

山口県消費者基本計画

第4次改定版

【計画期間 2022年度～2026年度】



山口県消費者トラブル
解決のキャラクター

「188 (いやや)マン」

「困ったときは、一人で悩まず188に電話だ！」

令和5年2月にデビューした、山口県のオリジナルキャラクター。
消費者トラブルを察知する特殊能力を生き、どこからともなく現れる。
頭には消費者の頭文字である「S」、胸には全国共通の相談窓口「消費者
ホットライン188 (いやや)」、腰のベルトには「消費」の文字が入っ
ている。

2023（令和5）年3月

山 口 県

はじめに

消費者を取り巻く社会情勢は、高齢化の進行や成年年齢の引下げをはじめ、電子商取引の浸透、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う影響などにより、大きく変化しており、これに伴う新たな消費者トラブルが発生するなど様々な課題に直面しています。

私は、こうした課題に立ち向かい、「安心で希望と活力に満ちた山口県」を実現していくため、2022（令和4）年末に策定した、県の新たな総合計画である「やまぐち未来維新プラン」に基づき、これまで取り組んできた「産業維新」、「大交流維新」、「生活維新」の「3つの維新」をさらに進化させ、新たな未来に向けた県づくりの取組に積極果敢に挑戦していくこととしています。

なかでも、県民誰もが、豊かさと幸せを感じながら、いつまでも安心して暮らし続けられる基盤を築く「生活維新」を成し遂げていく上で、消費生活における安心・安全の確保は、大変重要な役割を担っています。

県では、これまで、2018（平成30）年に改定した「山口県消費者基本計画」に基づき、相談体制の充実・強化や消費者教育の推進、消費者安全確保地域協議会の設置による地域の見守りネットワーク構築の促進などに取り組んできたところです。

このたび、これまでの取組の成果を継承しつつ、持続可能な社会を目指した消費生活の推進など、新たな課題にも的確に対応するとともに、消費生活の安心・安全の確保を一層強化するため、2022（令和4）年度から2026（令和8）年度までを計画期間とする基本計画の改定を行いました。



私は、この基本計画に基づき、国や市町、学校、関係団体等とより緊密に連携し、消費生活の安定と向上に全力で取り組んでまいりますので、県民の皆様のさらなる御理解と御協力をお願い申し上げます。

2023（令和5）年3月

山口県知事 村岡嗣政

目 次

頁

第1章 計画改定の背景と趣旨

| | | |
|---|-------------|---|
| 1 | 計画策定の経緯 | 1 |
| 2 | 計画の位置づけ | 1 |
| 3 | 計画の期間 | 1 |
| 4 | 社会経済情勢の変化 | 1 |
| 5 | 計画改定の視点 | 2 |
| 6 | 国や県の動き、相談状況 | 3 |

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

| | | |
|---|-------|---|
| ■ | 現状と課題 | 9 |
|---|-------|---|

第3章 施策の展開

| | | |
|---|------------------------------------|----|
| ■ | 目的・基本理念 | 10 |
| 1 | 消費生活における安心・安全の確保 | 11 |
| | (1) 商品及びサービスの安全性の確保等 | |
| | (2) 生活関連物資の安定供給 | |
| | (3) 消費者取引の適正化 | |
| | (4) 被害防止に向けた取組の強化 | |
| | (5) コロナ後を見据えた対応 | |
| 2 | 消費生活相談の充実、紛争の適切な解決の促進 | 15 |
| | (1) 消費生活相談の充実 | |
| | (2) 紛争の適切な解決の促進 | |
| 3 | 持続可能な社会を目指した消費生活の推進 | 18 |
| | (1) 消費者団体等の活動の促進 | |
| | (2) 消費者リーダーの活動の促進 | |
| | (3) エシカル消費をはじめとする持続可能な社会を目指した取組の推進 | |
| | (4) 消費者向け情報の発信 | |
| | (5) 消費者の意見の反映 | |
| 4 | 消費者教育の推進及び情報発信 | 22 |
| | (1) 地域における消費者教育の推進 | |
| | (2) 学校等における消費者教育の推進 | |
| | (3) 消費者の特性に配慮した消費者教育の推進 | |
| | (4) 成年年齢引下げへの対応 | |
| | (5) 消費者の自立の支援を担う人材の育成 | |
| | (6) デジタルを活用した情報発信 | |

| | |
|-------------------------|----|
| 5 連携・協働の推進 | 27 |
| (1) 国・他の自治体との連携・協働 | |
| (2) 警察との連携・協働 | |
| (3) 学校との連携・協働 | |
| (4) 消費者団体や民間事業者等との連携・協働 | |

第4章 計画の推進

| | |
|--------------|----|
| 1 推進体制 | 31 |
| 2 進行管理 | 31 |

参考資料

| | |
|-------------------------------|----|
| ■ 用語解説 | 32 |
| 本文右上に「※」印のある用語は、用語解説に掲載されています | |
| ■ 消費生活の安定及び向上に関する条例 | 37 |
| ■ 消費者基本法 | 46 |
| ■ 消費者教育の推進に関する法律 | 55 |
| ■ 消費者教育 Web 漫画教材 | 62 |

第1章 計画改定の背景と趣旨

1 計画策定の経緯

- 1980（昭和55）年3月に「消費生活の安定及び向上に関する条例」（以下「消費生活条例」という。）を制定し、2005（平成17）年12月には、2004（平成16）年6月に制定された消費者基本法の基本理念である「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」を明記する改定を行いました。
- 2007（平成19）年3月には、消費生活条例に基づき「山口県消費者基本計画」（以下「基本計画」という。）を策定し、2013（平成25）年に第2次改定を、2018（平成30）年には第3次改定を行い、消費者に関する各種施策を総合的・計画的に進めてきたところです。
- 今回は、国における消費者行政や社会経済情勢の変化、これまでの取組状況等を踏まえ、県政運営の指針となる新たな総合計画の策定に合わせ、改定を行うものです。

2 計画の位置づけ

消費生活条例第4条の3に基づき、県の消費者施策を総合的かつ計画的に推進するための基本指針として、また「消費者教育の推進に関する法律」（以下「消費者教育推進法」という。）第10条に定める県の消費者教育の推進に関する施策についての計画として、一体的に策定するものです。

3 計画の期間

2022（令和4）年度から2026（令和8）年度までの5年間とします。

4 社会経済情勢の変化

- 新型コロナウイルス感染症に対応した「新たな日常^{*}」の実践により、電子商取引^{*}やキャッシュレス決済^{*}等が浸透するなど、消費生活のデジタル化が進む中、デジタルサービスに関連した消費者トラブルが増加しています。
- 民法改正による成年年齢の引下げにより、18歳、19歳の若年層は契約当事者として扱われますが、同時に「未成年者取消権」を失うことにより、消費者被害に遭うリスクが高まるおそれがあります。
- 人や環境にやさしい商品やサービスを自ら進んで選択する消費者が増加し、公正で持続可能な社会の実現（SDGs^{*}）やエシカル消費^{*}への認識が広がり始めるなど、消費者の意識・行動が変化しています。
- 高齢独居・高齢夫婦のみ世帯が増加しており、高齢者等を狙った悪質商法^{*}の被害拡大や消費者トラブルの増加が懸念されます。

5 計画改定の視点

(1) コロナ後を見据えた対応

コロナの影響により、電子商取引^{*}の利用やフリマアプリ^{*}の普及等が一層進み、それに比例してトラブルも増加傾向にあることから、コロナ後を見据えた消費者被害を未然に防止するための取組が必要です。

(2) 若年層の消費者被害防止

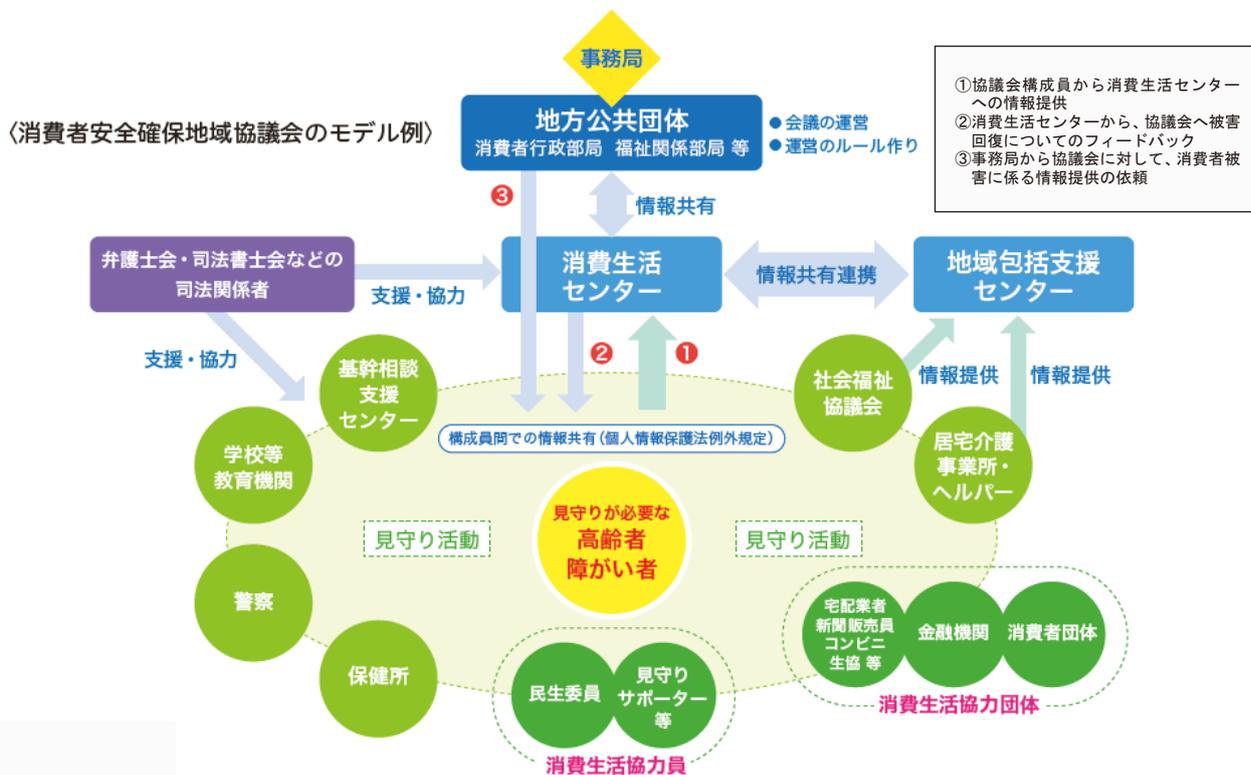
若年層の消費者被害を未然に防止するため、SNS^{*}等を活用した消費生活に関する情報発信やデジタル教材等を用いた実践的な消費者教育を推進する必要があります。

(3) 持続可能な社会を目指した消費生活の推進

持続可能な社会を実現するためには、消費者自らが環境に負荷の少ない消費行動に取り組むことが求められていることから、啓発講座や事業者と連携したイベント、県庁内関係部局の取組との連携を図ることによって、エシカル消費^{*}の理念を広く浸透させ、実際の行動に繋げていく必要があります。

(4) 高齢者等の消費者被害防止

高齢独居・高齢夫婦のみ世帯の増加に伴う高齢者や障害者等の消費者被害を未然に防止するため、「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）^{*}」等の地域の見守りネットワークを活用した活動や、消費者被害等の情報提供を行う必要があります。



「高齢者・障がい者の消費者トラブル見守りガイドブック（消費者庁 2020年2月発行）」より

6 国や県の動き、相談状況

(1) 国の動き

- 消費者庁は2009（平成21）年に設置されて以来、消費者事故等に関する情報の集約、調査分析、消費者への注意喚起を行っています。
- 2020（令和2）年3月には、第4期消費者基本計画を策定し、消費者が主役となる社会を実現するため、消費者被害の防止に係る取組や、持続可能な社会の実現に向けた消費者と事業者との協働の取組を推進しています。
- 2020（令和2）年7月には、徳島県に「消費者庁新未来創造戦略本部」を設置し、デジタルを活用した啓発用教材の作成や、新型コロナウイルス感染拡大の影響による消費行動の変化の研究等を行っています。
- また、特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）の改正や食品ロスの削減の推進に関する法律の制定などの関係法令の整備を行っています。

■地方消費者行政の強化に向けた取組

2020（令和2）年4月に「地方消費者行政強化作戦2020」を策定し、以下の7つの政策目標により、地方における計画的・安定的な取組を支援しています。

また、2018（平成30）年度からは、「地方消費者行政強化交付金」制度を創設し、SDGs^{*}に関連する施策や経済社会環境の変化に対応した地方消費者行政の体制整備など、重要な消費者施策に積極的に取り組む地方公共団体を支援することとしています。

【地方消費者行政強化作戦2020】

- 〈政策目標1〉 消費生活相談体制の強化
- 〈政策目標2〉 消費生活相談の質の向上
- 〈政策目標3〉 消費者教育の推進等
- 〈政策目標4〉 高齢者等の消費者被害防止のための見守り活動の充実
- 〈政策目標5〉 特定適格消費者団体^{*}、適格消費者団体^{*}、消費者団体の活動の充実
- 〈政策目標6〉 法執行体制の充実（全都道府県）
- 〈政策目標7〉 地方における消費者政策推進のための体制強化

■消費者教育の推進に向けた取組

消費者教育推進法に基づき「誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる」機会を提供するため、消費者教育を体系的・総合的に推進しています。

(2) 県の動き

第3次基本計画（2018（平成30）年度～2022（令和4）年度）に基づき、県民の消費生活の安定及び向上を目指して、各種施策を推進しています。

【第3次基本計画の期間中における主な取組】

①消費生活における安心・安全の確保

| | |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 消費者取引の適正化 | ・2016（平成28）年から配置した不当取引指導員 [*] による調査・指導を推進 |
| 被害防止に向けた取組 | ・詐欺被害防止のための警告メッセージ付き通話録音装置 [*] の普及啓発活動を推進 ・「188（いやや）見守りネットワーク連携会議 [*] 」開催による地域の見守りネットワーク構築の促進 |

②消費生活相談の充実、紛争の適切な解決の促進

| | |
|-------------|---------------------------------------------------------|
| 消費生活相談の充実 | ・市町消費生活相談員への助言や研修の実施 |
| 紛争の適切な解決の促進 | ・消費者相談に対する助言・あっせん、裁判外紛争解決手続（ADR） [*] や弁護士会等を紹介 |

