

山口県消費者基本計画の改定（骨子案） について

令和4年8月18日

山口県消費生活審議会

「山口県消費者基本計画」の第4次改定について

令和4年8月 県民生活課

計画の概要

〔根拠〕 「消費生活条例」及び「消費者教育推進法」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

〔期間〕 2022(令和4)年度から2026(令和8)年度までの5年間

改定の基本的な考え方

国における消費者行政や消費者を取り巻く社会経済情勢の変化等に的確に対応するとともに、これまでの取組状況や課題を踏まえ、必要な改定を行う。

《改定の視点》

- コロナ後を見据えた対応
- 若年層の消費者被害防止
- 持続可能な社会を目指した消費生活の推進
- 高齢者等の消費者被害防止

【目的】 県民の消費生活の安定及び向上を図ること

【基本理念】 「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」

主な改定内容

| 計画期間 | 現行計画 | 改定計画(案) |
|-------|----------------------------|---|
| | 2018年度～2022年度 | 2022年度～2026年度 |
| 施策の展開 | 5本柱 | 5本柱 |
| | 1 消費生活における安心・安全の確保 | 1 消費生活における安心・安全の確保 [新]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 | 2 消費生活相談の充実、紛争の適切な解決の促進 |
| | 3 消費者の自立に向けた支援 | 3 持続可能な社会を目指した消費生活の推進 [拡]エンカー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 消費者教育の推進 | 4 消費者教育の推進及び情報発信 [拡]成年年齢引下げへの対応 [新]デジタルを活用した情報発信 |
| | 5 国・他の自治体、学校や消費者団体等との連携・協働 | 5 連携・協働の推進 [新]警察との連携・協働 |
| | 数値目標の設定〔評価指標〕 | 数値目標の設定〔評価指標〕 |

改定スケジュール

令和4年 8月 第1回消費生活審議会（改定の方向性、骨子案）

9月 県議会環境福祉委員会報告（骨子案）

11月 第2回消費生活審議会（素案審議）

12月 県議会環境福祉委員会報告（素案）、パブリック・コメント

令和5年 2月 第3回消費生活審議会（最終案審議）

3月 県議会環境福祉委員会報告（最終案）、計画公表・配布

第1章 計画改定の背景と趣旨

1 計画策定の経緯

現行計画の期間満了（令和5年3月）や県の新たな総合計画の策定、国における消費者行政や社会経済情勢の変化等を踏まえ改定

2 計画の位置づけ

消費生活条例及び消費者教育推進法に基づく、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

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

4 社会経済情勢の変化

- ・コロナ禍の影響による消費生活の変化
- ・民法改正による成年年齢引下げ
- ・消費者の多様な消費行動や意識の変化等
- ・高齢者等の消費者被害

5 計画改定の視点

- ・コロナ後を見据えた対応
- ・若年層の消費者被害防止
- ・持続可能な社会を目指した消費生活の推進
- ・高齢者等の消費者被害防止

6 国や県の動き、相談状況

○国の動き

第4期消費者基本計画の策定、関係法令の改正等

○県の動き

第3次基本計画の期間中における主な取組等

○市町の動き

- ・消費生活センターの全市設置、相談員の全市町配置
- ・消費者安全確保地域協議会の設置（11市設置）

○県消費生活センターの役割と相談状況

相談件数と内容の分析等

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

| 現状 | 課題 |
|---|---|
| ・コロナ禍の影響による消費生活の変化 | ・コロナ後を見据えた対応 |
| ・相談体制は一定程度整備 ・相談内容は日々複雑・多様化 | ・消費生活相談窓口の充実、認知度向上 |
| ・多様な消費行動や意識の変化 ・国による倫理的消費の推進 | ・持続可能な社会を目指した消費生活の推進 |
| ・民法改正による成年年齢引下げ ・消費者の特性に応じた学習教材の提供・啓発講座の実施 | ・若年層への消費者教育の推進 ・デジタルを活用した消費者教育及び情報発信 |
| ・消費者を取り巻く環境の変化への対応 ・特殊詐欺等の高齢消費者被害の増加 | ・学校や関係団体と連携した消費者への普及啓発 ・高齢者等の消費者被害の未然防止・見守り活動の強化 |

