

第 3 次「山口県消費者基本計画」
(骨子案)

平成 3 0 年 2 月 5 日
山口県県民生活課

【目 次】

第 1 章	計画改定の趣旨等	・ ・ ・ ・ ・	P 1
1	計画改定の趣旨	・ ・ ・ ・ ・	P 1
2	計画の位置づけ	・ ・ ・ ・ ・	P 1
3	計画の目的及び基本理念	・ ・ ・ ・ ・	P 1
4	計画の期間	・ ・ ・ ・ ・	P 1
第 2 章	消費者を取り巻く現状と課題	・ ・ ・ ・ ・	P 2
1	社会経済情勢の変化	・ ・ ・ ・ ・	P 2
2	国の動き	・ ・ ・ ・ ・	P 2
3	県の動き	・ ・ ・ ・ ・	P 3
4	市町の動き	・ ・ ・ ・ ・	P 5
5	県消費生活センターの役割と相談の現状	・ ・ ・ ・ ・	P 5
6	今後取り組むべき課題	・ ・ ・ ・ ・	P 6
第 3 章	施策の展開	・ ・ ・ ・ ・	P 8
1	消費生活における安心・安全の確保	・ ・ ・ ・ ・	P 9
2	消費生活相談の充実強化、紛争の適切な解決の促進	・ ・	P 10
3	消費者の自立に向けた支援	・ ・ ・ ・ ・	P 11
4	消費者教育の推進	・ ・ ・ ・ ・	P 12
5	国・他の自治体、学校や消費者団体等との連携・協働	・	P 14
第 4 章	計画の推進	・ ・ ・ ・ ・	P 15
1	推進体制	・ ・ ・ ・ ・	P 15
2	進行管理	・ ・ ・ ・ ・	P 15

第1章 計画改定の趣旨等

1 計画改定の趣旨

- ・ 現行計画では、平成25年度から平成29年度の計画期間として、消費者に関する各種施策を進めてきた。
- ・ 現行計画が平成30年3月で終了することを受け、新たな計画を策定するもの。

2 計画の位置づけ

- ・ 現行計画の策定後の、国の制度の変更、法改正や社会経済情勢の変化等に対応できるものとし、総合的かつ長期的な消費者施策の指針とする。
- ・ 「消費者教育推進計画」*1を兼ねたものとし、消費者に対し、様々な場で消費者教育を受ける機会を提供することなどを施策の指針とする。

3 計画の目的及び基本理念

【目的】

消費生活条例の目的（第1条）である「県民の消費生活の安定と向上を図ること」を目的とする。

【基本理念】

消費生活条例の理念（第1条の2）である「消費者の権利の尊重」「消費者の自立の支援」を目的とする。また、これは消費者基本法及び消費者教育基本法*2の理念に基づくものである。

4 計画の期間

消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため、計画期間は平成30年度から平成34年度までの5年間とする。

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 社会経済情勢の変化

- ・ 少子高齢化の急速な進行、それに伴う高齢独居・高齢夫婦のみ世帯の増加
- ・ 高度情報化の急速な進展に伴い、インターネットによる商取引やSNSの利用などの拡大により、高齢者や若年者等がトラブルに巻き込まれる事例が増加
- ・ 自ら進んで人や環境にやさしい商品やサービスを選択する消費者の増加とともに、公正で持続可能な社会の実現（SDGs*3）や倫理的消費（エシカル消費）*4への認識が広がりを見せ始めるなどの消費者意識・行動の変化
- ・ 仮想通貨の出現など世界的なキャッシュレスの動きや、海外からの人々の流入や情報の高速化による消費生活のグローバル化

2 国の動き

（1）消費者庁をはじめとする体制の強化

- ・ 消費者庁は平成21年に設置されて以来、消費者事故等に関する情報を集約、調査分析を行い、消費者へ注意喚起を実施
- ・ 内閣府消費者委員会（H21.9）、消費者安全調査委員会（H24.10）、消費者教育推進会議による継続的な積極審議
- ・ 消費者庁は、法令の制約等からどの省庁も対応できなかった「すき間事案」について対応
- ・ 消費者ホットライン「188（嫌や!）」*5を整備、全国共通の電話番号により、地方公共団体が設置している身近な消費生活相談窓口を案内

