

# 「第2次山梨県消費者基本計画」の概要

## 1 計画の策定にあたって

### 計画策定の趣旨

- ・消費者施策を総合的かつ計画的に推進することにより、県民の消費生活の安定と向上を図る。

### 計画の位置付け

- ・県消費生活条例第8条の2に計画策定を規定
- ・消費者教育推進法第10条に基づく「消費者教育推進計画」

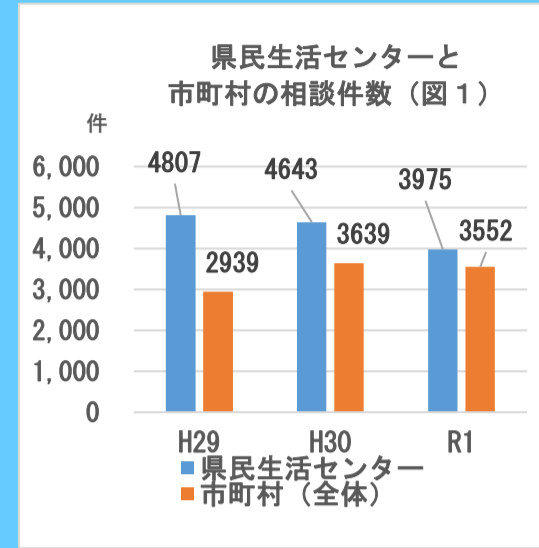
### 計画の期間

- ・2021（R3）年度～2025（R7）年度（5年間）

## 2 消費者行政を取り巻く現状と課題

### 1 消費者を取り巻く社会状況

- ・高齡化、在宅ひとり暮らし高齢者の増加
  - 高齡化率（R2年度）山梨県：30.4%、全国：28.6%
  - 高齢者のおよそ4人に1人は在宅ひとり暮らし
  - 電話詐欺被害の被害額はH29より増加
- ・民法改正による成年年齢引下げ
  - R4.4～成年年齢：20歳→18歳
- ・デジタル化の進展
  - 全国的にインターネットやSNSの利用状況が増加
  - インターネットによる商品・サービスの取引が増加
- ・新型コロナウイルス感染症の拡大や災害の多発
  - 災害等に便乗した悪質商法の発生やSNSの誤情報による消費者の消費行動の変動
- ・社会や環境を意識した消費行動の必要性
  - 未来を見据えた持続可能な開発目標達成に向けた取組
  - エシカル消費（倫理的消費）とは、人や社会、環境、地域へ配慮した消費行動



### 2 第1次山梨県消費者基本計画の達成状況

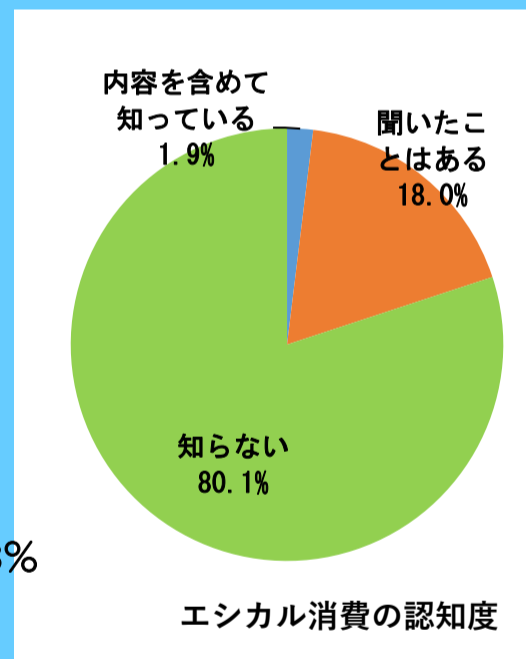
- ・市町村の見守りネットワーク等の設置率
  - 特に人口5万人未満の市町村において進捗に遅れ（表1）

	R1年度実績	数値目標
人口5万人以上	80%	100%
人口5万人未満	45.50%	100%

### 3 消費生活相談の状況

- ・消費生活相談件数の推移（図1）
  - 市町村相談窓口による相談割合の増加
- ・消費生活相談窓口等の認知度
  - 県民生活センター48.3% 市町村相談窓口21.2%
- ・年齢別相談件数：高齢になるほど、相談件数が増加（表2）

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	不明	合計
R1	83	226	258	480	581	626	859	862	3,975