③消費者の自立に向けた支援

| | |
|---------------|----------------------------------------------------|
| 消費者団体等の活動の促進 | ・消費者団体がそれぞれの地域で行う啓発活動等の自主的な活動を支援 |
| 消費者向け情報の発信・提供 | ・ホームページや「やまぐち・くらしの安心ネット [*] 」により消費生活情報を提供 |

④消費者教育の推進

| | |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| 地域における消費者教育 | ・体験学習型消費者教育施設「まなべる」 [*] の利用、「消費者リーダー [*] 」や消費者団体との連携・協働を促進 |
| 学校等における消費者教育 | ・Web教材等を活用した消費者教育の推進 |
| 消費者の自立の支援を担う人材の育成 | ・「消費者リーダー」や「学生消費者リーダー [*] 」の活動支援 |

⑤国や他の自治体、学校や消費者団体等との連携・協働

| | |
|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 国・他の自治体との連携 | ・県境を越えて活動する悪質な事業者について、国や他都道府県と連携した行政処分を実施 |
| 学校や消費者団体をはじめとする各種団体・事業者との連携・協働 | ・学校と連携し消費者教育に関する研修を実施 ・消費者団体や「188（いやや）見守りサポーター [*] 」等と連携し、高齢消費者等の見守り活動を推進 ・弁護士会等と連携し、法的判断が必要な事案について相談会を実施 |

(3) 市町の動き

- 2016（平成28）年までに、県内13市全てに消費生活センターが設置され、併せて柳井地域では1市4町の広域連携によるセンターが設置されました。
- さらに、2017（平成29）年までに全19市町に消費生活相談員が配置されるなど、相談窓口の機能強化、消費生活センターの広報や消費者への啓発等、消費者行政の充実・強化が図られています。
- こうした取組もあり、県と市町における消費生活相談の受付件数の割合は、市町での相談受付割合が年々高くなってきており、消費者に身近な市町の役割が大きくなっています。
- また、高齢者や障害者等の消費者被害を防ぐため、市町や地域の関係者が連携し高齢者や障害者等を見守る体制整備として、消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）※」が県内11市（2021（令和3）年度末時点）に設置されています。

■ 県・市町の相談受付件数の推移



[資料：2021（令和3）年度山口県の消費生活相談の状況より]

(4) 県消費生活センターの役割と2021（令和3）年度の相談状況

ア 役割

消費生活センターは、消費者安全法により設置の要件や担う業務が規定されており、都道府県には設置が義務付けられています。

県消費生活センターでは、消費者からの苦情に係る相談や、苦情処理のためのあっせんに関して、主に市町の区域を越えた広域的な事案に対応しています。

不当取引指導員※を配置しており、相談者や家族からの状況聴取などを業務として、悪質事業者に対する行政処分等の法執行を見据えた対応を行っています。

また、各市町へ巡回訪問を行い、市消費生活センターや町消費生活相談窓口における、相談対応力の向上を支援しています。

消費者庁等から、消費者被害に関する重大事故等の情報などを得た場合には、市町に対し、被害の拡大を防止するために必要な情報提供を、迅速に行っています。

■消費生活相談等に関する県と市町の事務区分

(消費者安全法第8条、第10条に基づくもの)

| 県の事務 | 市町の事務 |
|-------------------------------------------------------|-------------------------------|
| 市町相互間の連絡調整・市町に対する必要な助言・協力、情報の提供その他の援助 | |
| 消費者からの苦情に係る相談・苦情処理のためのあっせんのうち、市町の区域を超えた広域的な見地を必要とするもの | 消費者からの苦情に係る相談・苦情処理のためのあっせんの実施 |
| 消費者事故等に係る調査又は分析であって専門的な知識及び技術を必要とするものへの対応 | |
| 広域的な見地から必要な情報の収集、住民への提供 | 消費者安全確保のための必要な情報の収集、住民への提供 |
| 消費者事故等の発生に関する市町との情報交換 | 消費者事故等の発生に関する県との情報交換 |
| 消費生活センターの設置【必置】 | 消費生活センターの設置【努力】 |

山口県消費生活センターに相談しよう！

消費生活に関する相談を、専門の相談員がお受けします。

- ◆ 消費者が「自分で解決する」ための助言やあっせんを行います。
- ◆ 法律の専門家による助言が必要な場合は、弁護士による法律相談も行います。

TEL:083-924-0999 (相談)

【月～金】8:30～17:00 ※ 土・日・祝日・年末年始はお休みです



一人で悩まずに
相談しよう！

イ 相談件数と内容

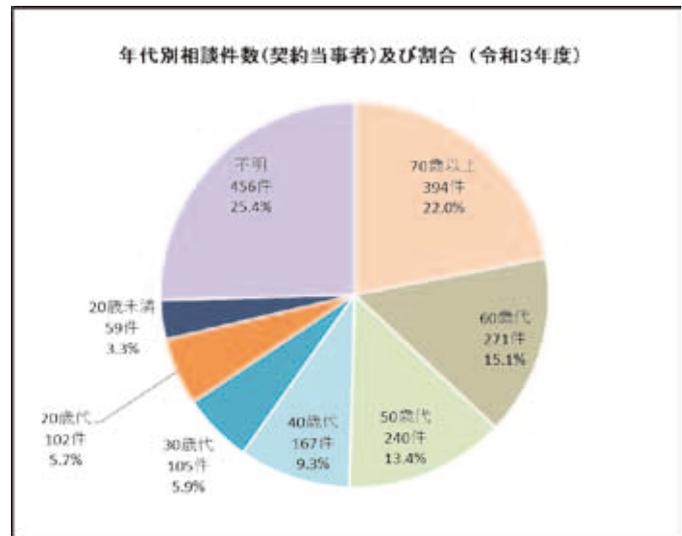
住民に身近な市町における相談窓口の充実が図られ、県消費生活センター受付の相談件数は、近年減少傾向となる一方で、相談内容は複雑化・多様化しています。



〔資料：2021（令和3）年度消費生活相談状況より〕

ウ 契約当事者の年代別の相談状況

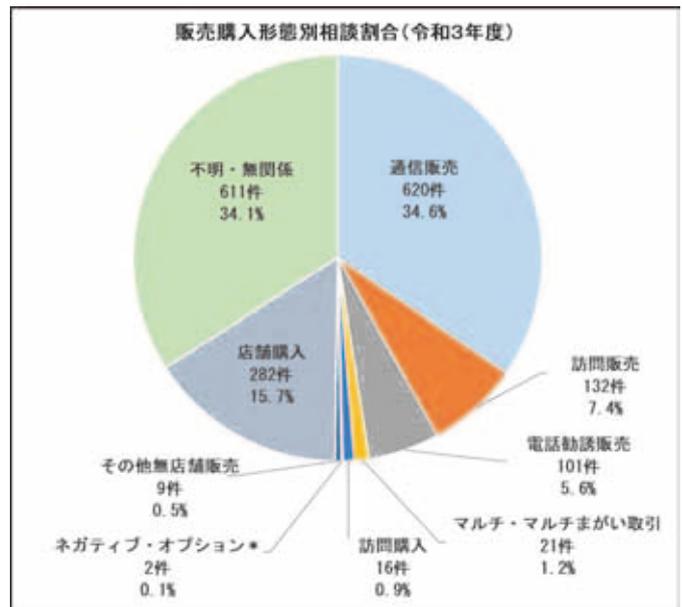
相談件数の年代別割合は、70歳以上が22.0%で最も高く、次いで60歳代が15.1%、50歳代が13.4%の順となっており、高齢者ほど高い傾向にあります。



〔資料：2021（令和3）年度消費生活相談状況より〕

エ 販売購入形態別の相談状況

通信販売が最も多く、訪問販売、電話勧誘販売などと合わせた店舗外販売の割合は50.3%となっており、店舗購入の15.7%と比較して高くなっています。



注：構成比率は小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならないことがあります。

オ 高齢者の相談状況

契約当事者が65歳以上の高齢者であるトラブルの相談は537件で、販売購入形態別にみると、「通信販売」が143件で最も多く、商品・サービスの品目別では「商品一般」が65件と最も多くなっています。

また、全相談のうち、高齢者の割合が高い販売購入形態は、「訪問購入」、「訪問販売」、「電話勧誘販売」の順となっています。

高齢者の相談の多い販売購入形態

| | 販売購入形態 | 65歳以上 | 全年齢 | 割合 |
|---|--------------|-------|-------|-------|
| 1 | 通信販売 | 143 | 620 | 23.1% |
| 2 | 店舗購入 | 91 | 282 | 32.3% |
| 3 | 訪問販売 | 58 | 132 | 43.9% |
| 4 | 電話勧誘販売 | 40 | 101 | 39.6% |
| 5 | 訪問購入 | 9 | 16 | 56.3% |
| 6 | マルチ・マルチまがい取引 | 3 | 21 | 14.3% |
| 7 | その他無店舗販売 | 1 | 9 | 11.1% |
| 8 | ネガティブ・オプション | 0 | 2 | 0.0% |
| 9 | 不明・無関係 | 192 | 611 | 31.4% |
| | 総件数 | 537 | 1,794 | 29.9% |

高齢者の相談の多い商品・サービスの品目（上位10位）

| | 品目 | 65歳以上 | 全年齢 | 割合 |
|----|-----------|-------|-------|-------|
| 1 | 商品一般 | 65 | 181 | 35.9% |
| 2 | 教養・娯楽品 | 55 | 172 | 32.0% |
| 3 | 運輸・通信サービス | 52 | 139 | 37.4% |
| 4 | 食料品 | 46 | 133 | 34.6% |
| 5 | 金融・保険サービス | 42 | 141 | 29.8% |
| 6 | 保健衛生品 | 40 | 122 | 32.8% |
| 7 | 教養・娯楽サービス | 39 | 172 | 22.7% |
| 8 | 他の役務 | 33 | 95 | 34.7% |
| 9 | 保健・福祉サービス | 21 | 54 | 38.9% |
| 10 | 他の相談 | 21 | 65 | 32.3% |
| | その他 | 123 | 520 | — |
| | 総件数 | 537 | 1,794 | 29.9% |

〔資料：2021（令和3）年度消費生活相談状況より〕

カ 未成年者の相談状況

契約当事者が未成年者となっているトラブルの相談は59件で、販売購入形態別にみると、「通信販売」が45件で最も多く、商品・サービスの品目別では「教養・娯楽サービス」が24件と最も多くなっています。

また、全相談のうち、未成年者の割合が高い販売購入形態は、「通信販売」、「訪問販売」、「店舗購入」の順となっています。

未成年者の相談の多い販売購入形態

| | 販売購入形態 | 20歳未満 | 全年齢 | 割合 |
|---|--------------|-------|-------|------|
| 1 | 通信販売 | 45 | 620 | 7.3% |
| 2 | 店舗購入 | 8 | 282 | 2.8% |
| 3 | 訪問販売 | 5 | 132 | 3.8% |
| 4 | 電話勧誘販売 | 0 | 101 | 0.0% |
| 5 | 訪問購入 | 0 | 16 | 0.0% |
| 6 | マルチ・マルチまがい取引 | 0 | 21 | 0.0% |
| 7 | その他無店舗販売 | 0 | 9 | 0.0% |
| 8 | ネガティブ・オプション | 0 | 2 | 0.0% |
| 9 | 不明・無関係 | 1 | 611 | 0.2% |
| | 総件数 | 59 | 1,794 | 3.3% |

未成年者の相談の多い商品・サービスの品目（上位10位）

| | 品目 | 20歳未満 | 全年齢 | 割合 |
|----|-----------|-------|-------|-------|
| 1 | 教養・娯楽サービス | 24 | 172 | 14.0% |
| 2 | 保健衛生品 | 10 | 122 | 8.2% |
| 3 | 食料品 | 4 | 133 | 3.0% |
| 4 | 光熱水品 | 4 | 50 | 8.0% |
| 5 | 被服品 | 4 | 79 | 5.1% |
| 6 | 運輸・通信サービス | 3 | 139 | 2.2% |
| 7 | 教育サービス | 3 | 11 | 27.3% |
| 8 | 商品一般 | 2 | 181 | 1.1% |
| 9 | 教養・娯楽品 | 2 | 172 | 1.2% |
| 10 | 保健・福祉サービス | 2 | 54 | 3.7% |
| | その他 | 1 | 681 | — |
| | 総件数 | 59 | 1,794 | 3.3% |

〔資料：2021（令和3）年度消費生活相談状況より〕

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

本県における消費者を取り巻く現状と課題は次のとおりです。

(1) コロナ禍の影響による消費生活の変化

コロナ禍により、電子商取引^{*}の浸透など、消費生活のデジタル化が進み、消費者の利便性が向上する一方で、それに伴う新たな消費者トラブルや、正しい情報に基づかない消費行動の発生に加え、このような状況下での消費者の不安に乗じた悪質商法^{*}等のリスクが高まっています。

このため、被害防止を徹底する正確な情報発信を行うとともに、悪質商法等については、SNS^{*}やホームページ等を活用した迅速で的確な注意喚起が必要です。

(2) 消費生活相談の充実と相談窓口の認知度向上

デジタル化の進展による電子商取引の拡大に伴い、消費生活相談の内容が複雑化・多様化しており、このような相談に的確に対応するためには、県や市町の消費生活相談員の研修機会を確保し、専門的な知識を向上させる必要があります。

また、どこに住んでいても質の高い相談が受けられるよう、適切な人材を確保し、市町の消費生活相談窓口を充実させる支援を行うほか、相談先としての消費生活相談窓口の認知度向上も必要です。

(3) 持続可能な社会を目指した消費生活の推進

2015（平成27）年に国連の「持続可能な開発サミット」で「持続可能な開発目標（SDGs^{*}）」が採択されており、17の目標のうち12番目の「つくる責任つかう責任」等については、事業者だけでなく消費者自らがライフスタイルの見直しを図り、エシカル消費^{*}を実践することが必要です。

(4) 消費者教育の推進及び情報発信

成年年齢の引下げによる若年層の消費者トラブルの増加が懸念されるため、学校の授業等を活用した実践的な消費者教育を進めることが必要です。

また、消費者に興味関心を持ってもらえるよう、各種メディアやデジタルを活用した情報発信が必要です。

(5) 若年者や高齢者の被害防止に向けた関係機関との連携・協働の推進

複雑化・多様化する消費者問題に対しては、問題に関わる多様な団体が、互いの強みを生かして対応し、県域を越えて活動する悪質事業者に対しては、関係自治体等が連携して対処することが必要です。