（2）法令改正等

- ア 消費者安全法の改正（平成28年4月一部施行、平成31年4月一部施行予定）
見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）*6の設立、消費生活相談員の国家資格認定制度*7の創設
- イ 特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」）の改正（平成29年12月一部施行）
訪問販売や訪問買取り（押し買い）等の規制を一層強化
- ウ 消費者契約法の改正（平成29年月施行）
不実告知取消に関する重要事項の範囲の拡大、過量契約取消規定の創設、不当勧誘取消事由の拡大と不当契約条項無効化による消費者保護を強化

エ 民法改正の動き

債権に関する規定が120年ぶりに抜本改正（平成29年6月公布。約款に関する規定の創設等）されるとともに、成年年齢の引き下げに向け、第196回国会に法案が提出される見込み

（3）地方消費者行政の強化に向けた取組

国は、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心が確保される地域体制を全国的に整備強化するため、平成27年度から、地方の消費者行政推進を目的とした「地方消費者行政推進交付金」を新設し、消費者行政の充実・強化に向けた体制整備を推進

○相談体制の空白地域の解消 ○相談体制の質の強化を推進 ○消費者教育推進計画の策定や消費者教育推進地域協議会の設置促進 ○適格消費者団体空白地域の解消 ○地域における見守りネットワークの設置促進 等

（4）消費者教育の推進に向けた取組

国は、消費者教育推進法を改正し消費者教育の拡充強化を展開

○消費者教育推進法による国基本方針の策定とその後の見直し ○基本方針の重点事項に成年年齢引き下げ対応として若年者への消費者教育の強化を列举 ○都道府県における消費者教育推進計画の策定・消費者教育地域協議会*8の設立を推進 ○消費者行政と教育行政の連携強化を推進 等

3 県の動き

県では、前計画の期間において、次の5つの柱を基本に、各種の消費者施策を推進してきた。

（1）消費生活における安心・安全の確保

ア 消費者取引の適正化

- ・関係法令等に基づく行政処分等の実施、国や近隣自治体との悪質事業者に係る情報の共有と連携
- ・不当取引指導員（県警察OB）の配置による法執行体制の強化

イ 被害防止に向けた取組

- ・警告メッセージ付き通話録音装置の普及啓発
- ・地域において見守り活動を行う者と連携した啓発活動、体制づくりの促進

（2）消費生活相談の充実と紛争の適切な解決の促進

ア 消費生活相談の充実

- ・ 県消費生活センターの本庁（県民生活課）との統合（平成28年4月）により、県警や教育委員会、関係課との連携強化
- ・ 市町における消費者相談体制の充実・強化を支援（国交付金の活用）

イ 紛争の適切な解決の促進

- ・ 消費者相談に対する助言・あっせん、裁判外紛争解決機関(ADR)*9や弁護士会等の紹介

(3) 消費者の自立支援

ア 消費者団体等の活動の促進

- ・ 地域で消費者に対し啓発等を行う消費者団体の自主的な活動を支援
- ・ 消費生活協同組合の健全な運営に向けた支援

イ 自立支援を担う人材の育成

- ・ 複雑・多様化する消費者問題に対応できる消費者リーダーの育成
- ・ 消費者教育の担い手としてのリーダーの地域における活用を促進

ウ 環境に配慮した暮らしの推進

- ・ 消費者への環境学習などを通じ、省資源・省エネルギー意識の普及を推進
- ・ 消費者自らが環境に配慮した消費行動ができるよう環境学習を推進

(4) 消費者教育の推進

ア 地域における消費者教育

- ・ 市町での消費者リーダーの活用や消費者団体との連携・協働を促進
- ・ 体験学習型消費者教育施設「まなべる」の学習教材の充実

イ 学校における消費者教育

- ・ 教員を対象とした消費者教育セミナーの実施
- ・ アドバイザー派遣によるモデル授業の実施と指導案の作成支援
- ・ 審議会委員に中学校校長会、高等学校校長会が推薦する委員を追加