第3章 施策の展開

【目的】

県民の消費生活の安定及び向上を図ること

【基本理念】

「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」

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
- (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

新(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止するための情報発信

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
- (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

- (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

拡(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

○消費者団体や事業者等と連携しエシカル消費の普及啓発を推進

新<消費に係るSDGsの取組>

○庁内関係部局と連携し食品ロスやCO2削減、地産地消の取組等を推進

- (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

- (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

拡(4) 成年年齢引下げへの対応

○若年層へのSNS等を活用した消費者教育を推進するとともに学校と連携した取組を強化

(5) 消費者の自立の支援を担う人材の育成

新(6) デジタルを活用した情報発信

○インターネットやSNS等を活用した情報発信

5 連携・協働の推進

(1) 国・他の自治体との連携・協働

新(2) 警察との連携・協働

○消費者被害防止の普及啓発キャンペーン等を実施

(3) 学校との連携・協働

○教職員への消費者教育の研修を実施

(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等を実施

〔評価指標〕

1 消費者安全確保地域協議会の設置市町数

【11市（R3）→ 全19市町（R8）】

施策1

2 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%（R3）→ 70%（R8）】

施策2

新3 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（R3）→ 230事業所（R8）】

施策3

4 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%（R3）→ 100%（R8）】

施策4

5 188見守りサポーターへの参加事業者数

【209事業者（R3）→ 250事業者（R8）】

施策5

第4章 計画の推進

1 推進体制

国や他の都道府県、市町、関係団体及び庁内関係部局や警察及び教育委員会等との緊密な連携により計画を推進

2 進行管理

消費者施策の評価・検証を毎年度行い、社会経済情勢の変化等に応じて見直しを実施

山口県消費者基本計画

第 4 次改定版

(骨子案)

2022 (令和 4) 年 8 月

山 口 県

【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 | 2 |
| 第 2 章 消費者を取り巻く現状と課題 | 6 |
| 第 3 章 施策の展開 | 7 |
| 1 消費生活における安心・安全の確保 | 8 |
| (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 | 9 |
| (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 | 10 |
| (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 | 11 |
| (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 12

- (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 | | 13 |
| 2 | 進行管理 | | 13 |

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「消費生活の安定と向上に関する条例」（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（倫理的消費）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、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」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。

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促進等を推進しています。
- ・ 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、特定商取引法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。

【地方消費者行政強化作戦】

- 〈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、裁判外紛争解決機関（ADR）や弁護士会等の紹介を実施 |

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」の利用や消費者リーダーの活用、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 | ・W e b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」の活動支援や「学生消費者リーダー」の育成 |

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指導や行政処分を実施 |
| 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。
- ・ 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ています。
- ・ 高齢者等を見守る体制づくりとして、消費者安全法に基づく地域見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）が県内11市に設置されています。