### 4 消費者の意識（R2.6県政モニターアンケート）

- ・トラブルにあった際の相談先
  - 家族・親族：44.4%、販売店やメーカー等の相談窓口：33.3%
  - 友人・知人等：16.7%、県民生活センター：16.7%
- ・エシカル消費の認知度（図2）：知らない 80.1%

## 今後取り組むべき課題

### 1 相談体制の充実強化

- デジタル化の進展、取引形態の多様化
  - どこに住んでいても質の高い支援や救済が受けられるよう相談体制を充実強化していく必要がある。

### 2 消費者の安全確保

- ひとり暮らしの高齢者、感染症拡大に乗じた悪質商法の発生、スマートフォンの普及・インターネットを通じた商品やサービスの取引の増加、契約取消権を持たない若年層の増加
  - 立場の弱い高齢者や若者に対する対策を強化していく必要がある。

### 3 人や社会・環境に配慮した消費の促進

- 消費行動や事業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献
  - 食品ロス、プラゴミの増加、地産地消の必要性
  - エシカル消費（倫理的消費）を促進していく必要がある。

## 3 消費者施策の基本方針と展開

### 基本方針

#### 1 商品やサービスの安全の確保

- ・監視・指導・検査の徹底
- ・消費者事故の調査・公表
- ・災害や感染症流行時の生活関連物資の安定供給・価格の安定化に向けた取組
- ・食の安全・安心の確保

#### 2 消費者と事業者との取引の適正化

- ・表示等の適正化の推進
- ・消費者契約の適正化の推進

#### 3 消費者被害の防止と救済

- ・県と市町村の連携による相談体制の充実
- ・見守り体制の構築及び見守り活動の促進
- ・多重債務問題の解決
- ・県内団体との連携と紛争処理
- ・架空請求や電話詐欺等の変化する消費者トラブルへの対策・情報の提供

#### 4 消費者教育の充実

- ・ライフステージや、学校や地域など場の特性に応じた体系的な消費者教育の推進
- ・若年層に向けた消費者教育の拡充と学校が行う消費者教育への支援
- ・自立した消費者及び消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成
- ・誤情報や風評被害に惑わされない適切な消費行動の普及啓発
- ・エシカル消費（倫理的消費）の普及啓発及び事業者との連携
- ・食品ロスの削減や環境保全に関する消費者及び事業者の理解の促進

#### 5 消費生活情報の発信

- ・被害防止のための注意喚起情報の発信
- ・情報サイト・SNSを利用した情報発信
- ・新しい生活様式を踏まえた情報コンテンツによる普及啓発
- ・学校や地域での消費生活情報の活用に向けた周知活動

## 4 計画の推進

### 推進体制

- ・県消費生活審議会（消費者教育推進地域協議会）
- ・県消費者行政推進会議（庁内各課、甲府財務事務所、金融広報委員会）

### 進行管理

- ・県消費生活審議会で報告
- ・県webサイトで進捗状況を公表

### 重点施策

**重点施策 1**  
**相談体制の充実と連携の強化**

**重点施策 2**  
**高齢者被害防止のための見守り活動の推進**

**重点施策 3**  
**若者に対する消費者教育の充実**

**重点施策 4**  
**エシカル消費（倫理的消費）の促進**

### 計画の数値目標（R7目標値）

- (1) 県・市町村の相談事例検討会の実施
  - 毎年度：2回以上（R4年度 2回）
- (2) 消費生活センター設置市町村の県内人口カバー率
  - R7年度：90%以上（R4年度：71%）
- (3) 消費生活相談員の研修参加率
  - 毎年度：100%（R4年度：79%）
- (4) 消費者行政職員の研修参加率
  - 毎年度：80%以上（R4年度：48%）
- (5) 高齢者等の見守りネットワーク設置市町村の県内人口カバー率
  - R7年度：100%（R4年度：56%）
- (6) 全高校及び特別支援学校における「社会への扉」等を活用した実践的な消費者教育の実施率
  - R7年度：100%（R4年度：100%）
- (7) 出前講座実施市町村の割合
  - R7年度：75%以上（R4年度：26%）
- (8) 学校給食における地場産物の使用割合（金額ベース）
  - R7年度：72%（R4年度：65.8%）
- (9) 食品ロス削減推進応援団の登録件数（事業所）
  - R7年度：250件以上（R4年度：430件）
- (10) 消費者被害及び消費生活に関する情報のwebサイト・SNSによる発信件数
  - 毎年度：100件以上（R4年度：183件）