また、消費者を取り巻く環境の変化等を踏まえ、より充実した消費者教育に向けて、教育委員会や学校との連携を推進することが必要です。

さらに、うそ電話詐欺等の特殊詐欺等による高齢消費者被害が拡大していることから、警察との連携を一層推進し、未然防止・見守り活動の強化等の対策が必要です。

第3章 施策の展開

県民の消費生活の安定と向上のため、前章で掲げた消費者を取り巻く現状と課題を踏まえ、次の目的と基本理念を掲げ、5つの項目を柱に22の施策を推進します。

【目的】

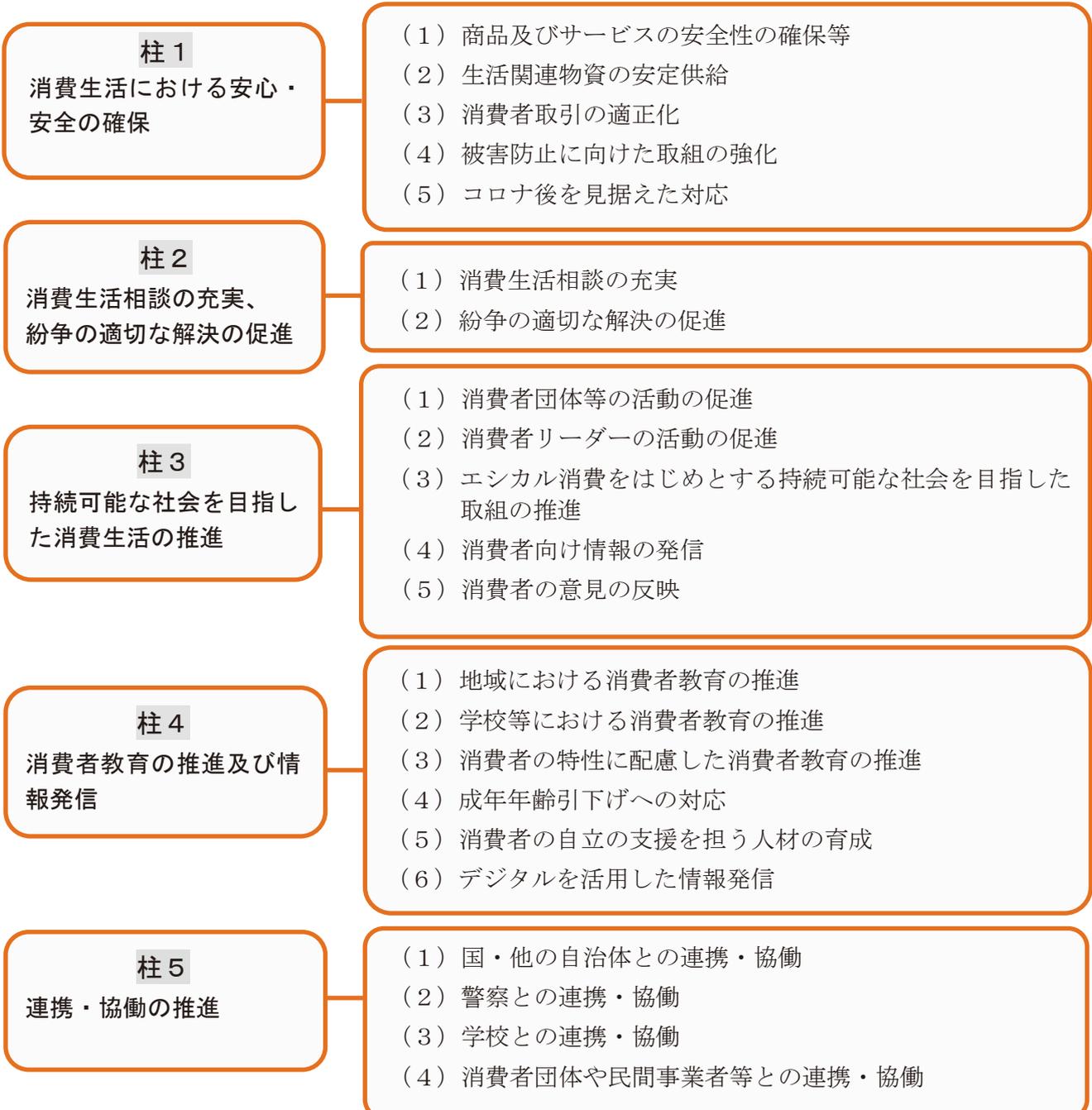
消費生活条例の目的（第1条）である「県民の消費生活の安定及び向上を図ること」を目的とします。

【基本理念】

消費生活条例の理念（第1条の2）である「消費者の権利の尊重」「消費者の自立の支援」を基本理念とします。

また、これは消費者基本法及び消費者教育推進法の理念に基づくものです。

《 施策の体系図 》



1 消費生活における安心・安全の確保

(1) 商品及びサービスの安全性の確保等

ア 商品及びサービスの安全性の確保

生命や身体に関する重大事故等が発生した場合は、消費者庁に直ちに通知するなど、消費者事故等の情報の適正な処理に努めます。

国民生活センター等との連携のもとに、消費者の生命や身体、財産に危害を及ぼすおそれのある商品・サービスについては速やかに情報の収集や必要な調査を行い、消費者に迅速に情報提供するとともに、必要に応じて、消費生活条例に基づき、事業者に対し処分を行います。

イ 消費者の信頼の確保

商品やサービスの品質向上に向けた取組、法令遵守のための自主基準の策定、消費者からの苦情を処理する体制整備を推進します。

また、消費者からの苦情や相談の内容をもとに、事業活動の中で消費者に対し配慮が必要な点を整理して助言するなど、企業倫理遵守のための取組を支援します。

- ホームページ等を活用した事故情報の提供や注意喚起
- 危険な商品・サービスについて、消費生活条例に基づく事業者への指導・勧告
- 事業者に対する、自主基準の策定や苦情処理体制の整備に向けた要請
- 消費生活相談等に基づく事業者団体等への助言

(2) 生活関連物資の安定供給

消費者が不適正な価格形成により不利益を被らないよう、県内の物価の動向を監視し、他の地域と比較して異常に上昇するものがないか確認します。

また、生活関連物資の価格の急騰時に、買占め又は売惜しみなどの不適正な事業行為を行う事業者には、消費生活条例に基づき、是正を勧告し、事業者が勧告に従わない場合は、事業者名の公表を行うことにより、生活関連物資の安定的な供給の確保を図ります。

- 継続的な生活関連物資の価格調査の実施
- ホームページによる県民への価格情報の提供
- 不適正な事業行為に対する事業者への指導・勧告

(3) 消費者取引の適正化

ア 不当な取引方法の禁止

消費者からの相談をもとに調査を行い、不当な取引行為を行う悪質な事業者に対しては、消費生活条例に基づき是正を勧告するほか、必要に応じて、特定商取引法等の関係法令による行政処分を行います。

イ 表示の適正化

不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）等の関係法令に基づき、事業者の商品・サービス等について適正な表示をするよう指導等を行います。

また、消費者が商品の品質を正しく認識し、購入に際し不測の損害を受けることのないよう、市町と連携し、必要に応じて、関係法令に基づいた行政処分を行います。

- 消費者からの相談や通報に基づく、事業者への報告徴取や改善指導の実施
- 悪質な事業者に対し、関係法令に基づいた販売店への立入検査等の実施

(4) 被害防止に向けた取組の強化

国民生活センターと全国の消費生活センター等を結ぶ情報ネットワーク（P I O - N E T（パイオネット）※）による情報を活用した迅速な注意喚起等を行います。

また、「188（いやや）見守りサポーター※」と連携した地域での見守り活動を促進し、消費者被害の未然防止に努めます。

特に、消費者被害が認識されにくい状況にある高齢者や障害者等の被害を防止するため、市町における地域見守りネットワークとしての「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）※」の設置を促進します。

- P I O - N E T を活用した情報収集等による、消費者トラブルの事例分析及び対応策の検討、情報発信
- 「188（いやや）見守りネットワーク連携会議※」の開催
- 県内全市町への消費者安全確保地域協議会の設置の促進
- 「高齢者・障がい者の消費者トラブル見守りガイドブック」等の配布



〔188 見守りネットワーク連携会議〕



〔ガイドブック〕

(5) コロナ後を見据えた対応

電子商取引^{*}の浸透など消費生活のデジタル化による新たなトラブルを防ぐため、ホームページや電子メール、SNS^{*}等のデジタルを活用した情報の発信を強化し消費者被害の未然防止、拡大防止に努めます。

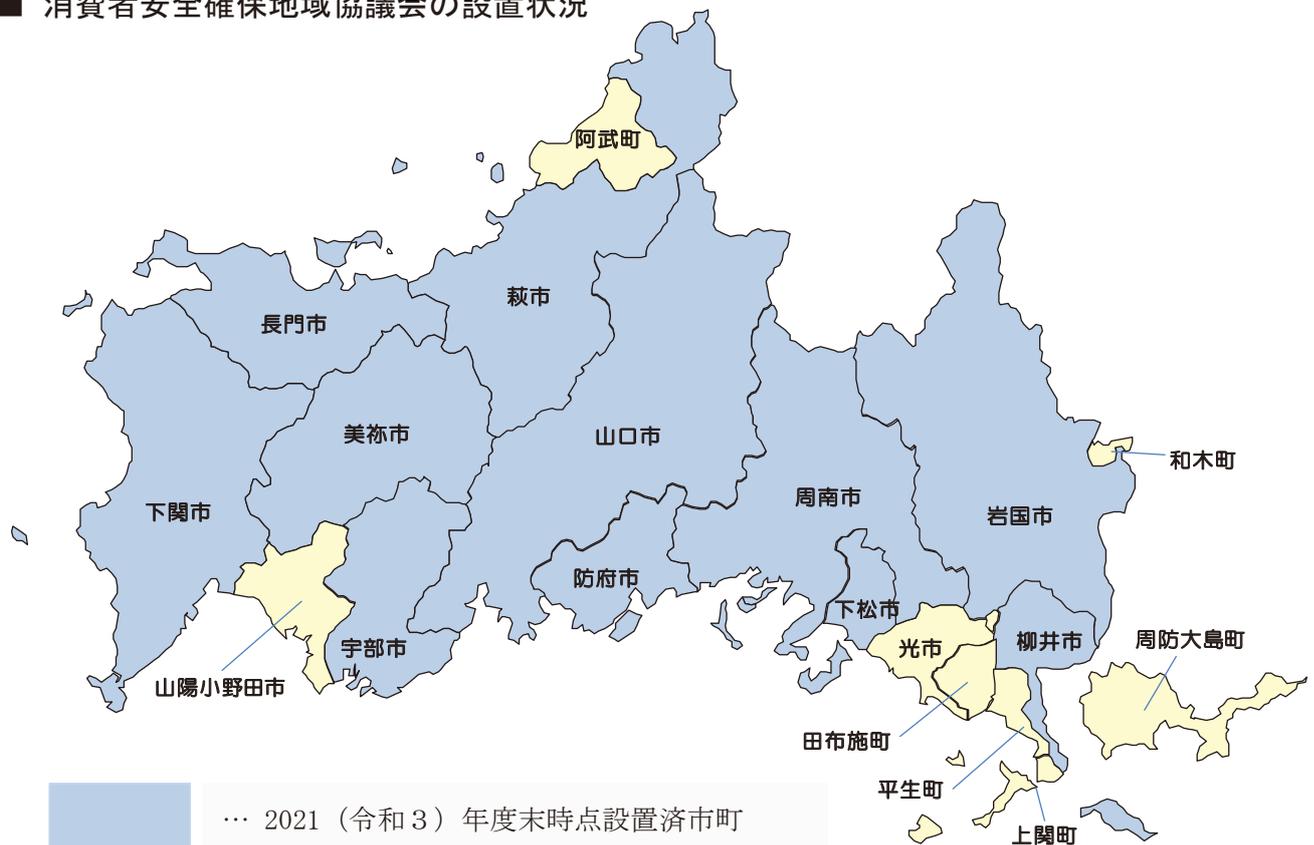
- ホームページ、電子メール、SNS等を活用した悪質商法の手口等の注意喚起情報のタイムリーな発信
- 県消費生活センターに寄せられた相談や国の動向を、各市町や消費者安全確保地域協議会^{*}等に情報提供し、関係者間で情報共有

【評価指標①】

「消費生活における安心・安全の確保」の評価指標として「消費者安全確保地域協議会の設置市町数」を設定し、全19市町を目標値とします。

| 名称 | 現状値 | 目標値 |
|--------------------|-----------------------|-------------------------|
| 消費者安全確保地域協議会の設置市町数 | 11市 《2021（令和3）年度末》 | 全19市町 《2026（令和8）年度末》 |

■ 消費者安全確保地域協議会の設置状況



消費者教育推進大使

「ちよるる」



©山口県

相談

消費生活のデジタル化とは

近年、情報通信技術の高度化により、手軽にインターネット通販やオンラインサービスで商品・サービスを購入できるようになりました。

こうした消費のデジタル化は私たちの生活をより快適にしてくれるのですが、詐欺的な定期購入商法や個人情報入手を目的としたフィッシングサイトによるトラブルなど、一歩間違えれば消費者の権利を損なうことに繋がりがねません。

社会全体でデジタル化の流れが進んでいく中で、こうしたメリット・デメリットを認識し、トラブルに遭わないよう利用していきたいですね。

デジタル関連の消費者トラブル例



「初回お試し 500 円」の美容用品をネット注文したら、4 回買わないと解約できない“定期購入”契約だった…しかも 2 回目からは「定価 8,000 円」!?

注文を確定する前に、申込内容を必ず確認しましょう!

FX?

暗号資産?

転売ビジネス?

など



SNS で知り合った人に教えてもらった“もうけ話”。

「簡単にもうかるなら…」と高額な契約をしたけれど、全然もうからない!

SNS だけの知り合いの話をうのみにしない! 安易な契約をしない!



子どもがオンラインゲームで高額課金!
保護者が気づいたときにはすごい金額に…

インターネット上での金銭の利用は、普段から家族で話し合っておきましょう!