(5) 国や他の自治体、消費者団体をはじめとする多様な団体等との連携・協働

- ・ 消費者団体や福祉関係者等と連携し、消費者教育の推進や、高齢者や障害者の消費者トラブルの未然防止のための見守り体制づくりを促進
- ・ 弁護士会等の関係機関と連携し、法律的判断が必要な事案等について相談会を設置
- ・ 警告メッセージ付き通話録音装置の普及による消費者被害防止に向け、電器商

4 市町の動き

- ・ 平成 29 年度までに、県内 13 市の全てに消費生活センターが設置され、併せて柳井地域では 1 市 4 町の広域連携によるセンターが設置されるとともに、全市町において消費生活相談員が配置された。
- ・ 高齢者を見守る体制づくりとして、消費者安全法に基づく地域見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）*10 の設立の動きが徐々に現れている。（2 市で設置済）

5 県消費生活センターの役割と相談の現状

（1）県消費生活センターの役割

- ・ 消費生活センターの設置根拠及び担う業務は、消費者安全法が規定
- ・ 県消費生活センターは、広域事案への対応、市町への情報提供、市町消費生活センターへの巡回相談、法執行を見据えた相談者（消費者）の聴取などを業務として実施

（2）県消費生活センターの相談の現状

ア 消費生活相談件数の推移

- ・ 住民に身近な市町における相談窓口の充実が図られ、県センター受付の相談件数は、近年横ばい傾向。一方で、相談内容は複雑化・困難化

イ 契約当事者の年代別・男女別の相談状況

- ・ 契約当事者の年代別の相談件数は、60 歳代以上の者が最も高い割合。次いで 50 歳代、70 歳代以上、40 歳代

ウ 販売方法別の相談状況

- ・ 通信販売、訪問販売、電話勧誘販売などの「特殊販売」*10 が 5 割を超えて推移
- ・ 訪問販売に関する相談、電話勧誘販売に関する相談の約半数が 60 歳以上の者

エ 商品・サービス別の相談状況

- ・ 「放送・コンテンツ等」*11 の相談が、どの年代別でも最上位
- ・ 60 歳以上では、書籍印刷物、健康食品、工事建築加工に関する相談が上位

6 今後取り組むべき課題

本県における消費者を取り巻く状況や本県の特徴を踏まえ、次のことが課題として考えられる。

(1) 社会経済情勢への対応

- ・ 少子高齢化の急速な進行、高齢独居化等を踏まえた効果的な施策の展開
- ・ インターネット関連の消費者被害やトラブルに対する的確かつ迅速な対応
- ・ 消費者の多様な消費行動・意識の変化や、倫理的消費（エシカル消費）、持続可能な開発目標（SDGs）、消費者志向経営*12等への対応

(2) 本県の地域特性を踏まえた対応

- ・ 事業者が多く立地する広島・福岡の都市圏に隣接していることによる広域的な消費者被害への対応
- ・ 全国平均より早い高齢化の進行、高い独居化率という状況を踏まえた対応
- ・ 若年者層の県外流出と少子化の進行を踏まえた対応

(3) 消費生活における安心・安全の確保

- ・ 商品等の安全性の確保と安定的な供給の確保
- ・ 消費者の合理的な選択の前提としての適正な広告・表示
- ・ 消費税増税に伴う適正な価格転嫁

(4) 被害の未然防止と拡大防止

- ・ 消費者に対する製品の事故情報や注意喚起、悪質商法の手口など様々な消費生活に関する速やかな情報提供
- ・ 消費者が自ら進んで正確な情報を受けるための取組
- ・ 地域の関係機関による高齢者など被害を受けやすい消費者の見守り体制構築
- ・ 法令違反の事業者に対する特定商取引法をはじめとした関係法令等に基づいた行政指導や処分
- ・ 消費者被害の防止に向けた他の地方公共団体や関係団体等との連携

(5) 消費生活相談体制の整備と相談への対応

- ・ 消費者による広域的・専門的な相談へ対応するための県センター相談員の資質向上
- ・ 市町の消費生活相談体制の充実・強化への支援
- ・ 消費生活相談員の研修機会の確保、専門的な知識や技術の向上
- ・ 消費生活相談員の確保

