

第4次山形県消費者基本計画(案)の概要

令和4年1月
防災くらし安心部

計画策定の趣旨

消費者を取り巻く経済・社会環境の変化等により生じた新たな課題に対応するため、これまでの消費者施策の取組や成果及び国の消費者施策の動向を踏まえ、本県の消費者行政の施策の展開方向を示す

計画の位置付け

- 「消費者基本法」及び「山形県消費生活条例」に基づき、県民の消費生活の安定及び向上を図るための施策を総合的かつ計画的に推進するための計画
- 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

基本理念

- 消費者の権利の尊重
- 消費者の自立の支援

計画の期間

令和4年度から令和8年度まで
(5年間)

消費者を取り巻く現状と課題

【消費者を取り巻く社会環境の変化】

- 高齢化の進行 R2 山形県の高齢化率：34%
- デジタル化の進展・電子商取引の拡大
- 改正民法の施行に伴う成年年齢引下げ 2022(令和4)年4月～20歳⇒18歳に
- 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり
- 自然災害の激甚化・多発化、新型コロナウイルス感染症の感染拡大

【山形県における消費生活の状況】

- 消費生活相談体制の状況
 - ・県内全市町村に相談窓口設置
 - ・高齢者等見守りネットワークの構築 消費者安全確保地域協議会設置数：1市
- 消費生活相談の状況
 - ・インターネット関連の相談の増加
 - ・高齢者、若年者、障がい者の相談件数の増加

	H23	H28	R2
県全体の相談件数	8,546	7,276	7,722
うち65歳以上の高齢者の相談件数	1,566	1,774	2,114
うち22歳以下の若年者の相談件数	375	292	398
うち障がい者の相談件数	35	104	149

○消費者教育の状況

- ・学校、地域における出前講座の実施
- ・消費生活サポーターの委嘱 H27：69人⇒R2：106人

○消費生活に関する県民の意識 (R3.7消費生活に係る県民意識調査より)

	一般調査	高校生調査
消費生活センターの認知度	48.8%	38.4%
消費者ホットライン188の認知度	11.3%	42.9%
エシカル消費の認知度	6.1%	10.7%

【今後取り組むべき主な課題】

- 相談体制**
 - ⇒複雑化・多様化する消費者問題に対応するため、県や市町村の消費生活相談体制の充実強化が必要
 - ⇒相談窓口、消費者ホットライン188の認知度向上が必要
- 被害防止**
 - ⇒高齢者・障がい者等の消費者被害防止と早期発見のため、地域での見守りが重要
 - ⇒成年年齢引下げに伴い、若年者への重点的な啓発・教育が必要
- 消費者教育**
 - ⇒自ら考え行動する消費者を育成するため、ライフステージに応じた消費者教育を推進することが必要
 - ⇒「エシカル消費」の普及啓発等による持続可能な社会の実現に向けた消費行動の促進
- 安全安心**
 - ⇒様々な情報媒体を活用し、迅速で効果的な情報提供や災害時、感染症の感染拡大時における迅速かつ適切な情報発信が必要

◆エシカル消費（倫理的消費）とはよりよい社会に向けて、地域の活性化や雇用等も含めた人や社会、環境等に配慮した消費行動のこと

重点的な取組施策

- 【重点1】 高齢者等被害防止のための見守り体制の構築
- 【重点2】 若年者に対する消費者啓発・教育の強化
- 【重点3】 エシカル消費（倫理的消費）の推進
- 【重点4】 デジタル化に対応した施策の推進

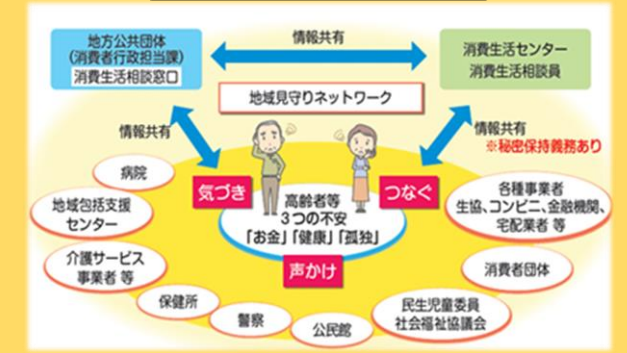
施策の柱及び基本的方向（主な取組）

施策の柱Ⅰ 消費者被害の防止と救済

- 地域における相談体制の充実・強化**
 - 市町村の消費生活センター・相談窓口への支援強化
 - 県の相談体制の充実【重点4】
 - 消費生活センター・消費者ホットライン188の周知
- 消費者と事業者との取引の適正化**
 - 消費者トラブルに関する注意喚起
 - （不当行為の差止請求権を有する）適格消費者団体との連携
 - 悪質な事業者に対する指導及び行政処分
- 高齢者・若年者・障がい者等への支援**
 - 高齢者等の見守りネットワーク構築の促進【重点1】
 - 各種媒体を活用した消費者トラブル未然防止のための情報発信【重点4】
 - 成年年齢引下げに対応した若年者への情報発信【重点2】
 - 障がい者の消費者教育の実施
- 多重債務対策の推進**
 - 多重債務問題に関わる関係機関との連携促進
 - 無料法律相談会による多重債務者支援



「見守りネットワーク」イメージ



施策の柱Ⅱ 主体性のある消費者の育成

- ライフステージに応じた消費者教育の充実**
 - 学校における消費者教育の推進**
 - 学校等教育における出前講座・弁護士による消費生活法律授業の実施
 - 成年年齢引下げに対応した出前講座の実施【重点2】
 - 各種媒体を活用した消費者教育のための情報周知【重点4】
 - 地域における消費者教育の推進**
 - ライフステージに応じた出前講座の実施（若年期、成年期、高齢期）
 - 若年者による若年者のための消費者教育事業への支援【重点2】
 - 障がい者の消費者教育の実施（再掲）
- 消費者教育の担い手の育成と多様な主体との連携**
 - 消費生活サポーター制度の強化
 - 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
 - 市町村相談員等との連携による消費者教育の推進
- 持続可能な社会を目指した消費行動の推進【重点3】**
 - エシカル消費の普及啓発
 - 環境問題を「自分ごと」として捉えるための意識改革・行動変容の促進、県民総ぐるみによる運動の展開
 - プラスチックごみ削減及び分別・リサイクルの推進
 - 食品ロスの削減の推進



施策の柱Ⅲ 消費生活の安全・安心の確保

- 消費者への情報提供の充実**
 - 消費者事故情報の収集及び情報周知の充実【重点4】
 - 各種媒体を活用した消費者への情報発信の強化【重点4】
 - 自然災害や感染症拡大時などに対応した消費者への情報発信【重点4】
- 食の安全・安心の確保**
 - 食の安全に関する意見交換の推進
 - 適正な食品表示の確保
 - 食品等の監視指導の充実
 - 流通する食品の安全対策
- 商品・サービスの安全・安心の確保**
 - 安全三法に基づく販売事業者への指導の徹底
 - 医薬品の安全性の確保



Twitterによる情報発信イメージ