2 消費生活相談の充実、紛争の適切な解決の促進

(1) 消費生活相談の充実

ア 県消費生活センターの相談対応力の向上

複雑化・多様化する消費者相談に対応するため、消費生活相談員が研修に参加できる機会を確保しながら、消費者庁や国民生活センター等から消費生活相談の最新情報を収集・蓄積し、相談対応力を向上させるとともに、複数の市町にまたがる広域的な消費者相談の解決に努めます。

また、山口県弁護士会等の関係団体と緊密に連携し、専門的な相談事案の解決に努めます。

イ 消費生活センター等の認知度向上

被害を受けた時の相談先として、消費生活センター等の認知度を向上させるとともに、消費者ホットライン「188（いやや）」*についても周知を進めます。

ウ 市町への支援等

県消費生活相談員による市町への巡回訪問や、相談員に対する経験に応じた専門研修により、市町消費生活相談員の相談対応力の向上を図るとともに、消費生活相談員の人材確保に向けた支援を行います。

- 市町相談窓口で解決が難しい相談に対する県消費生活相談員の助言・情報提供
- 弁護士との連携による専門的事案への対応力の向上
- 消費生活相談員を対象とした専門研修等の開催
- 消費生活相談員人材バンク*の運営による消費生活相談有資格者等の人材確保

(2) 紛争の適切な解決の促進

消費者からの苦情の申出に対しては、適切かつ迅速な解決に向けて、助言やあっせん等を行います。

相談窓口では解決が困難な場合は、関係機関等と連携し、紛争の適切かつ迅速な解決に努めます。

消費者の財産的被害を集団的に回復するため、内閣総理大臣から認証を受けた特定適格消費者団体*が行う被害回復裁判手続制度*について、消費者に周知します。

- 山口県消費生活審議会の調停のほか、山口県弁護士会等の関係機関や裁判外紛争解決手続（ADR）*の紹介等による適切かつ迅速な解決の促進
- 被害回復裁判手続の周知

【評価指標②】

「消費生活相談の充実、紛争の適切な解決の促進」の評価指標として「被害発生時相談先としての消費生活センターなどの選択率（県政世論調査）」を設定し、選択率70%を目標値とします。

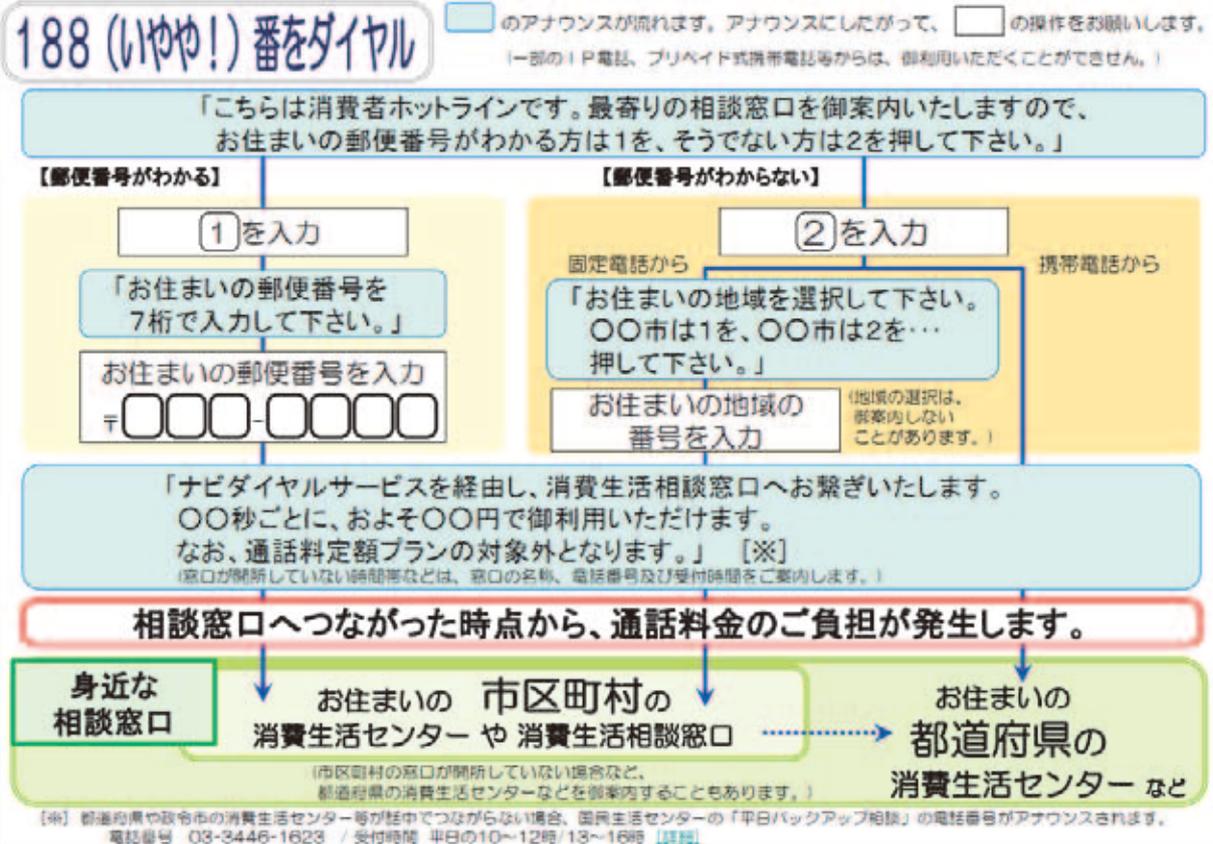
| 名称 | 現状値 | 目標値 |
|----------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 被害発生時相談先としての消費生活センターなどの選択率 | 65.2% 《2021（令和3）年度末》 | 70.0% 《2026（令和8）年度末》 |

■消費者ホットライン「188（いやや）」※

消費生活センター等の相談窓口の存在や連絡先が分からない場合に、お住まいの地域の消費生活センター等の相談窓口をご案内する全国共通の3桁の電話番号です。



「消費者ホットライン」188番 ご案内の流れ



〔国民生活センターホームページより〕



相談

山口県消費生活センターに相談しよう！

皆さんは「消費生活センター」をご存じですか？消費生活センターは、消費者と事業者との間に発生した商品やサービスの契約に関するトラブルや、製品事故、借金などの消費生活に関する相談を受け付けており、専門の相談員がトラブルを解決するための助言やお手伝いをしています。消費者トラブルに巻き込まれたときはもちろん、トラブルになっていない場合でも、契約する前に分からないこと、不安なことがあれば、一人で悩まず相談しましょう！

Q どんなことを相談できるの？

A 「消費生活」は、ほとんどの人が日常生活の色々な場面で行っている事なので、内容はとても幅広いのですが、例えば以下のような事例があります。

- ◇悪質商法による被害、訪問販売・通信販売など事業者との契約トラブル
- ◇産地の偽装、虚偽の広告など不適切な表示に関する事業者とのトラブル
- ◇安全性を欠く製品やエステティックサービスによる身体への被害 など

Q 相談はどうやってするの？

A 電話、来所、メールで相談を受け付けています。

■電話・来所での相談について

【受付時間】 月曜日～金曜日 8時30分～17時00分
(土・日・祝・年末年始は休み)

【相談電話】 083-924-0999

または



■メール相談について

ホームページからご相談ください。

こちらからご利用できます！



LINE「友だち」募集中！

消費者トラブルの注意喚起など消費生活に関する情報や、県消費生活センター主催行事など、タイムリーな情報を随時発信しています！

登録はこちらから



3 持続可能な社会を目指した消費生活の推進

(1) 消費者団体等の活動の促進

各地域の消費者団体が行う見守り活動や啓発活動等の自主的な活動を支援します。消費生活協同組合について、法に基づく検査等を通じて、健全な運営が図られるよう支援します。

また、適格消費者団体^{*}の設立を目指す消費者団体に対しては、情報提供や助言を行います。

- 県ホームページ等による消費者団体等が行う啓発活動の広報
- 国や山口県生活協同組合連合会と連携した消費生活協同組合に対する運営支援の実施

(2) 消費者リーダー^{*}の活動の促進

地域で消費者教育の担い手として啓発を行う「消費者リーダー」の活動を促進します。

- 「消費者リーダーフォローアップ研修」による資質の向上
- 市町における消費者安全確保地域協議会^{*}の構成員や消費生活協力員^{*}の活動支援

(3) エシカル消費^{*}をはじめとする持続可能な社会を目指した取組の推進

消費者が適切に商品・サービスを選択し、環境などに配慮した消費活動を行えるよう、消費者団体や「やまぐちエシカル推進パートナー^{*}」等と連携し、エシカル消費の普及啓発に取り組みます。

また、エシカル消費の普及には、消費者行動だけでなく事業者の積極的なエシカル消費の推進も必要であることから、事業者のエシカル消費に関する興味関心を喚起する取組を行います。

そのほか、エシカル消費をはじめとする消費に係るSDGs^{*}の取組として、県庁内関係部局と連携した食品ロス^{*}削減やCO₂削減、地産地消等を推進します。

- 「やまぐちエシカル推進パートナー」登録事業者と連携した啓発キャンペーンの実施
- 体験型エシカル消費啓発イベントやエシカル消費啓発講座の実施
- 県庁内関係部局と連携した消費者向けイベントによるSDGsの理念の効果的な発信

【参考】県庁内関係部局の持続可能な社会を目指した取組

| 課名 | 取組名称 | 概要 |
|--------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 男女共同参画課 | やまぐち男女共同参画推進事業者認証制度 | 男女共同参画社会の実現に向け、社会全体で男女共同参画を推進する気運の醸成を図るため、男女共同参画に向けた自主的な活動に積極的に取り組んでいる事業者や団体を認証し、広報や必要な情報の提供等を通してその活動を支援する制度 |
| 環境政策課 | 2050 ゼロカーボン・チャレンジ ～ぶちエコやまぐち 県民運動への推進 | 県民や事業者自らによる脱炭素型ライフ・ビジネススタイルや事業活動での地球温暖化対策の取組（ゼロカーボン・チャレンジ）を推進 |
| 廃棄物・リサイクル対策課 | レジ袋削減の推進 | 山口県容器包装廃棄物削減推進協議会によるマイバッグ運動等の啓発 |
| | 食品ロス*削減の推進 | 「やまぐち3きっちよる運動」による食べ残し削減等の啓発 |
| 障害者支援課 | 授産製品販売会の開催 | 障害者就労施設の収益向上に向けた販路拡大を目的として、授産製品の販売会を実施 |
| ぶちうまやまぐち推進課 | 地産・地消の取組 | 県内の身近な農林水産物を県内で消費する取組 |

(4) 消費者向け情報の発信

消費者の活動は経済社会の中で大きな割合を占め、持続可能な社会の実現に向けて果たす役割が大きいことから、消費者の興味関心を喚起する取組を行うとともに、ホームページでの情報発信を強化します。

- 各メディア（ラジオ、テレビ、広報誌等）を活用した情報発信
- 消費者向けの啓発グッズを事業所・商業施設等に配布し、興味を持つきっかけづくりの促進

(5) 消費者の意見の反映

消費者や消費者団体等に意見を求めるとともに、その意見等が適切に施策に反映されるよう努めます。

- 消費生活に関連する施策に関して消費者の意見を県政に反映するための消費生活審議会の開催
- 県と消費者団体との連携強化等を目的とした、県内消費者団体との意見交換会の開催

【評価指標③】

「持続可能な社会を目指した消費生活の推進」の評価指標として、「やまぐちエシカル推進パートナー*登録事業所数」を設定し、現状の登録事業所数の2倍である230事業所を目標値とします。

| 名称 | 現状値 | 目標値 |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|
| やまぐちエシカル推進パートナー登録事業所数 | 115事業所 《2021（令和3）年度末》 | 230事業所 《2026（令和8）年度末》 |



〔パートナー第1号認定式〕



〔フードバンクの取組を社会見学で説明〕



〔認定マーク〕



〔登録事業者へ送付される啓発グッズ〕
ステッカー、ミニのぼり





～エシカル消費の第一歩～ 認証ラベルを探してみよう！

エシカル消費につながる“よくできたモノ”に与えられる認証ラベル。買い物をするときに、気づかずに手に取っていることもあるのではないのでしょうか。認証ラベル付き商品を購入することで、環境・社会に配慮した消費行動につながります。

どんなラベルがどのような商品につけられているのか、探してみるのも面白いかもしれませんね。

<認証ラベルの一部>

有機JAS



農薬や化学肥料などの化学物質に頼らないで、自然界の力で生産された食品を表しており、農産物、加工食品、飼料、畜産物及び藻類につけられる認証ラベル。

やまぐちブランド



山口県で生産される農林水産物及び主な原材料が山口県産100%の加工品を対象に、味や品質を重視した独自の基準を設けて厳選し、登録した商品につけられるマーク。

★ エシカル消費はSDGsにつながる取組のひとつです ★

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



4 消費者教育の推進及び情報発信

(1) 地域における消費者教育の推進

県庁内の体験学習型消費者教育施設「まなべる」*の利用を呼びかけ、消費者教育拠点施設としての活用を図ります。

また、各地域に県消費生活センター職員を派遣し、出前講座を実施することで消費者教育を推進します。

各市町に対して、地域の消費者団体や消費者リーダー*との連携・協働により、消費者教育の推進を支援します。

- 「まなべる」の機能充実と利用促進の強化
- 「まなべる」の学習用教材を活用したイベント等への出展
- 各地域の要望に合わせた出前講座の実施

(2) 学校等における消費者教育の推進

保護者や高等学校・大学等へ子どもが陥りやすい消費者トラブルについて「やまぐち・くらしの安心ネット*」により情報提供し、注意喚起を行います。

また、コミュニティ・スクール*の取組と連携して、外部人材を講師として積極的に派遣するなど、児童・生徒の発達段階に応じた消費者教育が行われるよう支援します。

消費者教育推進地域協議会としての役割も担う山口県消費生活審議会に、中学校や高等学校等の教育関係者等で構成する部会を設け、消費者教育を推進する上で必要な取組について、専門的知見から調査・審議を行います。

- 教育委員会等との連携による、教職員に対する消費生活情報の提供
- 児童・生徒の発達段階に応じた啓発講座の実施
- 学校等を通じた保護者への情報提供
- 「やまぐち・くらしの安心ネット通信」の高等学校等への配信による被害事例等の最新情報の紹介

(3) 消費者の特性に配慮した消費者教育の推進

学校や地域等の様々な場を活用し、幼児期から高齢期まで、契約に関する基本的な考え方や消費者トラブルに関する最新情報とその対策等について、それぞれのライフステージや経験に応じた消費者教育を推進します。

- 児童・生徒の発達段階に応じた学習教材の提供
- 幼年期から高齢期までのライフステージや経験に応じた啓発講座の実施

(4) 成年年齢引下げへの対応

成年年齢の18歳への引下げにより、18歳、19歳の若年層の消費者被害が増加するおそれがあるため、学校や事業所等と連携し、高校生や大学生に対して、被害防止のための啓発を行います。

