

第3 施策展開の方向

1 基本的視点

消費者基本法や消費者教育推進法などの消費者関連法等に基づき、次の視点に立った施策を、県、市町村、事業者、消費者、消費者団体等がそれぞれの責務を踏まえ、力を合わせて推進し、安心・安全で豊かな消費生活を送ることができる社会の実現を図ります。

(1) 消費者の権利尊重

消費生活の安定や向上を図るためには、まず消費者の権利が最大限尊重されなければなりません。消費者基本法では消費者の権利の尊重が基本理念の一つとして位置付けられており、県条例では次に掲げる7つの権利を消費者の権利として位置付け、その確立を図ることとしています。

- ア 商品又は役務により生命、身体又は財産が侵されない権利
- イ 商品又は役務について、適正な表示等に基づいて選択をする権利
- ウ 商品又は役務の取引について、不当な方法から保護され、及び不当な条件を強制されない権利
- エ 商品若しくは役務又はこれらの取引行為により不当に受けた被害から速やかに救済される権利
- オ 消費生活を営む上で必要な情報が速やかに提供される権利
- カ 消費者の意見が県の施策及び事業者の事業活動に適切に反映される権利
- キ 消費生活に関する学習の機会が提供される権利

(2) 消費者の自立支援

消費者基本法では、消費者政策の基本理念を「消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう、消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。」と定めています。

また、消費者教育推進法では、消費者教育の基本理念として以下の項目を掲げており、これらの基本理念を踏まえた施策を推進していきます。

- ア 実践的な能力の育成
- イ 「消費者市民社会」の形成への参画に対する支援
- ウ 生涯の各段階に応じた体系的な教育
- エ 教育の場の特性に応じた適切な方法及び多様な主体の連携

(3) 連携と共助

総合的かつ計画的に施策を進め県民の消費生活の安定・向上を図るためには、行政、事業者、消費者及び消費者団体等の多様な主体がそれぞれに横のつながりを持って活動することが重要です。そのため、多様な主体間の連携を促進するとともに、各主体の長所や短所をお互いに補い協力する関係の構築を進めていきます。

また、行政の役割だけで高齢者等の被害を防止することには限界があり、高齢者等に対する地域の見守り力の向上が大きな課題となっています。消費者安全確保地域協議会を通じて、消費者団体や消費者被害防止サポーター、事業者などが連携して行う地域の見守り活動の推進を図ります。

(4) SDGs

持続可能な消費生活社会を実現するためには、ライフスタイルの見直しを図り、自らが「賢い消費者・自立した消費者」として行動する必要があります。

消費者の活動規模は、経済社会活動全体の中で大きな割合を占めており、経済の発展のためには消費者政策や消費者の果たす役割は大きいものです。

また、家計において、省エネや廃棄物・CO₂削減など足元の取組で社会や環境に対して積極的な役割を果たすことができます。

消費者の活動はSDGsの縮図とも言え、日常の買い物から持続可能な世界を構築できるよう自ら考え、行動することが重要です。

こうしたことから、庁内関係部局が連携を図るとともに、行政だけでなく消費者や事業者と連携して、SDGsの理念を広く浸透させるなど、SDGs達成に向けた取組を推進していきます。

2 計画目標

「全ての県民が安心して豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」

デジタル化の進展と電子商取引の拡大に伴う問題、また、高齢化の進行や成年年齢引下げ等によるせい弱な消費者の増加に伴う問題、更には、SDGs 12番目の目標「つくる責任 つかう責任」と関わりの深い持続可能な消費生活社会の実現に向けた問題など、私達を取り巻く消費生活に関する問題は複雑化・多様化しています。

こうした問題に対応していくためには、消費者トラブルが生じた場合に適切かつ迅速に解決される体制の整備、充実が必要です。

また、消費者取引の適正化を図るため、悪質事業者等への徹底した処分及び指導の強化を図らなければなりません。

さらに、消費者に対する適切な情報提供などを通じた消費者被害の未然防止を図るとともに、消費者が、消費者トラブルを回避するための適切な行動を取ることができるよう、

生涯を通じた消費者教育を推進することが重要です。

加えて、SDGsの12番目の目標「つくる責任 つかう責任」を踏まえた、エンカ
ル消費の普及など持続可能な消費生活社会の実現に向けた取組が不可欠です。

そこで、本県では、消費生活に関わる多様な主体がこれらの取組を連携、協力して推
進することにより、消費者の権利が最大限尊重され、全ての県民が安心して豊かな消費
生活を営むことができる社会の実現を目指します。

3 基本指標

「1年以内に消費者被害の経験がある、または嫌な思いをした県民の割合」

現状（令和2年度） 20.1%（1,000人当たり201人）

→ 目標（令和8年度） 13.8%（1,000人当たり138人）

県民生活の安心・安全を確保する観点からは、県民ができる限り消費者被害に遭わな
い、そもそも消費者トラブルに巻き込まれないようにしていくことが、消費者行政の目
的となります。

本県では、市町村と県との連携体制が整備された消費生活相談及び全国的に優れた
成果を上げている事業者指導により、一定の抑止効果が生まれています。これらの施策
は、引き続き消費者行政施策の重要な柱として取り組んでいきます。

また、これらの施策から得られる情報を基に、多様な消費者への啓発や消費者教育を
効果的に進め、消費者自身がトラブルを回避するための適切な行動を取ることができる
よう支援していきます。

こうした取組を相互の連携や全体のバランスに配慮しながら、国、県、市町村はもと
より、消費者団体や事業者を含む多くの県民と連携して進めていくことにより、消費者
トラブルを減少させることができると考えられます。

こうしたことから、この計画を着実に推進するため、県政世論調査において「訪問販
売、電話勧誘販売、通信販売などによって、経済的・物的な被害に遭ったことがある」
または「嫌な思いをしたことがある」と回答した県民の割合を基本指標として設定しま
した。そして、高齢化の進行や成年年齢引下げ等によるぜい弱な消費者の増加に伴って
消費者被害の増加が懸念される中で、消費者被害の経験がある、または嫌な思いをした
県民の割合を過去5年間（平成28年度～令和2年度）の平均値15.3%から1割
（1.5ポイント）減少させることを目標としました。