

# 「第3次山梨県消費者基本計画」の概要（案）

資料 2

## 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」

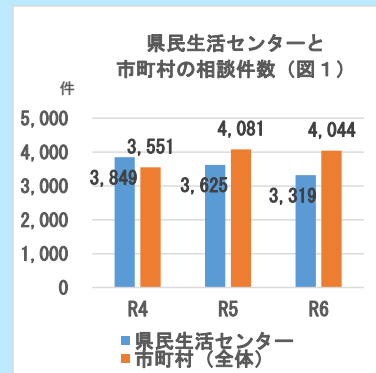
### 計画期間

- 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

- 高齢化、在宅ひとり暮らし高齢者の増加  
高齢化率（R6年度）山梨県：31.9%、全国：29.3%  
県内の高齢者のおよそ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

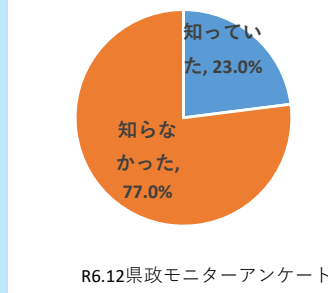
- 消費生活相談員及び消費者行政職員の研修参加率の向上に課題

### 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：高齢になるほど、相談件数が増加（表1）

| （表1） |       |      |      |      |      |      |        |     | （件）   |
|------|-------|------|------|------|------|------|--------|-----|-------|
|      | 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

- ひとり暮らしの高齢者の増加、インターネット・SNSの利用率の増加、  
災害等に乗じた悪質商法の発生  
→ 相談にたどり着かず被害が埋もれるおそれのある  
高齢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、災害等に乗じた悪質商法の発生  
→ 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

- 幼児期から高齢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（消費者教育推進地域協議会）
- 県消費生活審議会（消費者教育推進地域協議会）
- 県消費生活審議会（消費者教育推進地域協議会）
- 県消費生活審議会（消費者教育推進地域協議会）

### 進行管理

- 県消費生活審議会（消費者教育推進地域協議会）
- 県消費生活審議会（消費者教育推進地域協議会）
- 県消費生活審議会（消費者教育推進地域協議会）
- 県消費生活審議会（消費者教育推進地域協議会）
- 県消費生活審議会（消費者教育推進地域協議会）
- 県消費生活審議会（消費者教育推進地域協議会）

### 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

#### 高齢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<br>(R6年度) | 目標値<br>(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<br>16回以上   |
| 2  | 消費生活相談員の研修参加率  | 76%           | 毎年度<br>100%    |
| 3  | 消費者行政職員の研修参加率  | 37%           | 毎年度<br>80%     |
| 4  | 高齢者等の見守りネットワーク設置市町村数<br>（消費者被害防止に取り組む高齢者等の<br>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<br>（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<br>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<br>(R11) |
| 10 | 消費者ホットライン188（いやや）の認知度  | 23%           | 40%以上<br>(R11) |

※啓発月間とは、消費者月間（5月）、高齢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