

「第3次山梨県消費者基本計画」の概要

1 計画策定にあたって

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。

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」

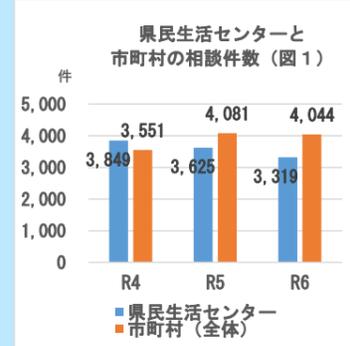
計画期間

・2026（R8）～2030（R12）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齡者の増加
高齡化率（R6年度）山梨県：31.9%、全国：29.3%
県内の高齡者のおよそ4人に1人以上が在宅ひとり暮らし
県内の電話詐欺被害の被害額は13年連続で1億円超
- ・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
- ・グローバル化の進展
海外事業者との取引が増加
県内の在留外国人が増加
- ・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
エシカル消費の認知度：27.4%（消費者庁 R6.10消費生活意識調査）
- ・自然災害の激甚化・頻発化や感染症の流行
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



2 第2次山梨県消費者基本計画の達成状況

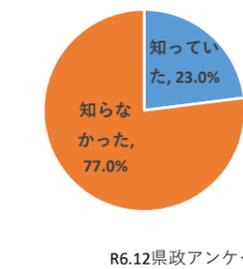
- ・消費生活相談員及び消費者行政職員の研修参加率の向上に課題

3 消費生活相談の状況

- ・消費生活相談件数の推移
市町村相談窓口による相談割合の増加（図1）
- ・年齢別相談件数：高齡になるほど、相談件数が増加（表1）

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	無回答	合計
R6	55	190	209	265	472	486	801	841	3,319

消費者ホットライン188（いやや）の認知度（図2）



4 消費者の意識（R6.12県政アンケート）

- ・消費生活相談窓口等の認知度
県民生活センター：39.3% 市町村相談窓口：21.8%
消費者ホットライン188（いやや）：23.0%（図2）
- ・トラブルにあった際の相談先
誰にも相談しなかった：24.2%、家族・親族：24.2%、
販売店やメーカー等の相談窓口：24.2%
市町村相談窓口：9.1%、県民生活センター：9.1%

今後取り組むべき課題

1 相談体制の充実と相談窓口周知の強化

消費者トラブルの複雑化・多様化、消費生活相談窓口の認知度が低い
→ 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
相談体制の充実・相談窓口周知の強化を図る必要がある。

2 配慮を要する消費者の安全確保

ひとり暮らしの高齡者の増加、インターネット・SNSの利用率の増加、
災害等に便乗した悪質商法の発生
→ 相談にたどり着かず被害が埋もれるおそれのある
高齡者等に対する対策を強化していく必要がある。

3 全ての世代における消費者教育の推進

SNS関係相談の増加、海外事業者との取引、災害等に便乗した悪質商法の発生
→ 法教育・金融経済教育・情報教育等の消費者教育を推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

- ・事業者に対する適正な監視・指導・検査
- ・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

- ・見守り体制の構築及び見守り活動の促進
- ・消費者トラブルに関する情報発信
- ・県内適格消費者団体や消費者団体との連携と紛争処理
- ・県と市町村の連携による相談体制の充実
- ・多重債務問題の解決に向けた支援

4 消費者教育の充実

- ・幼児期から高齡期までのライフステージや、
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
- ・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
- ・エシカル消費の普及啓発及び事業者との連携
- ・食育の推進、食品ロスの削減や環境保全に関する理解の促進

5 消費生活情報の発信

- ・デジタルツールを活用した情報発信
- ・学校や地域での消費生活情報の活用に向けた周知活動
- ・市町村と連携した相談機関等の積極的な周知・広報

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
- ・県消費生活審議会
（庁内各課、甲府財務事務所、金融広報委員会）
- ・県消費生活審議会
（県HPで進捗状況を公表）

進行管理

重点施策

重点施策1

相談体制の充実と相談窓口周知の強化

重点施策2

高齡者等の見守り活動の充実

重点施策3

消費者教育の推進

計画の数値目標（R12目標値）

	項目	基準値 (R6年度)	目標値 (R12年度)
1	食品表示合同調査による景品表示の調査実施回数	9回	毎年度 16回以上
2	消費生活相談員の研修参加率	76%	毎年度 100%
3	消費者行政職員の研修参加率	37%	毎年度 80%
4	高齡者等の見守りネットワーク設置市町村数 （消費者被害防止に取り組む高齡者等の 見守りネットワークの整備を含む）	15市町村	27市町村
5	出前講座の実施市町村数 （県民生活センターの出前講座を含む）	21市町村	27市町村
6	学校給食における地場産物の使用割合（金額ベース）	65.2%	72%以上
7	食品ロス削減サポーター養成講習会の受講者数	400人	延べ 600人以上
8	啓発月間※において、県と連携した啓発を行った市町村数	—	27市町村
9	県民生活センターの認知度	39.3%	60%以上 (R11)
10	消費者ホットライン188（いやや）の認知度	23%	40%以上 (R11)

※啓発月間とは、消費者月間（5月）、高齡者悪質商法被害防止キャンペーン月間（9月）、若者向け悪質商法被害防止キャンペーン月間（1～3月）をいう