

第3次山梨県消費者基本計画(2026～2030)の方向性について

資料4②

計画の概要

【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」
※やまなし消費者教育推進計画を包含した計画とする（期間延長と数値目標の設定）

【計画の期間】

○R8（2026）～R12（2030） 5年間

【国の計画（第5期消費者基本計画）目指すべき姿

(1)消費者が信頼できる公正な取引環境の確保

- ・デジタル市場における消費者被害の特定と対策
- ・SNS等のトラブル被害における警察機関等との連携
- ・違法・有害情報等からの消費者利益の擁護 等

(2)全ての世代における「消費者力」の実践

- ・消費者教育の推進
- ・カスハラ対策、食品ロス削減の推進 等

(3)誰一人取り残されることのない社会の構築

- ・地方消費者行政の充実・強化
- ・見守り活動（消費者安全確保地域協議会）の推進 等

地方消費者行政の推進

高齢化・デジタル化への対応、相談体制の充実、見守り活動の促進、消費者教育の推進

事業者の責務

取引における公正の確保、分かりやすく使いやすい商品サービスの提供

消費者への期待

デジタル化に即した消費者力の習得・実践

3者による持続可能な社会の実現

第2次消費者基本計画の達成状況

・消費生活センター設置市町村の県内人口カバー率：94％（達成）

・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：58％（未達成）

・全高校における実践的な消費者教育の実施率：100％（達成）

・消費生活情報の発信：153件（達成）

現行計画の基本方針 2021～2025

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

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

現行計画期間中の取組と今後の課題

【取組】

- ・未然事故防止のための監視・指導・検査を実施
- ・リコール情報の周知や商品テストの実施
- ・災害時の生活必需物資の調達協定
- ・食品の安全性に向けた監視・指導・検査の実施や正確な情報提供

【取組】

- ・食品表示ウォッチャーによるモニタリング
- ・消費者契約に係る各法律に基づく立入調査の実施

【取組】

- ・消費生活協力員の委嘱
- ・県及び市町村消費生活相談員等との相談事例検討会の実施
- ・市町村消費生活相談員の配置
- ・市町村消費生活センターの設置
- ・見守りネットワークの活動支援
- ・弁護士による無料相談

【取組】

- ・消費生活地域講座の実施
- ・県民生活センターによる出前講座の実施
- ・食育推進ボランティアの登録
- ・食育推進応援団の活動支援
- ・地産地消の推進
- ・金融経済教育の実施

【取組】

- ・かいじ号の発行
- ・SNS等への動画広告配信
- ・県の相談体制の積極的な周知・広報
- ・食の安全安心ポータルサイトによる発信

【課題】

- ・食品添加物・食品表示等食品の安全への不安（県政アンケート約6割）
- ・災害等による生活物資の安定供給への不安

【課題】

- ・悪質商法や特殊詐欺のデジタル技術を用いた手口の複雑化・巧妙化
- ・デジタル化の進展・電子商取引の拡大による新たな消費者トラブルの発生

【課題】

- ・消費生活相談の多様化・複雑化
- ・SNSをきっかけとしたトラブルの増加（相談件数R2年度比2.4倍）
- ・悪質商法や特殊詐欺のデジタル技術を用いた手口の複雑化・巧妙化
- ・市町村の消費者安全確保地域協議会の設置目標未達成（15／27市町村）

【課題】

- ・デジタル時代に即した「消費者力」の習得
- ・倫理的（エシカル）消費や食品ロス削減等、消費者の新しい考え方や行動の変化
- ・SNSの普及による誤情報の流布

【課題】

- ・各種相談窓口の認知度が低い（県政アンケートによる）
- ・県民生活センターの消費者相談を知らない 約6割
- ・市町村消費生活相談窓口を知らない 約8割
- ・消費者ホットライン188(イヤヤ)を知らない 約8割
- ・消費生活制度・注意喚起情報の発信が求められている

施策の方向性（案）2026～2030

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
- ・県内の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

4 消費者教育の充実

- ・幼少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（倫理的消費）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

- ・消費者トラブルに関する情報発信（再掲）
- ・情報サイト・SNSを利用した情報発信
- ・学校や地域での消費生活情報の活用に向けた周知活動