また、SNS*等を活用し、「やまぐち・くらしの安心ネット*」等で身近でタイムリーな消費生活情報を提供するなど、学校や事業者、学生消費者リーダー*等と連携した消費者教育を推進します。

- SNS等を活用した最新の消費者トラブル事例等の発信
- 学生消費者リーダーと連携した、若者目線での効果的な啓発活動の実施
- 学校等と連携した啓発講座の実施
- 「やまぐち・くらしの安心ネット通信」の高等学校等への配信による被害事例等の最新情報の紹介（再掲）

学生消費者リーダー

若者の消費者被害防止のために活動中！

県が学生消費者リーダーとともに作成した啓発資料



(5) 消費者の自立の支援を担う人材の育成

消費者安全確保地域協議会*の構成員や「188（いやや）見守りサポーター*」のほか、「消費者リーダー*」や「学生消費者リーダー」など幅広い人材を育成し、その役割に応じた消費者教育の担い手としての活動を促進します。

- 事業者や福祉関係者等を対象に「高齢消費者被害防止見守りセミナー」を開催し地域の見守りポイントを解説することによる実践的な見守り活動の促進
- 消費者リーダーや学生消費者リーダーを対象に、複雑化・多様化する消費者問題に対応する研修の実施
- 消費者トラブルを防いだ最新事例の情報共有等の推進



〔高齢消費者被害防止見守りセミナー〕



〔学生消費者リーダーの啓発活動〕

(6) デジタルを活用した情報発信

テレビやラジオ、広報誌などやインターネット、SNS*等のデジタルを活用し、消費生活に関する情報を発信していきます。

- 消費生活に関する情報について、LINEや「知っちゃる!?消費者トラブルまなべるサイト*」を通じた情報発信の推進
- 消費者被害の際の相談窓口である消費生活センターや、消費者ホットライン「188（いやや）」*の周知の推進

【評価指標④】

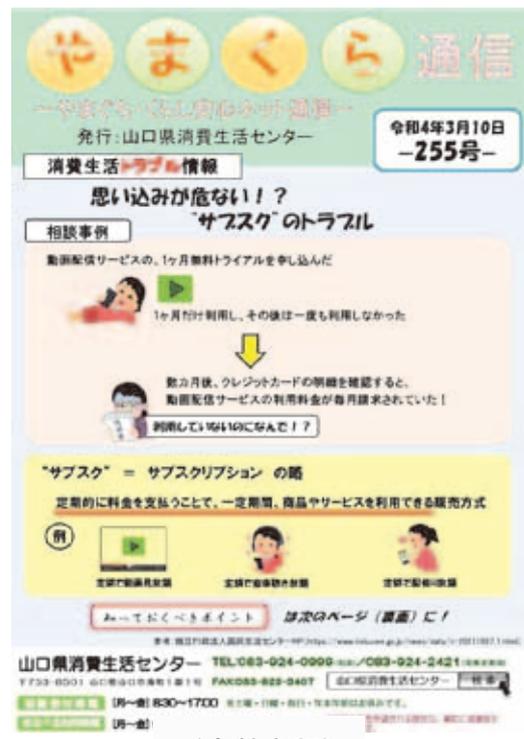
「消費者教育の推進」の評価指標として、高等学校・大学等の「やまぐち・くらしの安心ネット*」で提供する消費生活情報等の活用率を設定し、活用率100%を目標値とします。

| 名称 | 現状値 | 目標値 |
|-------------------------------|-------------------------|------------------------|
| 高等学校・大学等の「やまぐち・くらしの安心ネット」の活用率 | 92.2% 《2021（令和3）年度末》 | 100% 《2026（令和8）年度末》 |

■ 「やまぐち・くらしの安心ネット通信（消費生活情報）」



〔若者版〕



〔高齢者版〕

■体験学習型消費者教育施設「まなべる」※

体験学習型 消費者教育施設
まなべる
消費生活トラブルを体験しながら、楽しく学ぼう！

家族と、クラスメイトと、地元の仲間といっしょに、「学ぶ」「遊ぶ」「知る」の両面で学ぶコンテンツを用意し、より効果的に消費者教育の場「まなべる」を開く。それが消費者教育施設「まなべる」です。

体験
しるみる

消費生活 体験ゾーン
●契約 ●ネット系トラブル ●通信販売
●対人系トラブル(キャッチセールス他)
●詐欺系トラブル ●製品事故のブースを設置。
各ブースに専用端末機を設置、オリジナルソフトで、消費生活トラブルの疑似体験ができます。自分の行動・封鎖をチェックしてみましょう。

消費生活 情報ゾーン
パンフレットや書籍など、消費生活に関する豊富な情報を閲覧できるコーナー。携帯用パソコンでキーワード検索もでき、知りたい情報を簡単に入手することができます。DVDの貸出もしています。

キッズルーム
「まなべる」には、子育て中の方にも気軽に利用していただけるよう、キッズルームを設けています。

利用時間
平日 9:00~16:30
(入場受付16:00まで)

学習
体験 情報

「まなべる」を利用して、消費者力アップ!!

消費者教育ブース
消費者団体や市町の活動など地域での消費者教育を紹介しています。

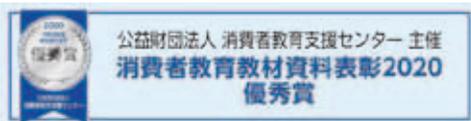
まなべる 学習室
消費者教育・啓発講座の開催など、多目的に活用できるスペースです。

消費者の8つの権利

第3章
施策の展開



若者向けの消費者トラブル学習サイト！



知っちょる！？
消費者トラブルまなべるサイト



若者の消費者被害の未然防止のために県消費生活センターのホームページ内に開設しており、啓発動画や体験型コンテンツ等を通じて、悪質商法が身近なものであることと、トラブル回避の方法を学ぶことができます。



悪質商法を疑似体験！



相談

「成年」と「未成年」なにが違うの？

2022（令和4）年4月1日から成年年齢が **18歳** に引き下げられました！

| 成年 | 未成年 |
|----------------|---------------------------|
| 一人で契約をすることができる | 親などの同意なく結んだ契約は、取り消すことができる |

未成年者が親などの同意を得ずに結んだ契約は取り消すことができます*。これは、まだ判断力が十分でなく、自分に不利な契約や、必要のない契約をするおそれがある未成年者を保護するルールです。

成年になると、親などの同意なく、自分の判断で契約をすることができます。その反面、一度結んだ契約を後から取り消すことは原則できません。

*お小遣いの範囲での契約や、「成年である」「親の同意を得ている」とウソをついて契約した場合などは、未成年者であっても取り消すことができない場合があります。

成年になると、一度結んだ契約を守らないといけない責任が生まれます。

18歳から成人！

契約などでトラブル
になる可能性！？

若者が悪徳業者
のターゲット

契約や消費者トラブルについて学んでおきましょう！



知っちゃる！？消費者トラブルまなべるサイト（山口県消費生活センター
ホームページ内）



5 連携・協働の推進

(1) 国・他の自治体との連携・協働

ア 国や他の都道府県等との連携・協働

複雑化・多様化する消費者問題に関し、全国的な対応や関係法令の整備が必要な場合、国に対して提言や要請を実施します。

重大な消費者事故等については、消費者安全法に基づき、国に対して情報を速やかに通知するとともに、状況に応じて消費者の安全確保に必要な措置の実施を要請します。

県域を越えて活動する悪質な事業者については、国や関係する都道府県等と情報共有を行うなど密接に連携して、是正に向けた指導や行政処分を実施します。

イ 市町との連携・協働

市町で対応が困難な専門的な消費生活相談事案については、市町と連携して対応するほか、市町生活相談員への研修を実施します。

また、消費生活相談員の人材確保に向けた支援を行います。

市町の消費生活相談窓口から提供された情報をもとに調査を行い、悪質な行為を行う事業者に対し、必要に応じて是正に向けた指導や行政処分を実施します。

- 広域的事案について、国や近隣他県等との連携による事業者への処分及び指導
- 市町消費生活相談員に対しての研修や相談事例の助言等を通じた連携の推進
- 消費生活相談員人材バンク[※]の運営による消費生活相談有資格者等の人材確保（再掲）

(2) 警察との連携・協働

警察と連携し、うそ電話詐欺、悪質商法[※]による被害状況や消費生活センターの相談受理状況等の情報を共有するほか、消費者被害防止の普及啓発キャンペーン等を行います。

- 警察と連携したうそ電話詐欺対策として効果的なツールである「警告メッセージ付き通話録音装置[※]」等の普及啓発キャンペーンの実施
- 警察との情報交換の場を定期的に設けることによる最新の消費者被害情報等の共有



〔悪質電話勧誘等被害防止キャンペーン〕

（3）学校との連携・協働

教育委員会や学校等と連携し、教職員に向けた消費者教育に関する研修の実施や情報提供などにより、消費者被害防止に向けた取組を推進します。

- 出前講座や教職員に向けた金融消費者教育セミナーを通じた学校現場に有用な情報の提供
- 「やまぐち・くらしの安心ネット※通信」の高等学校等への配信による被害事例等の最新情報の紹介（再掲）



〔高等学校のイベントで啓発活動〕



〔金融消費者教育セミナー〕

山口県消費生活センターでは、出前講座を実施しています！

（例 学校や公民館などで行われる学習会や会合）

☆お気軽にお問い合わせください。

（消費者教育・相談班） ☎ 083-924-2421



(4) 消費者団体や民間事業者等との連携・協働

地域における見守り活動への参加を通して、連携した普及啓発活動を進めます。

また、専門家・関係機関等と連携した取組のほか、山口県金融広報委員会[※]と連携した地域や学校における金融教育を推進します。

事業者団体等と連携して、地域における見守り活動を促進させることで、高齢者等の消費者被害防止に努めます。

日常生活に欠かせない身近な事業者である「188（いやや）見守りサポーター[※]」等と連携して、地域における見守り活動を促進することにより、高齢者等の消費者被害の未然防止に努めます。

- 「188（いやや）見守りサポーター」等と連携した地域における見守り活動の促進
- 事業者や福祉関係者等を対象に「高齢消費者被害防止見守りセミナー」を開催し、地域の見守りポイントを解説することによる実践的な見守り活動の促進（再掲）
- 弁護士会、司法書士会、法テラス[※]等と連携した専門的な相談研修や、学校での基本的な知識習得を目指す啓発講座の実施
- 山口県金融広報委員会と連携した金融知識習得を目的としたイベントの実施



〔親子のためのおかね楽習フェスタ in ひかり〕

【評価指標⑤】

「連携・協働の推進」の評価指標として、「188（いやや）見守りサポーター参加事業者数」を設定し、1年間で約10事業者の登録を目指して累計250事業者を目標値とします。

| 名称 | 現状値 | 目標値 |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 188（いやや）見守りサポーターへの参加事業者数 | 209事業者 《2021（令和3）年度末》 | 250事業者 《2026（令和8）年度末》 |



相談

188（いやや）見守りサポーターの活動って？

高齢者等を、悪質な消費者被害から守るため活動しているのが「188（いやや）見守りサポーター」。

その活動は、高齢者の自宅を訪問した際に注意喚起のチラシを配布したり、社内研修で消費者被害防止をテーマに講習を行ったりと様々です。

身近な高齢者が被害に遭わないよう、「188（いやや）見守りサポーター」として活動してみませんか。

【活動例】

- ごみの収集運搬業者が個別に定期的な収集を行う際、高齢者宅を訪問する時に消費者被害防止に関するチラシなどを手渡し、注意を呼びかけています。
- デイサービスセンターの職員が利用者の生活についての相談に対応し、トラブルに巻き込まれないように見守っています。

～活動風景～



〔啓発チラシ〕



〔啓発ステッカー〕

◆ 188（いやや）見守りサポーターの登録はこちらから ⇒



第4章 計画の推進

1 推進体制

計画の推進に当たっては、国や他の都道府県、市町、関係団体及び県庁内関係部局や警察、教育委員会等と緊密な連携を図りながら、取り組んでいきます。

2 進行管理

消費者施策の評価・検証を毎年度行い、県消費生活審議会に報告し、公表します。

また、社会経済情勢の変化等を踏まえ、計画全体の内容を点検しながら必要に応じた見直しを行います。

参 考 資 料

| | 頁 |
|------------------------------|----|
| ■ 用語解説 | 32 |
| ■ 消費生活の安定及び向上に関する条例 ... | 37 |
| ■ 消費者基本法 | 46 |
| ■ 消費者教育の推進に関する法律 | 55 |
| ■ 消費者教育 Web 漫画教材（一部抜粋） | 62 |

用語解説

計画に記載されている用語のうち、専門的な用語、十分に定着していない用語などについて、その解説を記載しています。なお、用語の右側に付しているページ番号は、以下の用語が出てくるページを示しています。

あ

■ 悪質商法 【P 1, 9, 27】

消費者を対象に、組織的・反復的に行われる商取引であって、その商法自体に違法または不当な手段・方法が組み込まれた商法。

■ 新たな日常 【P 1】

新型コロナウイルスの感染拡大防止を徹底しつつ、同時に大きく落ち込んだ社会経済活動を回復させていくための、コロナの存在を前提とした新しい生活様式。

「マスクの着用」や「人と人との距離の確保」、「3密の回避」などの基本的な感染防止対策の継続と徹底が求められている。

■ 188（いやや）見守りサポーター 【P 4, 12, 23, 29】

悪質商法や架空請求などの消費者被害から高齢者等を守るため、日常の事業活動の中で、高齢者等への声かけや見守りなどを行う県内の事業者。県への登録制となっており、具体的には、注意喚起のチラシ配布や消費者被害防止のための社内研修などを行う。

■ 188（いやや）見守りネットワーク連携会議 【P 4, 12】

消費者行政及び福祉行政担当課・関係団体等を中心とした見守り関係者間で、消費者安全確保地域協議会設置の意義やメリット、設置に向けた課題解決策や設置後の成果・効果等の情報を共有し、関係者相互の理解や連携を深める支援を行うことにより、市町における協議会設置の一層の促進を図ることを目的とした会議。

■ エシカル消費 【P 1, 2, 9, 18】

倫理的消費。地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動。

例えば、人への配慮として、障害者支援につながる商品の積極的な購入、環境への配慮として、エコ商品・リサイクル製品の積極的な購入、地域への配慮として、地産地消や被災地産品の積極的な購入がある。