(6) 消費者教育の拡大と充実

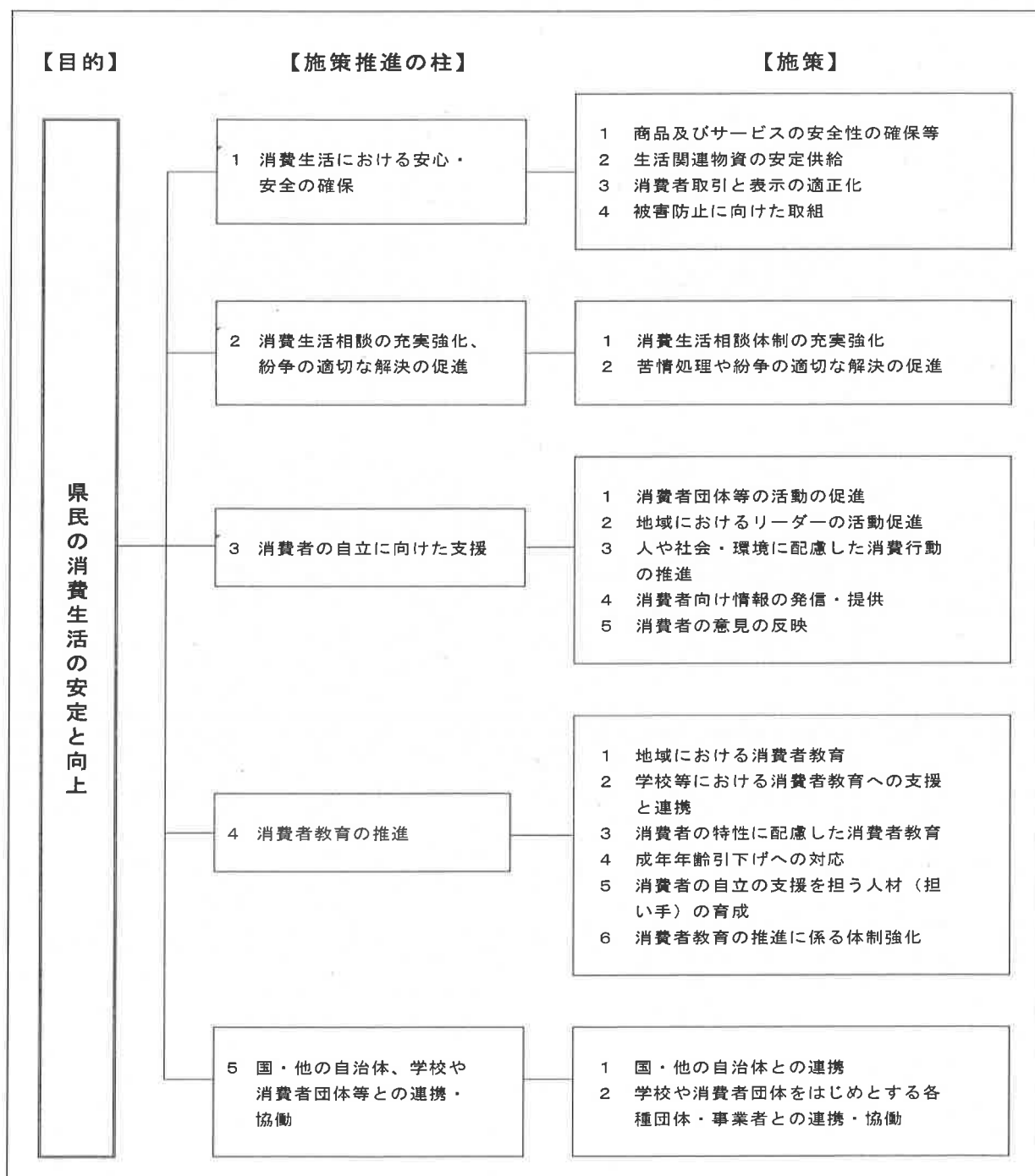
- ・正しい知識と判断力を身につけた自立した消費者への育成
- ・成年年齢引下げを見据えた若年者への消費者教育、学校における消費者教育への支援の充実強化
- ・年代や特性に応じた消費者教育が行われるなど、多様な主体と連携した消費者教育・啓発の機会拡大
- ・消費者団体等と連携したより強力な地域における消費者教育の推進