(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

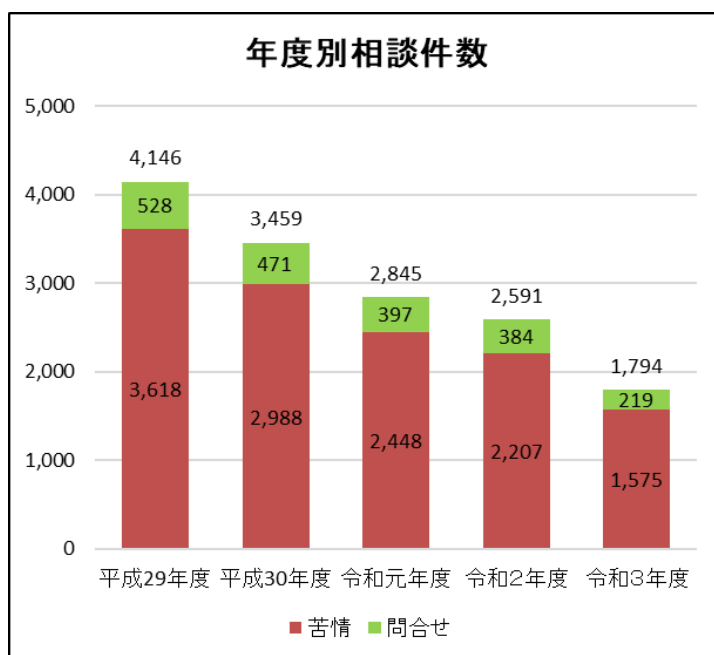
ア 役割

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。

消費者からの消費生活に関する問い合わせや、トラブルの苦情を受け付け、その解決に向けて助言するほか、様々な消費生活に関する情報を提供しています。

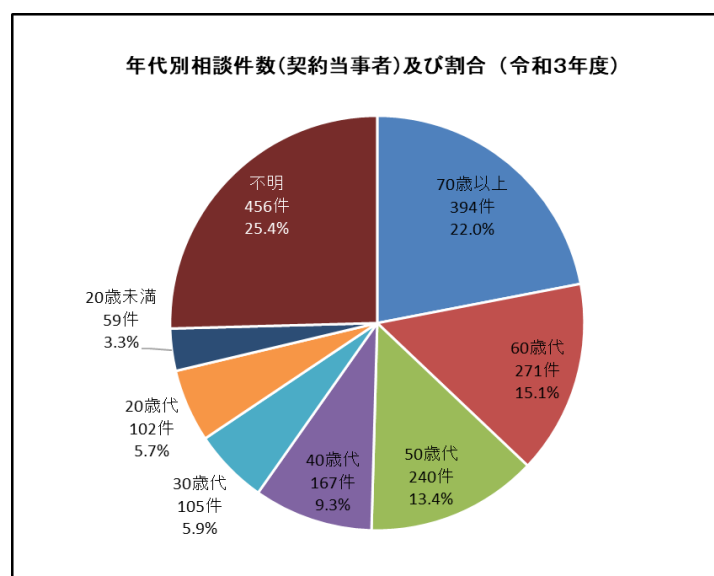
イ 相談件数と内容

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。



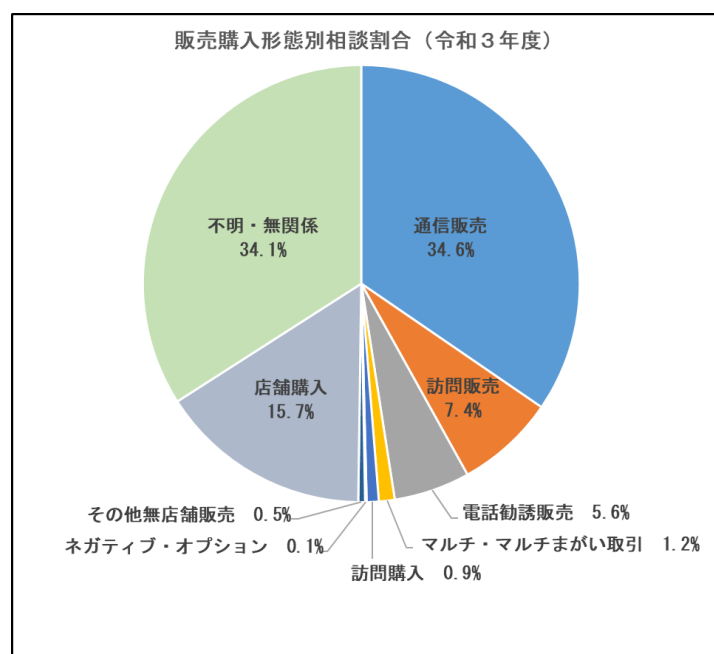
ウ 契約当事者の年代別の相談状況

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。



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。

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、電子商取引等の浸透など、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」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、持続可能な消費（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、5つの柱と22項目の施策を推進します。