■ SNS（エスエヌエス） 【P 2, 9, 13, 23, 24】

「ソーシャル・ネットワーキング・サービス（Social Networking Service）」の略称。登録された利用者同士が交流できる Web サイトの会員制サービスのこと。身近で便利なコミュニケーション手段であるが、アカウントの不正利用や詐欺等には注意が必要。

■ SDGs（エスディーゼーズ） 【P 1, 3, 9, 18】

「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals）」の略称。人々が地球環境や気候変動に配慮しながら、持続可能な暮らしをするために取り組むための、世界共通の行動目標。2015（平成 27）年に国連で全会一致で採択され、貧困の撲滅や格差の解消、環境保護など 17 分野の目標があり、2030（令和 12）年が達成期限となっている。

か

■ 学生消費者リーダー 【P 4, 23】

県が主催する消費者講座等の実施プログラムを修了した、県内の高校・大学に在籍する学生（短期大学・高等専門学校等含む）。修了者に対し、認定証を交付する。

■ キャッシュレス決済 【P 1】

現金を使用せずにお金を払うこと。クレジットカード、デビットカード、電子マネー（プリペイド）やスマートフォン決済など、様々な手段がある。利便性向上に寄与する一方で、情報漏洩や詐欺等に悪用される危険性がある。

■ 警告メッセージ付き通話録音装置 【P 4, 27】

電話の着信時、呼び出し音が鳴る前に相手方に対し、通話を自動録音する旨の警告メッセージを流す装置。悪質な勧誘販売等への対策として抑止効果が期待されている。

■ コミュニティ・スクール 【P22】

学校運営協議会が設置されている学校のこと。学校の課題解決に向けて保護者や地域住民が学校運営に参画し、学校・家庭・地域が連携・協働しながら子どもたちの豊かな学びや成長を支えていく取組が行われている。

さ

■ 裁判外紛争解決手続（ADR） 【P 4, 15】

判決などの裁判によらない紛争解決方法を指し、民事調停・家事調停、訴訟上の和解、仲裁及び行政機関や民間機関による和解、あっせんなどを意味する。裁判による紛争解決と比べ、比較的簡易・迅速で、廉価な解決が可能であるところに特徴がある。「ADR（Alternative Dispute Resolution）」と表されることもある。

■ 知っちょる！？消費者トラブルまなべるサイト 【P24】

県消費生活センターのホームページ内に開設した、若者向けの消費者トラブル学習サイト。啓発動画や体験型コンテンツ等を通じて、若者に多い消費者トラブルや、トラブル回避の方法などを学ぶことができる。

公益財団法人消費者教育支援センターが主催する「消費者教育教材資料表彰 2020」で優秀賞を受賞した。

- 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク） 【P 2, 5, 12, 13, 18, 23】
高齢者や障害者等の消費者被害を防ぐために市町や地域の関係者が連携して構築する、消費者安全法に基づく見守りネットワークのこと。見守り等の取組を行う地域協議会の構成員間で必要な情報を提供できる旨法に規定されており、必ずしも本人の同意がない場合でも、個人情報と共有することができる。
- 消費者ホットライン「188（いやや）」 【P 15, 16, 24】
消費生活センター等の消費生活相談窓口の存在や連絡先を知らない消費者に、最寄りの消費生活相談窓口を案内するナビダイヤル。土日祝日など、都道府県等の消費生活センター等が開所していない場合は、国民生活センターに電話がつながる。
※相談窓口につながった時点から、通話料金の負担が発生する（相談自体は無料）。
- 消費者リーダー 【P 4, 18, 22, 23】
地域における消費者トラブルの未然防止・拡大防止を図るため、消費生活に関する啓発活動等を行う者。
- 消費生活協力員 【P 18】
消費者行政担当部署の職員及び消費生活相談員と連携協力して、見守り、相談窓口の周知、被害防止のための情報提供の活動に取り組む者。民生委員、福祉関係者、弁護士、市民ボランティアなど。消費者安全法に基づき、地方公共団体の長が委嘱する。
- 消費生活相談員人材バンク 【P 15, 27】
県内市町及び県消費生活センターにおける消費生活相談員の配置・増員に向けた人材確保を目的として県が運営。消費生活相談有資格者等について、本人の希望に基づき登録を行い、市町及び県消費生活センターからの要請に基づき、登録情報の提供を行う。
- 食品ロス 【P 18, 19】
「まだ食べられるのに捨てられてしまう食品」のこと。例として「食べ残し」、「過剰除去（皮のむきすぎなど）」、「規格外食品や過剰在庫品などの廃棄」が挙げられる。

た

- 体験学習型消費者教育施設「まなべる」 【P 4, 22, 25】
消費生活をテーマに、タブレット等による専用端末を活用した体験学習型消費者教育施設。消費生活トラブルを疑似体験したり消費生活の情報をクイズで学ぶことができる。

■ 電子商取引 【P 1, 2, 9, 13】

インターネットやコンピューター上での電子的な手段により、商品の売買やサービスなどの取引を行うこと。

■ 適格消費者団体 【P 3, 18】

消費者契約法等に違反する事業者の行為に対して差止請求を行う消費者団体訴訟制度において、消費者全体の利益擁護のために差止請求権を適切に行使することができる適格性を備えた消費者団体として、内閣総理大臣の認定を受けたもの。「適格消費者団体」として認定されるためには、特定非営利活動法人又は一般社団法人若しくは一般財団法人であること、不特定多数の消費者の利益擁護のための活動を主たる目的とし、その活動を相当期間継続して適正に行っていること、消費生活の専門家及び法律の専門家が共に確保されていること等の要件を満たす必要があり、2023（令和 5）年2月末現在、全国で23団体が認定されている。

■ 特定適格消費者団体 【P 3, 15】

悪質商法などの被害に遭った者に代わり、損害賠償を求める訴訟を起こすことができる消費者団体。消費者に代わって不当な勧誘行為などの差し止めを請求できる適格消費者団体の中から選ばれ、2023（令和 5）年2月末現在、全国で4団体が認定されている。

な

■ ネガティブ・オプション【P 7】

ネガティブ・オプションとは、注文していない商品を、勝手に送り付け、その人が断らなければ買ったものとみなして、代金を一方的に請求する商法（「送り付け商法」）。

は

■ P I O-N E T（パイオネット） 【P 12】

「全国消費生活情報ネットワーク・システム（Practical Living Information Online Network System）」の略称。国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報（消費生活相談情報）の収集を行うシステム。消費生活相談に関する類似案件の検索や処理結果の参照等が可能であり、消費生活相談員による対応の際に活用されている。

■ 被害回復裁判手続制度 【P 15】

事業者の行為により、共通する原因で相当多数の消費者が財産的被害を受けた場合に、特定適格消費者団体が、事業者に対して、消費者のために訴訟及び裁判手続（2段階手続）を行うことで消費者被害の集団的回復を請求できる制度。

- 不当取引指導員 【P 4, 6】
不当な取引行為を行う事業者に対する調査・指導を専任で行う、警察OBの職員。
- フリマアプリ 【P 2】
フリーマーケットのように消費者間（CtoC）で売買・商取引が行えるスマートフォン向けサービス、及びモバイルアプリの総称。
- 法テラス 【P29】
刑事・民事を問わず、国民がどこでも法的なトラブルの解決に必要な情報やサービスの提供を受けられるようにするため、「綜合法律支援法」に基づき設立された法務省所管の公的な法人である「日本司法支援センター」の愛称。本部（東京都）のほか、県内にも法テラス山口が設置されている。紛争解決のための法制度や相談窓口の案内などの情報提供、無料法律相談などの民事法律扶助のほか、犯罪被害者への支援などの業務を行っている。

や

- やまぐちエシカル推進パートナー 【P 18, 20】
県内に事業者や店舗等を持ち、エシカル消費に積極的に取り組んでいる事業者・団体。エシカルな取組を行っていることが登録条件であり、登録事業者には認定証及びステッカー、ミニのぼりが提供される。
- やまぐち・くらしの安心ネット 【P 4, 22, 23, 24, 28】
社会福祉関係団体や消費者団体等の関係機関が相互に連携し、消費者被害の未然防止・拡大防止を図るためのネットワーク。注意喚起すべき事案について、電子メールにより情報提供している。
- 山口県金融広報委員会 【P29】
山口県、山口県教育委員会、中国財務局山口財務事務所、日本銀行下関支店、その他の公的団体、金融機関などによって構成されている組織。公平・中立な立場から、公民館等への金融広報アドバイザーの派遣により金融知識や情報の提供などを行うほか、イベントやセミナーの開催、教育研究校の指定などにより、児童・生徒の発達段階に応じた金融・金銭教育の支援を行っている。

消費生活の安定及び向上に関する条例

昭和五十五年三月二十九日 山口県条例第一号

目次

- 第一章 総則(第一条—第四条の三)
- 第二章 安全の確保、表示の適正化等(第五条—第十一条の四)
- 第三章 消費者苦情の処理等(第十二条—第十四条)
- 第四章 生活関連物資に関する措置(第十五条—第十七条)
- 第五章 啓発活動及び教育の推進等(第十八条—第十九条の二)
- 第六章 雑則(第十九条の三—第二十三条)
- 附則

第一章 総則

(目的)

第一条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、基本理念及び施策の基本となる事項を定めるとともに、消費者の利益の擁護及び増進に関する施策を推進し、もって県民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的とする。

(基本理念)

第一条の二 消費者の利益の擁護及び増進に関する施策(以下「消費者施策」という。)の推進は、県民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、次に掲げることが消費者の権利であることを尊重するとともに、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。

- 一 消費者の安全が確保されること。
 - 二 商品及び役務について、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、及び不当な取引方法を強制されないこと。
 - 三 消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供されること。
 - 四 消費者の意見が消費者施策に反映されること。
 - 五 消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されること。
- 2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。
 - 3 消費者施策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。
 - 4 消費者施策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

（県の責務）

第二条 県は、前条に規定する消費者の利益の擁護及び増進に関する基本理念にのっとり、消費者施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

（事業者の責務等）

第三条 事業者は、第一条の二に規定する消費者の利益の擁護及び増進に関する基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- 一 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
 - 二 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
 - 三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
 - 四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
 - 五 県が実施する消費者施策に協力すること。
- 2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

第三条の二 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

（消費者の役割等）

第四条 消費者は、その消費生活に関して、自ら進んで、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めるとともに、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めることによつて、消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすものとする。

第四条の二 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

（基本計画）

第四条の三 知事は、消費者施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、消費者施策の推進に関する基本的な計画(以下「基本計画」という。)を策定しなければならない。

- 2 基本計画は、次に掲げる事項を定めるものとする。
 - 一 総合的かつ長期的に講ずべき消費者施策の大綱
 - 二 前号に掲げるもののほか、消費者施策の総合的かつ計画的な推進を図るために必要な事項
- 3 知事は、基本計画の案を作成しようとするときは、あらかじめ、県民の意見を反映することができるように適切な措置を講ずるものとする。

- 4 知事は、基本計画を策定したときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。
- 5 前二項の規定は、基本計画の変更について準用する。

第二章 安全の確保、表示の適正化等

（安全の確保に関する勧告等）

第五条 知事は、事業者が供給する商品又は役務が消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると認定したときは、当該事業者に対し、当該商品又は役務の供給の停止その他消費者の安全を確保するために必要な措置を講ずべきことを勧告することができる。

- 2 知事は、前項の規定による勧告をした場合において、事業者がその勧告に従わなかったときは、その旨を公表することができる。

（危害の防止に関する情報の公表）

第五条の二 知事は、事業者が供給する商品又は役務が消費者の生命又は身体に重大な危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある場合において、当該危害を防止するため緊急の必要があると認めるときは、当該商品又は役務の名称、当該事業者の氏名又は名称及び住所その他の必要な事項を公表することができる。

（危害の防止のための措置）

第五条の三 事業者は、その供給する商品又は役務が消費者の生命又は身体に重大な危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあることを知ったときは、直ちに当該商品又は役務の供給の停止その他の危害を防止するために必要な措置を講じなければならない。

（表示の適正化）

第六条 事業者は、消費者が商品の購入若しくは使用又は役務の利用に際しその選択等を誤ることがないようにするため、その供給する商品又は役務について、品質、量目、消費期限その他の期限、使用方法、単位当たりの価格その他必要な事項を適正に表示するよう努めなければならない。

（包装の適正化）

第七条 事業者は、その供給する商品について、消費者に品質又は内容量を誤認させるような包装(容器を用いる包装を含む。)を行わないよう努めなければならない。

（アフターサービスの徹底）

第八条 事業者は、その供給する商品について、アフターサービスの徹底を図るよう努めなければならない。

（自動販売機等の管理の適正化）

第九条 事業者は、商品又は役務を自動販売機その他これに類する機械により供給するときは、その氏名又は名称、住所その他連絡に必要な事項を消費者の見やすいように表示

するとともに、当該自動販売機その他これに類する機械を適正に管理するよう努めなければならない。

（自主基準の設定）

第十条 事業者団体は、第六条から前条までに規定する措置に関し、その構成員である事業者が遵守すべき基準(以下「自主基準」という。)を定めるよう努めなければならない。

- 2 知事は、必要があると認めるときは、事業者団体に対し、自主基準の設定の状況について報告を求めることができる。
- 3 知事は、事業者団体に対し、自主基準の設定及び変更について必要な指導及び助言をすることができる。

（県基準の設定等）

第十一条 知事は、次に掲げる場合において、必要があると認めるときは、第六条、第七条及び第九条に規定する措置に関し、事業者が遵守すべき基準を定めることができる。

- 一 自主基準が設定されない場合
- 二 自主基準の内容が、その設定の目的に適合しないと認められる場合
- 三 自主基準に参加していない事業者が関係事業者の相当部分を占める場合
- 2 知事は、前項の基準を定めたときは、速やかにこれを告示しなければならない。これを変更し、又は廃止したときも、同様とする。
- 3 知事は、事業者が第一項の基準を遵守していないと認めるときは、当該事業者に対し、同項の基準を遵守すべきことを勧告することができる。
- 4 知事は、前項の規定による勧告をした場合において、事業者がその勧告に従わなかったときは、その旨を公表することができる。