第3章 施策の展開

県民の消費生活の安定と向上のため、前章で掲げた消費者を取り巻く現状と課題を踏まえ、5つの柱と19項目の施策を推進する。

また、施策の推進に当たっては、山口県の関係部局、国や県内市町・他の都道府県、関係団体等と連携を図りながら取り組んでいく。

施策の体系図



1 消費生活における安心・安全の確保

(1) 商品及びサービスの安全性の確保等

ア 商品及びサービスの安全性の確保

- ・消費者事故を未然防止するため、消費者へ被害防止のための適切かつ迅速に情報提供を行うとともに、事故発生時には速やかに適正な対応を行う。
- ・商品に関する試験や検査先を紹介（コーディネート）する。
- ・食の安心・安全の確保に関する施策について、総合的かつ計画的な推進を図り、信頼性を向上させる。（「食の安心・安全推進計画」生活衛生課所管）

イ 消費者の信頼の確保

- ・事業者に対し、商品やサービスの品質向上、法令順守のための自主基準の制定や「お客様相談窓口」などの消費者からの苦情を処理するための体制整備を要請する。
- ・事業活動において配慮が求められる点の類型化と助言を通じて、事業者における法令や企業倫理順守のための取組を支援する。

(2) 生活関連物資の安定供給

- ・生活関連物資について価格調査を行い、得られた情報をホームページ上に公表する。
- ・生活関連物資に価格急騰の恐れ等がある場合、価格動向や需給の状況について速やかに調査を行う。

(3) 消費者取引と表示の適正化

ア 不当な取引方法の禁止

- ・消費者相談等に基づく事業者への報告聴取や改善指導を実施する。
- ・条例及び告示により指定する不当な取引を行う事業者に対し是正勧告を行う。
- ・特定商取引法に基づく改善指示や業務停止命令等の行政処分を行う。
- ・悪質事業者に関して、国や近隣自治体、市町等との近隣自治体等のネットワーク*13を活用し、情報共有し被害の拡大防止を図る。

イ 広告や表示の適正化

- ・適正な広告や規格表示等が行われていない場合、事業者に対し「不当景品類及び不当表示防止法」（景品表示法）をはじめとする関係法令に基づく指導や立入検査等を行う。
- ・市町や事業種別に設置されている公正取引協議会等と連携を図る。

(4) 被害防止に向けた取組

- ・国民生活センターと全国の自治体の消費生活センター等を結んだ情報ネット

ワーク（PIO-NET パイネット*14）による情報や、消費生活センターへの相談事例等を分析し対応策の検討を行う。

- ・電子メールやホームページ等で、消費者に注意喚起情報を迅速に提供する。
- ・高齢消費者の被害防止のため、消費者安全法に基づく地域見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）の未設置市町に対し設置を促す。
- ・若年消費者に対する被害の未然防止のため、学校や家庭での消費者教育の取組を進める。

《数値目標①》

■全市（13市）の消費者安全確保地域協議会の設置率 100%

※現行設置率：15.3%（設置済2市/13市）

2 消費生活相談の充実強化、紛争の適切な解決の促進

どこに住んでいても消費者被害に関する相談を受けられるよう、消費者の住む地域での相談体制の充実強化を図るとともに、ネット社会化等の進展に伴い多様で複雑化する相談に対応できる相談体制の構築を目指す。

