	26,649	19,617	生活安全安心課
26	食品ロス問題を認知し削減に取り組む県民の割合	%	68.3	97.0	生活安全安心課
27	賞味期限が１年未満の食品を提供する割合	%	100	100	生活安全安心課

（４－２）　環境に配慮した消費行動の推進

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R5	目標値 R13	課　名
28	温室効果ガス排出量	万ｔ－CO_2	1,117.2	822.2	環境再生課

基本目標５　考えて行動できる「うちなー消費者」の育成(消費者教育の推進)

（５－１）　ライフステージに応じた様々な場における消費者教育の推進

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
29	消費者教育推進講座受講者数	人	3,581	3,000	生活安全安心課 沖縄県金融広報委員会

（５－３）　消費生活と関連する他の教育の推進

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
30	出前講座、自然観察会、環境セミナー等の参加人数	人	3,008	6,656	環境再生課
31	食育に関心を持っている県民の割合	%	―	―	健康長寿課
32	食育・学校給食に関する研修会等の参加人数	人	653	700	保健体育課

基本目標６　消費者行政を推進するための体制の充実

（６－１）　市町村における消費者行政体制の充実・支援

	数値目標設定項目名	単位	現況値 R7	目標値 R13	課　名
33	消費生活相談の相談分担率	%	41.6	50%以上	生活安全安心課

（暫定値）