（不当な取引方法の禁止等）

第十一条の二 事業者は、消費者との間で行う取引に関し、次に掲げる行為で知事が指定するもの(以下「不当な取引方法」という。)を行ってはならない。

- 一 商品の販売又は役務の提供の意図を隠して消費者に接近し、又は消費者を誘引して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- 二 契約に関する事項を消費者が正確に認識することを妨げ、又は消費者の判断力の不足に乗じて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- 三 消費者に迷惑を覚えさせるような方法を用い、消費者を威迫し、又は消費者を正常な判断ができない状態に陥らせて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- 四 他の事業者から商品を購入し、又は役務の提供を受けることを条件又は原因として信用の供与又は保証の受託をする契約について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、又は当該契約を締結させること。
- 五 民法(明治二十九年法律第八十九号)第一条第二項に規定する基本原則に反して、消費者の利益を不当に害する条項を含む契約を締結させること。
- 六 消費者又はその関係人を欺き、威迫し、又は困惑させる等不当な手段を用いて、当

該消費者又はその関係人に契約(契約の成立又はその内容について消費者との間で争いがあるものを含む。)に基づく債務の履行を要求し、又は当該債務の履行をさせること。

七 正当な理由なく契約に基づく債務の全部若しくは一部の履行を拒否し、又は遅延させること。

八 契約の解除その他の法令又は契約に基づく消費者の権利の行使を妨げること。

2 知事は、前項の規定による指定をしたときは、速やかにその旨を告示しなければならない。これを変更し、又は廃止したときも、同様とする。

3 知事は、事業者が不当な取引方法を用いていると認めるときは、当該事業者に対し、当該取引方法を是正するために必要な措置を講ずべきことを勧告することができる。

4 知事は、前項の規定による勧告をした場合において、事業者がその勧告に従わなかったときは、その旨を公表することができる。

(合理的な根拠を示す資料の提出)

第十一条の三 知事は、事業者が不当な取引方法(前条第一項第二号に掲げる行為に限る。)を行つているか否かを判断するため、当該事業者が、商品の種類及びその性能若しくは品質又は役務の種類及びその内容その他これらに類するものとして知事が定める事項につき不実のことを告げる行為(以下「不実告知行為」という。)をしたか否かを調査する必要があると認めるときは、当該事業者に対し、期間を定めて、当該告げた事項の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、前条第三項の規定の適用については、当該事業者は、不実告知行為をしたものとみなす

2 知事は、前項の事項を定めたときは、速やかにこれを告示しなければならない。これを変更し、又は廃止したときも、同様とする。

(不当な取引方法に関する情報の提供等)

第十一条の四 知事は、事業者が不当な取引方法を行つていると認められる場合において、当該不当な取引方法による被害の発生又は拡大を防止するため必要があると認めるときは、速やかに当該不当な取引方法の内容その他の必要な情報を県民に提供するものとする。

2 知事は、前項に規定する場合において、事業者が行う不当な取引方法により、消費者に重大な被害が生じ、又は生ずるおそれがあり、かつ、当該被害の発生又は拡大を防止するため必要があると認めるときは、前項に規定する情報のほか、当該事業者の氏名又は名称及び住所その他の当該事業者を特定する情報を公表することができる。

第三章 消費者苦情の処理等

(消費者苦情の処理)

第十二条 知事は、消費者と事業者との間の取引に関して生じた苦情(以下「消費者苦情」という。)について、当該消費者から処理の申出があつたときは、速やかに当該消費者苦情を解決するために必要な措置を執るものとする。

2 知事は、前項の措置を執るため必要があると認めるときは、当事者その他関係者に対し、資料の提出又は説明を求めることができる。

(審議会の調停)

第十三条 知事は、消費者苦情のうち、解決が困難であると認めるものについて、山口県消費生活審議会(以下「審議会」という。)の調停に付することができる。

2 審議会は、調停のため必要があると認めるときは、当事者その他関係者に対し、資料の提出又は説明を求めることができる。

(訴訟の援助)

第十四条 知事は、事業者が供給する商品又は役務により被害を受けた消費者が、当該事業者を相手方として訴訟を提起する場合において、次に掲げる要件に該当するときは、当該消費者に対し、当該訴訟に要する資金の融通のあつせんその他必要な援助を行うことができる。

- 一 当該訴訟が、審議会の調停によつて解決できなかつた消費者苦情に係るものであること。
- 二 当該訴訟に係る被害の原因と同一又は同種の原因による被害が多数生じ、又は生ずるおそれがあること。
- 三 一件当たりの被害額が少額であること。

第四章 生活関連物資に関する措置

(物資の指定)

第十五条 知事は、県民生活との関連性が高い物資の価格が他の地域に比して異常に上昇し、又は上昇するおそれがあるときは、当該物資を特別の調査を要する物資として指定することができる。

2 知事は、前項に規定する事態が消滅したと認めるときは、同項の規定による指定を解除するものとする。

3 知事は、第一項の規定により物資を指定したときは、速やかにその旨を告示しなければならない。これを解除したときも、同様とする。

(指定物資の調査)

第十六条 知事は、前条第一項の規定により指定した物資(以下「指定物資」という。)について、その価格の動向及び需給の状況に関し速やかに必要な調査を行うものとする。

（不適正な事業行為の是正に関する勧告等）

第十七条 知事は、前条の調査の結果、指定物資を供給する事業者が、買占め若しくは売惜しみにより当該指定物資を多量に保有し、又は適正な利得を著しく超えることとなる価格で供給していると認定したときは、当該事業者に対し、これらの行為を是正するために必要な措置を講ずべきことを勧告することができる。

2 知事は、前項の規定による勧告をした場合において、事業者がその勧告に従わなかったときは、その旨を公表することができる。

第五章 啓発活動及び教育の推進等

（啓発活動及び教育の推進）

第十八条 県は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

（人材の確保等）

第十八条の二 県は、消費者苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、人材の確保及び資質の向上その他の必要な施策を講ずるものとする。

2 県は、市町が行う消費者苦情の処理を支援するため、必要に応じて、技術的な助言その他の措置を講ずるものとする。

（消費者団体の自主的な活動の促進）

第十九条 県は、消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

（推進体制の整備）

第十九条の二 県は、市町、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体との協働により、消費者施策を積極的に推進するための体制を整備するものとする。

第六章 雑則

（知事に対する申出）

第十九条の三 何人も、この条例の規定が遵守されていないため消費者の権利が侵害され、又は侵害されるおそれがあると認められるときは、知事に対し、その旨を申し出て、適当な措置を執るべきことを求めることができる。

2 知事は、前項の規定による申出があつたときは、必要な調査を行い、その申出の内容が事実であると認めるときは、この条例に基づく措置その他適当な措置を執らなければならない。

3 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため必要があると認めるときは、第一項の規定による申出の内容並びに当該申出の処理の経過及び結果を公表するものとする。

(立入検査等)

第二十条 知事は、第五条、第五条の二、第十一条、第十一条の二、第十一条の四及び第十七条の規定の施行に必要な限度において、事業者に対し、その業務若しくは経理の状況に関し報告させ、又はその職員に、当該事業者の営業所、事務所その他の事業場に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を検査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

- 2 前項の規定により立入検査又は質問をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者に提示しなければならない。
- 3 第一項の規定による立入検査の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。
- 4 知事は、第一項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による検査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しくは同項の規定による質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をした者については、その旨を公表することができる。

(弁明の機会の付与)

第二十条の二 知事は、第五条第二項、第十一条第四項、第十一条の二第四項、第十一条の四第二項、第十七条第二項及び前条第四項の規定による公表をしようとする場合には、当該公表に係る者に対し、弁明の機会を与えなければならない。

- 2 前項の規定による弁明の機会の付与については、山口県行政手続条例(平成七年山口県条例第一号)第三章第三節の規定の例による。

(諮問)

第二十一条 知事は、次に掲げる場合においては、審議会の意見を聴かななければならない。

- 一 基本計画を策定し、又はこれを変更しようとするとき。
- 二 第五条第一項又は第十七条第一項の規定による認定をしようとするとき。
- 三 第十一条第一項の規定による基準の設定をし、又はこれを変更し、若しくは廃止しようとするとき。
- 四 第十一条の二第一項の規定による指定をし、又はこれを変更し、若しくは廃止しようとするとき。
- 五 第十五条第一項の規定による指定をし、又はこれを解除しようとするとき。

(国等に対する要請)

第二十二条 知事は、この条例の目的を達成するため必要があると認めるときは、国又は他の地方公共団体に対し、適切な措置を執るよう要請し、又は協力を求めるものとする。

(その他)

第二十三条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行について必要な事項は、知事が定める。

附 則
(施行期日)

- 1 この条例は、昭和五十五年七月一日から施行する。

(以下略)

消費者基本法

昭和四十三年法律第七十八号

目次

- 第一章 総則（第一条—第十条の二）
- 第二章 基本的施策（第十一条—第二十三条）
- 第三章 行政機関等（第二十四条—第二十六条）
- 第四章 消費者政策会議等（第二十七条—第二十九条）
- 附則

第一章 総則

（目的）

第一条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もって国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

（基本理念）

- 第二条** 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、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。
- 2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。
 - 3 消費者政策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。
 - 4 消費者政策の推進は、消費生活における国際化の進展にかんがみ、国際的な連携を確保しつつ行われなければならない。

5 消費者政策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

（国の責務）

第三条 国は、経済社会の発展に即応して、前条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、消費者政策を推進する責務を有する。

（地方公共団体の責務）

第四条 地方公共団体は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状况に応じた消費者政策を推進する責務を有する。

（事業者の責務等）

第五条 事業者は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- 一 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
- 二 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- 三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- 四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- 五 国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。

2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

第六条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

第七条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

第八条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

（消費者基本計画）

第九条 政府は、消費者政策の計画的な推進を図るため、消費者政策の推進に関する基本的な計画（以下「消費者基本計画」という。）を定めなければならない。

2 消費者基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

- 一 長期的に講ずべき消費者政策の大綱
- 二 前号に掲げるもののほか、消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項
- 3 内閣総理大臣は、消費者基本計画の案につき閣議の決定を求めなければならない。
- 4 内閣総理大臣は、前項の規定による閣議の決定があつたときは、遅滞なく、消費者基本計画を公表しなければならない。
- 5 前二項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

(法制上の措置等)

第十条 国は、この法律の目的を達成するため、必要な関係法令の制定又は改正を行わなければならない。

- 2 政府は、この法律の目的を達成するため、必要な財政上の措置を講じなければならない。

(年次報告)

第十条の二 政府は、毎年、国会に、政府が講じた消費者政策の実施の状況に関する報告書を提出しなければならない。

第二章 基本的施策

(安全の確保)

第十一条 国は、国民の消費生活における安全を確保するため、商品及び役務についての必要な基準の整備及び確保、安全を害するおそれがある商品の事業者による回収の促進、安全を害するおそれがある商品及び役務に関する情報の収集及び提供等必要な施策を講ずるものとする。

(消費者契約の適正化等)

第十二条 国は、消費者と事業者との間の適正な取引を確保するため、消費者との間の契約の締結に際しての事業者による情報提供及び勧誘の適正化、公正な契約条項の確保等必要な施策を講ずるものとする。

(計量の適正化)

第十三条 国は、消費者が事業者との間の取引に際し計量につき不利益をこうむることがないようにするため、商品及び役務について適正な計量の実施の確保を図るために必要な施策を講ずるものとする。

(規格の適正化)

第十四条 国は、商品の品質の改善及び国民の消費生活の合理化に寄与するため、商品及び役務について、適正な規格を整備し、その普及を図る等必要な施策を講ずるもの

とする。

- 2 前項の規定による規格の整備は、技術の進歩、消費生活の向上等に応じて行なうものとする。

（広告その他の表示の適正化等）

第十五条 国は、消費者が商品の購入若しくは使用又は役務の利用に際しその選択等を誤ることがないようにするため、商品及び役務について、品質等に関する広告その他の表示に関する制度を整備し、虚偽又は誇大な広告その他の表示を規制する等必要な施策を講ずるものとする。

（公正自由な競争の促進等）

第十六条 国は、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の拡大を図るため、公正かつ自由な競争を促進するために必要な施策を講ずるものとする。

- 2 国は、国民の消費生活において重要度の高い商品及び役務の価格等であつてその形成につき決定、認可その他の国の措置が必要とされるものについては、これらの措置を講ずるに当たり、消費者に与える影響を十分に考慮するよう努めるものとする。

（啓発活動及び教育の推進）

第十七条 国は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費者が生涯にわたつて消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

- 2 地方公共団体は、前項の国の施策に準じて、当該地域の社会的、経済的状况に応じた施策を講ずるよう努めなければならない。

（意見の反映及び透明性の確保）

第十八条 国は、適正な消費者政策の推進に資するため、消費生活に関する消費者等の意見を施策に反映し、当該施策の策定の過程の透明性を確保するための制度を整備する等必要な施策を講ずるものとする。

（苦情処理及び紛争解決の促進）

第十九条 地方公共団体は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、苦情の処理のあつせん等に努めなければならない。この場合において、都道府県は、市町村（特別区を含む。）との連携を図りつつ、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とする苦情の処理のあつせん等を行うものとするとともに、多様な苦情に柔軟かつ弾力的に対応するよう努めなければならない。

- 2 国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、人材の確保及び資質の向上その他の必要な施策（都道府県にあつては、前項に規定するものを除く。）を講ずるよう努めなければならない。
- 3 国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた紛争が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に解決されるようにするために必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

（高度情報通信社会の進展への的確な対応）

第二十条 国は、消費者の年齢その他の特性に配慮しつつ、消費者と事業者との間の適正な取引の確保、消費者に対する啓発活動及び教育の推進、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たつて高度情報通信社会の進展に的確に対応するために必要な施策を講ずるものとする。

（国際的な連携の確保）

第二十一条 国は、消費生活における国際化の進展に的確に対応するため、国民の消費生活における安全及び消費者と事業者との間の適正な取引の確保、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たつて国際的な連携を確保する等必要な施策を講ずるものとする。

（環境の保全への配慮）

第二十二条 国は、商品又は役務の品質等に関する広告その他の表示の適正化等、消費者に対する啓発活動及び教育の推進等に当たつて環境の保全に配慮するために必要な施策を講ずるものとする。

（試験、検査等の施設の整備等）

第二十三条 国は、消費者政策の実効を確保するため、商品の試験、検査等を行う施設を整備し、役務についての調査研究等を行うとともに、必要に応じて試験、検査、調査研究等の結果を公表する等必要な施策を講ずるものとする。

第三章 行政機関等

（行政組織の整備及び行政運営の改善）

第二十四条 国及び地方公共団体は、消費者政策の推進につき、総合的見地に立つた行政組織の整備及び行政運営の改善に努めなければならない。

（国民生活センターの役割）

第二十五条 独立行政法人国民生活センターは、国及び地方公共団体の関係機関、消費者団体等と連携し、国民の消費生活に関する情報の収集及び提供、事業者と消費者と

の間に生じた苦情の処理のあつせん及び当該苦情に係る相談、事業者と消費者との間に生じた紛争の合意による解決、消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等及び役務についての調査研究等、消費者に対する啓発及び教育等における中核的な機関として積極的な役割を果たすものとする。