そのために、県及び市町の消費生活センターは、相談員の質の向上と連携を図り、相談や苦情の対応に当たる。

（1）消費生活相談体制の充実強化

ア 県消費生活センターの専門的・広域的事案への対応力の強化等

- ・消費生活相談員の専門的知識や技術の向上のための研修機会を確保し、困難な相談事案への対応力の強化・向上を図る。
- ・指定消費生活相談員やIT等について専門性の高い知識を有する相談員の配置を行う。
- ・市町・関係機関からの情報収集体制を強化するとともに、複数の市町にまたがる広域的な苦情相談や行政処分を要する事案等に的確に対応する。
- ・山口県弁護士会等、被害救済や相談を行う関係団体と緊密に連携を図る。
- ・災害が発生した場合等において、迅速に消費に関する相談窓口を設置する。
（例：自然災害、鳥インフルエンザ発生時などにおける相談窓口の設置）

イ 市町への支援等

- ・市町に対し、消費生活センターや消費者相談窓口の体制強化を引き続き要請する。また、消費生活センターや消費者相談窓口について住民への周知を図る。
- ・消費生活相談員の人材確保や研修機会の確保の支援を行い、市町の相談対応力の向上を図る。市町に対し、消費生活相談員等の研修参加を促す。

- ・市町単独での対応困難事案について、県消費生活センターは助言を行うなど、市町の相談を支援する。
- ・県の指定相談員やIT等専門性の高い知識を有する相談員による市町への助言や支援を行う。

(2) 苦情処理や紛争の適切な解決の促進

- ・消費者からの苦情の申出に対しては、助言やあっせん等を行うことにより適切かつ迅速に対応する。
- ・専門的な相談事例は、内容に応じて山口県弁護士会、法テラス*15等の専門機関や国民生活センター紛争解決委員会*16、製品分野別に設けられた裁判外紛争処理手続き*17の紹介を行い、迅速かつ適切な解決に努める。
- ・既存の適格消費者団体による消費者団体訴訟制度*18の活用について検討する。

《数値目標②》

■県・市町消費生活相談員の研修参加率 100%

〈今後、研修費用は順次独自財源化されるため、参加率の維持が重要となる。〉

※H28年度研修参加率：県・市町相談員 100%

(県主催の研修・Dラーニング(遠隔研修)*19の活用を含む)

3 消費者の自立に向けた支援

消費者自らが「自立した消費者」になることを目指し、各地域において、消費者団体や地域に住んでいるリーダー等による消費者の啓発や見守り活動等が進むよう支援するとともに、消費者に対して正しく有益な情報を提供する。

(1) 消費者団体等の活動の促進

- ・地域の主役としての消費者団体が、各々の地域で行う見守り活動等の自主的な活動を支援する。
- ・地域や学校その他の場で、消費者団体等と連携し、消費者教育の推進を図る。
- ・消費生活協同組合について、健全な運営が図られるよう支援する。
- ・適格消費者団体*20の設立を目指す消費者団体に対して、必要な支援を行う。

(2) 地域におけるリーダーの活動促進

- ・消費者のリーダーとして地域で活躍できる人を支援し地域での活動を促進する。
- ・リーダー間の連携を図り、地域での活動・活躍の場を広げる。

(3) 人や社会・環境に配慮した消費行動の推進

- ・より良い社会を作るために「消費者市民社会」に向けた意識の醸成を図る。
- ・倫理的消費（エシカル消費）の啓発と推進、SDGs についての理解を深化させるなど、環境等の社会的課題に配慮した消費生活を推進していく。

（４）消費者向け情報の発信・提供

- ・県民に対し、テレビ、ラジオ、広報誌やインターネット等の活用や、「やまぐち・くらしの安心ネット」などにより消費者被害の未然防止、拡大防止に必要な商品知識や被害状況等の情報提供を行う。
- ・県・市町の消費生活センターなどの行政機関は、消費者被害を受けた時の身近な相談窓口や、消費者ホットライン「188（嫌や!）」を周知する。

（５）消費者の意見の反映

- ・学識経験者や消費者の代表等で構成された消費生活審議会で、消費者行政についての審議を行う。
- ・施策の推進にあたり、消費者団体との意見交換や情報交換、各種調査等を通じて消費者意見の反映に努める。