【 目的 】

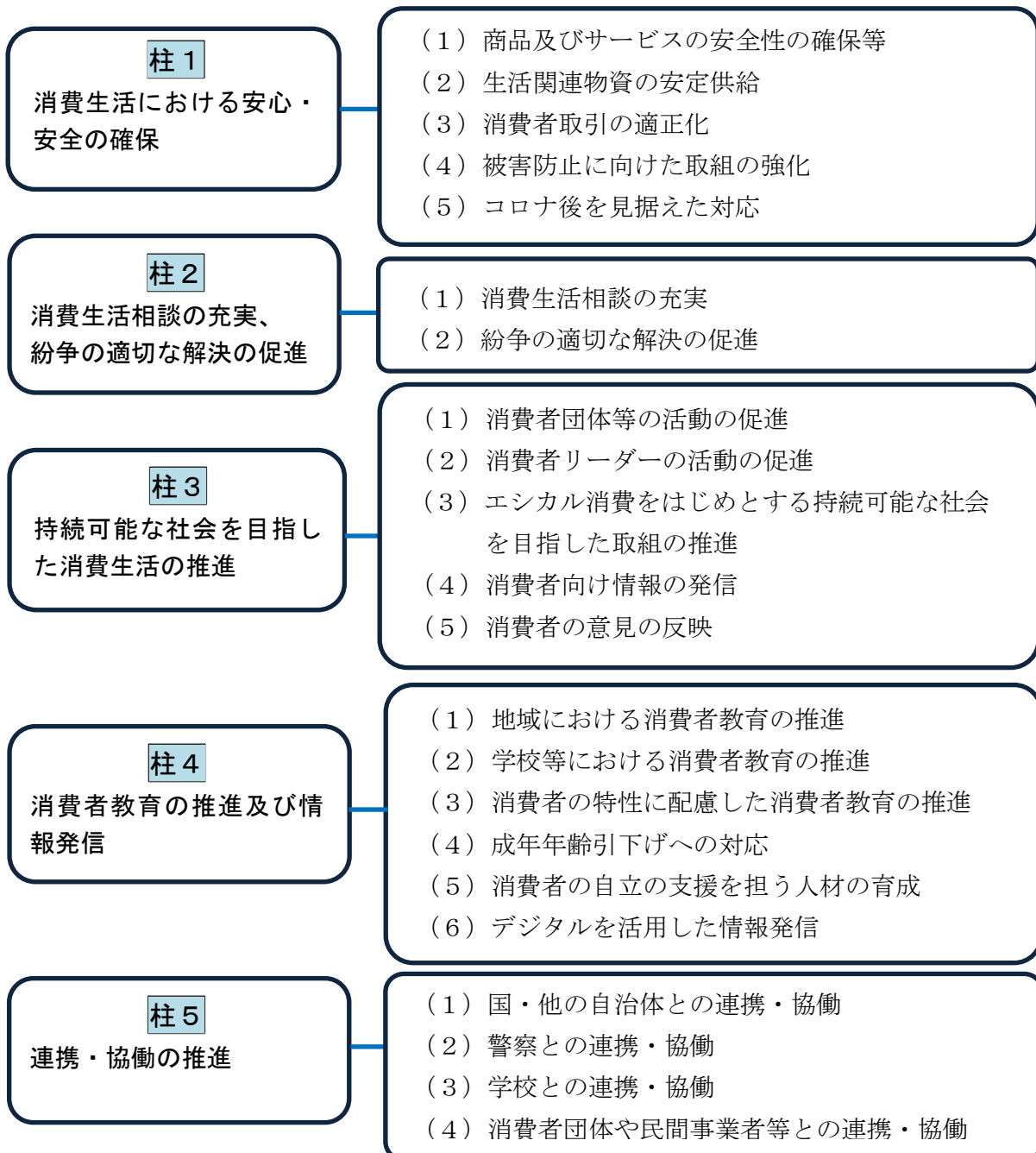
消費生活条例の目的（第1条）である「県民の消費生活の安定及び向上を図ること」を目的とします。

【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

消費者庁や国民生活センター等と連携し、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及びサービスについては、速やかに情報の収集や調査を行い、消費者に情報提供します。

イ 消費者の信頼の確保

事業者に対し、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制定、消費者からの苦情を処理する「お客様相談窓口」の整備を要請します。

