

## 滋賀県消費者基本計画（第 3 次）原案【概要版】

### 第 1 章 計画の基本的な考え方

#### 1 計画改定の趣旨

消費者を取り巻く社会経済情勢や、消費者行政を巡る状況の変化を踏まえ、今後の施策の展開方向を示す。

#### 2 計画の性格

- ①滋賀県消費生活条例に基づく、消費者施策に関する基本的な方向等を定め、消費者施策の計画的な推進を図るための計画
- ②「消費者教育推進法」第 10 条に規定される滋賀県消費者教育推進計画

#### 3 計画の期間：平成 28 年度から 32 年度までの 5 年間

### 第 2 章 消費生活をめぐる現状と課題

#### 1 これまでの取組

第 2 次基本計画に 4 つの基本的方向と 9 つの重点施策を定め、消費者施策を展開

#### 2 消費者を取り巻く現状と課題

##### (1) 社会経済情勢の変化

- ①人口減少社会の到来と少子高齢化の進行
  - ・高齢者の単独世帯の増加
- ②高度情報通信社会の進展
  - ・スマートフォンの急激な普及
  - ・デジタルコンテンツに関する相談増加
- ③商品や取引形態の複雑化・多様化
  - ・消費者向け電子商取引の規模拡大
  - ・消費生活におけるグローバル化の進展
- ④環境・エネルギー問題
  - ・持続可能社会への転換の必要性
- ⑤食品表示その他「食」の諸問題
  - ・メニュー等における不適正な表示問題
  - ・食品ロスの増加

##### (2) 国における消費者行政の現状

- ・消費者教育推進法および食品表示法の制定
- ・特定商取引法、景品表示法等の改正

##### (3) 滋賀県における消費生活相談体制の状況

- ・消費生活相談窓口の設置（平成 23 年度より全市町に設置。）
- ・消費生活相談窓口の認知度（県消費生活センター：50.9% 市町相談窓口：62.2%）

##### (4) 滋賀県における消費生活相談の状況

- ・相談件数は平成 22 年度以降概ね 12,000 件台で推移。平成 25、26 年度と約 14,000 件に増加。
- ・65 歳以上の高齢者の相談件数が急増（全相談の 3 割超過）
- ・デジタルコンテンツ（アダルト情報サイト、出会い系サイト等）に関する相談が約 2,600 件と全体の 2 割を占める。
- ・通信販売に関する相談割合が高く、特にインターネット通販の相談件数が増加。

##### (5) 滋賀県における事業者指導等の状況

- ・特定商取引法や景品表示法等による指導
- ・特殊詐欺の発生（被害件数の半数が 65 歳以上。65 歳以上の被害額総額は全体の 76%を占める。）

##### (6) 消費者教育の状況

###### ①消費者教育推進法の施行（平成 24 年 12 月）

【基本的方向】誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けられる機会を提供し、効果的に推進する。

###### ②滋賀県における消費者教育の現状

- ・幼稚園では「環境に配慮したくらし」や「安全安心な遊具の使い方」に関することが中心。
- ・小学校、中学校、高校、特別支援学校では、平成 23～25 年度に完全実施された新学習指導要領に基づき実施。
- ・大学や専修学校での実施状況は、大学に比べ専修学校での実施率が低く 4 割未満。
- ・事業所における従業員への消費者教育は半数以上で実施されず。ただし、従業員 300 人以上規模では約 6 割で実施。
- ・消費者教育を推進するための支援としては、実践事例の紹介や、消費者教育教材の提供等へのニーズが高い。

### 第3章 消費者施策推進の基本方針

#### 1 基本理念

県、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体の相互の信頼を基調とし、消費生活条例に掲げられた消費者の8つの権利を尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護および増進のため自主的、合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援する。

目指す姿 **(仮) みんなでつくる消費者安全・安心社会**

#### 2 基本方針

- I 安全・安心な消費生活の確保
- II 「自ら考え行動する」消費者になるための支援
- III 消費者被害の防止と救済

#### 消費者の8つの権利

- ①基本的な需要が満たされること
- ②健全な生活環境が確保されること
- ③安全が確保されること
- ④適正な商品等が供給されること
- ⑤商品等の選択機会が確保されること
- ⑥消費者教育を受けられること
- ⑦被害の救済を受けられること
- ⑧意見が反映されること

### 第4章 消費者施策の展開

#### I 安全・安心な消費生活の確保

##### ■重点施策1 消費者取引の適正化

- (1) 取引等の適正化
- (2) 広告・表示等の適正化

##### ■重点施策2 商品・サービスの安全性の確保

- (1) 商品・サービス・食品の安全性の確保
- (2) 食の安全・安心の確保
- (3) 消費者事故情報等の収集・提供

##### ■重点施策3 生活関連物資およびサービスの安定供給

#### II 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

##### ■重点施策4 消費生活情報の発信・啓発

##### ■重点施策5 消費者教育・学習の推進

- (1) 消費者教育・学習の機会拡大と体系的な消費者教育の推進
  - ①学校等における消費者教育の推進
  - ②消費者の特性や場の特性に応じた消費者教育の推進
  - ③消費生活に関連する教育との連携推進
- (2) 消費者教育の担い手（人材）の育成と支援
- (3) 消費者市民社会の構築に向けた気運づくり

##### ■重点施策6 環境に配慮した消費者行動の推進

- (1) 環境に配慮した消費者行動の推進
- (2) 環境学習・環境保全活動の支援

#### III 消費者被害の防止と救済

##### ■重点施策7 消費生活相談体制の充実強化

- (1) 県の消費生活相談体制の充実強化
- (2) 市町の消費生活相談体制の充実強化支援

##### ■重点施策8 高齢者等への支援

- (1) 高齢者等への的確な情報提供
- (2) 高齢者等の見守り体制の充実強化

##### ■重点施策9 法令違反事業者等への指導強化

### 第5章 関係機関・団体との連携強化

#### 1 行政機関との連携

- ・国、他都道府県との連携
- ・市町との連携
- ・庁内関係部局等との連携

#### 2 消費者団体・NPOとの連携

#### 3 事業者・事業者団体との連携

#### 4 弁護士会、福祉関係団体等多様な主体との連携

#### 5 消費者等の意見の施策への反映と透明性の確保

- ・関係者の意見の消費者施策への反映
- ・施策や審議会での審議状況のホームページ等での公表

### 第6章 計画の推進体制と進行管理

#### 1 計画の推進体制

- ・滋賀県消費者行政推進連絡調整会議での総合調整
- ・社会的、経済的状況の急激な変動への対応

#### 2 計画の進行管理

- ・PDCAサイクルに基づき、施策の実効性の確保を図る。

#### 3 計画の見直し

- ・必要に応じ計画の見直しを行う