《数値目標③》

■被害発生時相談先としての消費生活センターの選択率 70%

※H29 年度県政世論調査結果：47.7%

4 消費者教育の推進

県は、市町や消費者団体等と連携して、より効果的・効率的な消費者教育を推進する。

（１）地域における消費者教育

- ・地域の消費者団体や消費者リーダーによる消費者教育を推進する。
- ・県庁内の体験学習型消費者教育施設『まなべる』*21のコンテンツの展示内容等を充実する。
- ・山口県金融広報委員会*22と連携を図り、公民館等で金融・金銭教育を実施する。

（２）学校等における消費者教育への支援と連携

若年者への消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、学校等に対し、積極的に消費者教育の支援を行うとともに、学校を通じて学生等へ、消費者被害に係る注意喚起情報等を提供する。

ア 教育委員会等との連携

- ・学校等における消費者教育の支援の強化を図る。
- ・学校等において、教職員に対し、消費生活相談での課題や学校現場でのニーズ等を踏まえた消費生活に関する情報を提供する。
- ・金融・金銭教育が実施されるよう、山口県金融広報委員会と連携して、教職員に対する教育方法等の研修を行う。

イ 児童・生徒等に対する教育機会の提供

- ・児童・生徒等の発達段階に応じた消費者教育が行われるよう支援する。

ウ 保護者に対する教育機会の提供

- ・保護者に対して、学校における消費者教育の情報提供等の取組を進める。

(3) 消費者の特性に配慮した消費者教育

- ・幼児期から高齢期までのライフステージに応じた消費者教育を推進する。
- ・契約や金銭管理に支援が必要な者に対しての消費者教育を実施する。
- ・インターネット等を活用し、積極的に消費活動を行う高齢者（アクティブシニア）に対しての消費者教育を実施する。

(4) 成年年齢引下げへの対応

- ・新たに成年となる者に対し、契約や取引のルール・消費者問題の知識や対処法等の消費者教育を実施する。

(5) 消費者の自立の支援を担う人材（担い手）の育成

- ・消費者教育の担い手となる人材の育成に向けた取組を進める。
- ・見守りが必要な消費者の身近にいる民生委員等への啓発や消費者教育を実施する。

(6) 消費者教育の推進に係る体制強化

- ・消費者教育推進地域協議会として機能發揮できるよう体制整備を行う。

《数値目標④》

- 高等学校、大学等の「やまぐち・くらしの安心ネット」の登録率 100%
※高等学校、大学等の学校（115校）の現在の登録校数：0校

5 国・他の自治体、学校や消費者団体等との連携・協働

(1) 国・他の自治体との連携

- ・重大な消費者事故や広域的事案への対応を図るため、国や他の関係都道府県と密接に連携を行う。
- ・複雑多様化する消費者問題に関し、全国的な対応や関係法令の整備が必要な場合、国に対して提言や要請を実施する。
- ・指定相談員やIT等専門性の高い知識を有する相談員により市町を支援する。

(2) 学校や消費者団体をはじめとする各種団体・事業者との連携・協働

- ・若年者の消費者教育を行うため、教育委員会や学校等と連携し教育現場で消費者教育が適切に受けられるよう支援する。
- ・弁護士や司法書士等を講師とした専門的な相談員研修や啓発講座を開催する。
- ・金融広報委員会と連携した地域や学校における金融教育を推進する。
- ・山口県電器商業組合と警察本部との連携協定に基づいた取組を行う。

《数値目標⑤》



(検討中)

第4章 計画の推進

1 推進体制

計画の推進に当たっては、県庁内の関係部局・警察・教育委員会や国・市町、関係団体等と緊密な連携を図りながら、取り組んでいく。

2 進行管理

- ・ 消費者基本計画の進行管理については、その消費者施策の評価・検証を毎年度実施し、県消費生活審議会に報告し、公表する。
- ・ 消費者を取り巻く社会経済情勢の急激な変化や、国の消費者行政に係る政策変更があった場合などには、必要に応じて計画の内容の見直しを行う。

脚注 (※一部、他は略)

*3 SDGs

・・・2030年までに国際社会が目指す17個の持続可能な開発目標

*4 倫理的消費（エシカル消費）

・・・地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動

*21 Dラーニング（遠隔研修）

・・・国民生活センターが実施するインターネット配信を活用した研修