(2) 生活関連物資の安定供給

生活関連物資の価格調査を行い、その結果をホームページにより情報提供します。

(3) 消費者取引の適正化

ア 不当な取引方法の禁止

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、特定商取引法に基づいた行政処分を行います。

イ 表示の適正化

事業者に対して、適正な表示をするよう、関係法令に基づき指導等を行います。

(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）による情報等を活用するほか、「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ます。

消費者被害が認識されにくい状況にある高齢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」等と連携して消費者被害の未然防止に努めます。

(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。

【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 | 19市町中11市 《2021(令和3)年度末》 | 全19市町 《2026(令和8)年度末》 |

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

研修に参加できる機会を確保するとともに、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研修の実施により、市町消費生活相談員の相談対応力の向上を図ります。

(2) 紛争の適切な解決の促進

法律的・専門的な判断が必要な場合は、山口県弁護士会、山口県司法書士会、法テラス等の関係機関等を活用した解決方法を紹介し、適切かつ迅速な解決に努めます。

【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》 |

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

消費生活協同組合等の健全な運営が図られるよう、法に基づく検査や指導等を行います。

(2) 消費者リーダーの活動の促進

地域で消費者活動に関する啓発講座を行う「消費者リーダー」の活動を促進します。

(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、消費に係るSDGsの取組として、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。

(4) 消費者向け情報の発信

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。

(5) 消費者の意見の反映

山口県消費生活審議会の審議や消費者団体との情報交換、各種調査結果等を消費生活に関する施策に反映するよう努めます。

【評価指標③】

「持続可能な社会を目指した消費生活の促進」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》 |

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

県庁内に設置している体験学習型消費者教育施設「まなべる」を消費者教育の拠点施設として活用していきます。

(2) 学校等における消費者教育の推進

国や県が作成した消費者教育教材を活用した授業や、県消費生活センター職員による出前講座により、学校等における消費者教育を支援します。

また、保護者に対しては、子どもが陥りやすい消費者トラブルについて注意喚起をするための啓発講座を行います。

(3) 消費者の特性に配慮した消費者教育の推進

幼児期から高齢期まで、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。

(4) 成年年齢引下げへの対応

学校や事業所等と連携し、若年層に対して、SNSなどのデジタルを活用した被害防止のための啓発を行います。

また、「やまぐち・くらしの安心ネット」等により身近でタイムリーな消費生活情報を提供するなど、学校や事業者等と連携した消費者教育を推進します。

(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、「学生消費者リーダー」などに消費者教育を行い、人材の育成に努めます。

(6) デジタルを活用した情報発信

テレビやラジオ、広報誌やインターネット、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。

【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」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》 |

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

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、市町と県が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。

(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。

(3) 学校との連携・協働

教育委員会や学校と連携し、教職員への消費者教育の研修の実施や、情報提供を行います。

(4) 消費者団体や民間事業者等との連携・協働

消費者団体や、民間事業者と連携した見守り活動等により、高齢者等の消費者被害の未然防止に努めます。

また、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の推進に取り組みます。

【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、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》 |

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、関係団体及び庁内関係部局や警察及び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。

「第3次山口県消費者基本計画」における評価指標等について

評価指標及び進捗状況

| 基本方針 (計画5本柱) | 評価指標 | 現状値 (H29) | 目標値 (R4) | 実績値 (R3) | 見込み |
|----------------------------|--|--------------|-------------|---------------|-----|
| I 消費生活における安心・安全の確保 | 消費者安全確保地域協議会の設置市数 | 3市 | 13市 | 11市 | 未達成 |
| II 消費生活相談の充実、紛争の適切な解決の促進 | 県・市町消費生活相談員の研修参加率 | 100% | 100% | 100% | 達成 |
| III 消費者の自立に向けた支援 | 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) | 47.7% | 70% | 65.2% | 未達成 |
| IV 消費者教育の推進 | 高等学校・大学等「やまぐち・くらしの安心ネット」の活用率 | 0% | 100% | 92.2% | 未達成 |
| V 国・他の自治体、学校や消費者団体等との連携・協働 | 188 (いやや) 見守りサポーターへの参加事業者数 | 0事業者 | 150事業者 | 209事業者 | 達成 |