（消費者団体の自主的な活動の促進）

第二十六条 国は、国民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

第四章 消費者政策会議等

（消費者政策会議）

第二十七条 内閣府に、消費者政策会議（以下「会議」という。）を置く。

- 2 会議は、次に掲げる事務をつかさどる。
 - 一 消費者基本計画の案を作成すること。
 - 二 前号に掲げるもののほか、消費者政策の推進に関する基本的事項の企画に関して審議するとともに、消費者政策の実施を推進し、並びにその実施の状況を検証し、評価し、及び監視すること。
- 3 会議は、次に掲げる場合には、消費者委員会の意見を聴かなければならない。
 - 一 消費者基本計画の案を作成しようとするとき。
 - 二 前項第二号の検証、評価及び監視について、それらの結果の取りまとめを行おうとするとき。

第二十八条 会議は、会長及び委員をもつて組織する。

- 2 会長は、内閣総理大臣をもつて充てる。
- 3 委員は、次に掲げる者をもつて充てる。
 - 一 内閣府設置法（平成十一年法律第八十九号）第十一条の二の規定により置かれた特命担当大臣
 - 二 内閣官房長官、関係行政機関の長、内閣府設置法第九条第一項に規定する特命担当大臣（前号の特命担当大臣を除く。）及びデジタル大臣のうちから、内閣総理大臣が指定する者
- 4 会議に、幹事を置く。
- 5 幹事は、関係行政機関の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。
- 6 幹事は、会議の所掌事務について、会長及び委員を助ける。
- 7 前各項に定めるもののほか、会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

（消費者委員会）

第二十九条 消費者政策の推進に関する基本的事項の調査審議については、この法律に

よるほか、消費者庁及び消費者委員会設置法（平成二十一年法律第四十八号）第六条の定めるところにより、消費者委員会において行うものとする。

附 則 抄

- 1 この法律は、公布の日から施行する。

附 則 （昭和五八年一二月二日法律第七八号）

- 1 この法律（第一条を除く。）は、昭和五十九年七月一日から施行する。
- 2 この法律の施行の日の前日において法律の規定により置かれている機関等で、この法律の施行の日以後は国家行政組織法又はこの法律による改正後の関係法律の規定に基づく政令（以下「関係政令」という。）の規定により置かれることとなるものに関し必要となる経過措置その他この法律の施行に伴う関係政令の制定又は改廃に関し必要となる経過措置は、政令で定めることができる。

附 則 （平成一一年七月一六日法律第一〇二号） 抄 （施行期日）

第一条 この法律は、内閣法の一部を改正する法律（平成十一年法律第八十八号）の施行の日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

- 一 略
- 二 附則第十条第一項及び第五項、第十四条第三項、第二十三条、第二十八条並びに第三十条の規定 公布の日

（別に定める経過措置）

第三十条 第二条から前条までに規定するもののほか、この法律の施行に伴い必要となる経過措置は、別に法律で定める。

附 則 （平成一六年六月二日法律第七〇号） 抄 （施行期日）

- 1 この法律は、公布の日から施行する。

（検討）

- 2 消費者政策の在り方については、この法律の施行後五年を目途として検討が加えられ、その結果に基づいて必要な措置が講ぜられるものとする。

附 則 （平成二〇年五月二日法律第二七号） 抄 （施行期日）

第一条 この法律は、公布の日から起算して一年を超えない範囲内において政令で定め

る日から施行する。

附 則 （平成二一年六月五日法律第四九号） 抄
（施行期日）

第一条 この法律は、消費者庁及び消費者委員会設置法（平成二十一年法律第四十八号）の施行の日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

一 附則第九条の規定 この法律の公布の日

（処分等に関する経過措置）

第四条 この法律の施行前にこの法律による改正前のそれぞれの法律（これに基づく命令を含む。以下「旧法令」という。）の規定によりされた免許、許可、認可、承認、指定その他の処分又は通知その他の行為は、法令に別段の定めがあるもののほか、この法律の施行後は、この法律による改正後のそれぞれの法律（これに基づく命令を含む。以下「新法令」という。）の相当規定によりされた免許、許可、認可、承認、指定その他の処分又は通知その他の行為とみなす。

2 この法律の施行の際現に旧法令の規定によりされている免許の申請、届出その他の行為は、法令に別段の定めがあるもののほか、この法律の施行後は、新法令の相当規定によりされた免許の申請、届出その他の行為とみなす。

3 この法律の施行前に旧法令の規定により報告、届出、提出その他の手続をしなければならない事項で、この法律の施行日前にその手続がされていないものについては、法令に別段の定めがあるもののほか、この法律の施行後は、これを、新法令の相当規定によりその手続がされていないものとみなして、新法令の規定を適用する。

（命令の効力に関する経過措置）

第五条 旧法令の規定により発せられた内閣府設置法第七条第三項の内閣府令又は国家行政組織法第十二条第一項の省令は、法令に別段の定めがあるもののほか、この法律の施行後は、新法令の相当規定に基づいて発せられた相当の内閣府設置法第七条第三項の内閣府令又は国家行政組織法第十二条第一項の省令としての効力を有するものとする。

（政令への委任）

第九条 附則第二条から前条までに定めるもののほか、この法律の施行に関し必要な経過措置（罰則に関する経過措置を含む。）は、政令で定める。

附 則 （平成二四年八月二二日法律第六〇号）

この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

附 則 （令和三年五月一九日法律第三六号） 抄**（施行期日）**

第一条 この法律は、令和三年九月一日から施行する。ただし、附則第六十条の規定は、公布の日から施行する。

（処分等に関する経過措置）

第五十七条 この法律の施行前にこの法律による改正前のそれぞれの法律（これに基づく命令を含む。以下この条及び次条において「旧法令」という。）の規定により従前の国の機関がした認定等の処分その他の行為は、法令に別段の定めがあるもののほか、この法律の施行後は、この法律による改正後のそれぞれの法律（これに基づく命令を含む。以下この条及び次条において「新法令」という。）の相当規定により相当の国の機関がした認定等の処分その他の行為とみなす。

2 この法律の施行の際現に旧法令の規定により従前の国の機関に対してされている申請、届出その他の行為は、法令に別段の定めがあるもののほか、この法律の施行後は、新法令の相当規定により相当の国の機関に対してされた申請、届出その他の行為とみなす。

3 この法律の施行前に旧法令の規定により従前の国の機関に対して申請、届出その他の手続をしなければならない事項で、この法律の施行の日前に従前の国の機関に対してその手続がされていないものについては、法令に別段の定めがあるもののほか、この法律の施行後は、これを、新法令の相当規定により相当の国の機関に対してその手続がされていないものとみなして、新法令の規定を適用する。

（命令の効力に関する経過措置）

第五十八条 旧法令の規定により発せられた内閣府設置法第七条第三項の内閣府令又は国家行政組織法第十二条第一項の省令は、法令に別段の定めがあるもののほか、この法律の施行後は、新法令の相当規定に基づいて発せられた相当の第七条第三項のデジタル庁令又は国家行政組織法第十二条第一項の省令としての効力を有するものとする。

（政令への委任）

第六十条 附則第十五条、第十六条、第五十一条及び前三条に定めるもののほか、この法律の施行に関し必要な経過措置（罰則に関する経過措置を含む。）は、政令で定める。

消費者教育の推進に関する法律

平成二十四年法律第六十一号

目次

- 第一章 総則（第一条—第八条）
- 第二章 基本方針等（第九条・第十条）
- 第三章 基本的施策（第十一条—第十八条）
- 第四章 消費者教育推進会議等（第十九条・第二十条）
- 附則

第一章 総則

（目的）

第一条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、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その自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

（定義）

第二条 この法律において「消費者教育」とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう。

2 この法律において「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。

（基本理念）

第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

- 3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。
- 4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策（消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三号において同じ。）との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。
- 5 消費者教育は、消費者の消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。
- 6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。
- 7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

（国の責務）

第四条 国は、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自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念（以下この章において「基本理念」という。）にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

- 2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

（地方公共団体の責務）

第五条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター（消費者安全法（平成二十一年法律第五十号）第十条の二第一項第一号に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。）、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

（消費者団体の努力）

第六条 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

（事業者及び事業者団体の努力）

第七条 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

（財政上の措置等）

第八条 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

第二章 基本方針等

（基本方針）

第九条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下この章及び第四章において「基本方針」という。）を定めなければならない。

2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

- 一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項
- 二 消費者教育の推進の内容に関する事項
- 三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項
- 四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

3 基本方針は、消費者基本法（昭和四十三年法律第七十八号）第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。

5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。

- 7 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。
- 8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

（都道府県消費者教育推進計画等）

- 第十条** 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「都道府県消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。
- 2 市町村は、基本方針（都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画）を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（以下この条及び第二十条第二項第二号において「市町村消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。
 - 3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第二十条第一項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあっては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならない。
 - 4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。
 - 5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。
 - 6 第三項及び第四項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

第三章 基本的施策

（学校における消費者教育の推進）

- 第十一条** 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校（学校教育法（昭和二十二年法律第二十六号）第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。）の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。
- 2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。

- 3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

（大学等における消費者教育の推進）

第十二条 国及び地方公共団体は、大学等（学校教育法第一条に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第十六条第二項において同じ。）において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

- 2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

（地域における消費者教育の推進）

第十三条 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター（以下この章において「国民生活センター」という。）は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法（昭和二十三年法律第百九十八号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和二十六年法律第四十五号）に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

- 2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

（事業者及び事業者団体による消費者教育の支援）

第十四条 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるよう努めるものとする。

- 2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。
- 3 事業者は、その従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。
- 4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

（教材の充実等）

第十五条 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、

消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。

（人材の育成等）

第十六条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法に定める消費生活相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

（調査研究等）

第十七条 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

（情報の収集及び提供等）

第十八条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。

2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

第四章 消費者教育推進会議等

（消費者教育推進会議）

第十九条 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

一 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

二 基本方針に関し、第九条第五項（同条第八項において準用する場合を含む。）に規定する事項を処理すること。

3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係

する独立行政法人（独立行政法人通則法（平成十一年法律第百三号）第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。）の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

- 4 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

（消費者教育推進地域協議会）

第二十条 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

- 2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。
 - 一 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。
 - 二 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。
- 3 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

附 則 抄

（施行期日）

- 1 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

（検討）

- 2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

附 則 （平成二六年六月一三日法律第七一号） 抄

（施行期日）

第一条 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

- 一 略
- 二 第一条中不当景品類及び不当表示防止法第十条の改正規定及び同法本則に一条を加える改正規定、第二条の規定（次号に掲げる改正規定を除く。）並びに附則第三条及び第七条から第十一条までの規定 公布の日から起算して二年を超えない範囲内において政令で定める日

消費者教育 Web 漫画教材（一部抜粋）

本編はこちらからご覧ください



case 2



ウマイ話にはウラがある!

ネット通販に注意せよ!!



飲むだけで
超モテモテボディ
になれるちゃう!!
しかも今だけの
特価!!



この前は
危なかったなあ
騙されるころ
だったし...

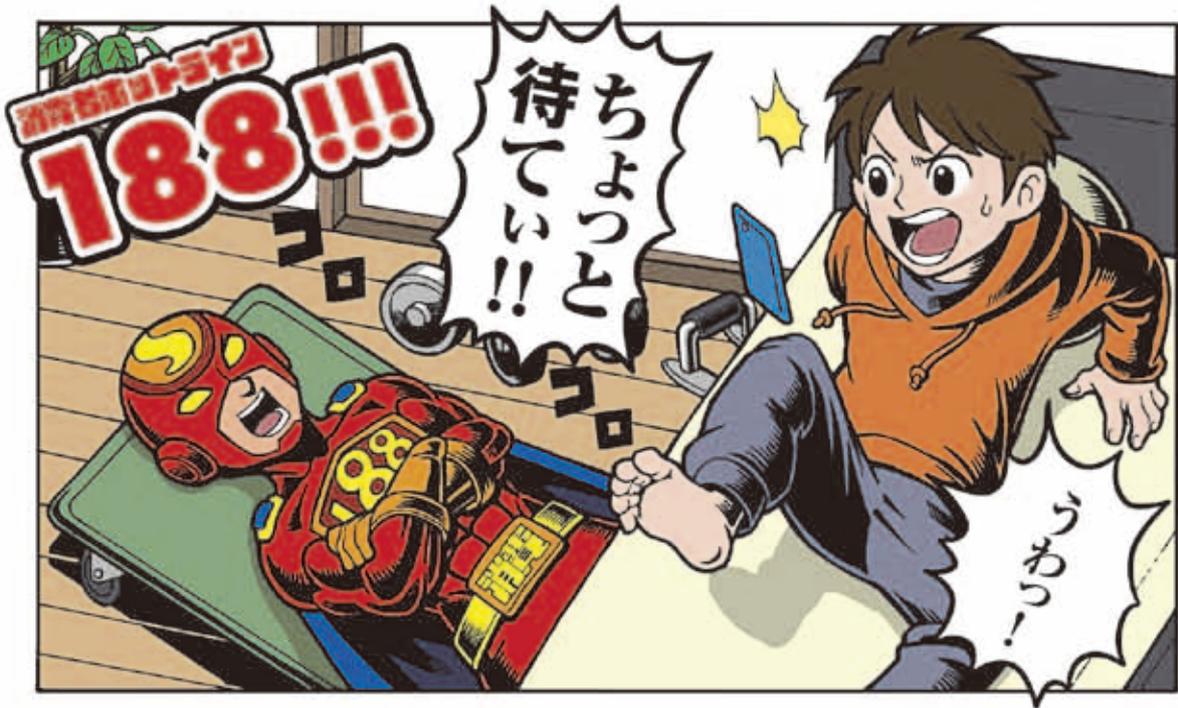


飲むだけで!?
マジかよ!
しかも
500円って!



飲むだけで
超モテモテボディ!
今だけの特価!!
...
またの...

参考資料



参考資料



ここから、「知っちょる!?消費者トラブル
まなべるサイト」にアクセスできるよ!

その契約、
「おことわりッス」



発行 2023 (令和5) 年3月
編集 山口県環境生活部県民生活課
〒753-8501 山口市滝町1番1号
TEL : 083-933-2608
FAX : 083-933-2629
E-mail : a12100@pref.yamaguchi.lg.jp