

山口県消費者基本計画

第 5 次改定版

(骨子案)

2026（令和 8）年 8 月

山 口 県

目 次

頁

第1章 計画改定に当たって

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

第2章 計画改定の背景

1 社会経済情勢の変化	2
2 国の動き	2
3 計画改定に向けた現状と課題	3

第3章 施策の基本的な考え方

1 計画の目的	7
2 基本理念	7
3 計画改定の視点	7

第4章 具体的施策

1 消費生活における安心・安全の確保	8
2 消費生活の充実、紛争の適切な解決の促進	8
3 全ての世代における消費者力の向上	8
4 持続可能な社会の実現に向けた消費行動の促進	8
5 連携・協働の推進	8

第5章 計画の推進

1 推進体制	10
2 進行管理	10

第1章 計画改定に当たって

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）年に第3次改定を、2023（令和5）年には第4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。
- 今回の第5次改定版は、デジタル化の進展によるインターネット取引の拡大や高齢化の進行等の社会経済情勢の変化を踏まえた国の第5期消費者基本計画の内容を反映するとともに、本県におけるこれまでの取組状況や課題を踏まえ、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

2026（令和8）年度から2030（令和12）年度までの5年間とします。

第2章 計画改定の背景

1 社会経済情勢の変化

- デジタル化の進展に伴い、時間や場所が制約されないインターネット取引の普及や決済サービスの多様化が進み、消費者の利便性や生活の質の向上に大きく寄与する一方で、インターネット通販やSNS関係の相談件数が増加傾向にあり、年齢や経済状況等に関わりなく、消費者トラブルに遭う可能性が高まっています。
- 高齢化の進展に伴い、身体機能や認知機能の低下など、消費生活に配慮を要する消費者の拡大が懸念され、全ての消費者が、年齢や配慮を要する程度等に関わりなく、安心・安全な消費行動をとることができるための支援の在り方が課題となっています。
- 地域コミュニティの衰退等により地域のつながりが希薄となる中で、消費者がトラブルに巻き込まれた場合には、相談ができずに一人で抱え込んでしまい、消費者トラブルの更なる増加や深刻化を招くことが懸念されます。
- 消費者からの従業員等に対する暴行、脅迫、ひどい暴言、不当な要求等の著しい迷惑行為（カスタマーハラスメント）が社会的問題となっています。カスタマーハラスメントは、従業員等に精神的な苦痛を与えるだけでなく、時間や金銭等多大な損害を招くものであり、消費者の権利とともに責任についても理解を深め、正当な意見を適切な方法で伝えることが必要です。
- こうした社会経済情勢の変化に伴い、消費者を取り巻く環境が大きく変化していることから、消費者トラブルの複雑化・多様化への対応や、消費者被害の未然防止・拡大防止に向けた取組が求められています。

2 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。
- 2023（令和5）年7月には、社会全体での急速なデジタル化の進展や消費生活相談の現場における新たな課題を踏まえ、消費生活相談のDX化等について目指す将来像等を示した「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン2023」が策定されました。現在、PIONETの抜本的な刷新が進められており、デジタル化に対応した相談体制の構築が進められています。
- 2025（令和7）年3月には、第5期消費者基本計画を策定し、「消費者が信頼できる取引環境」、「『消費者力』の実践」及び「誰一人取り残されることのない社会の構築」により、安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現等を目指し、消費者施策を強力に実施することとしています。

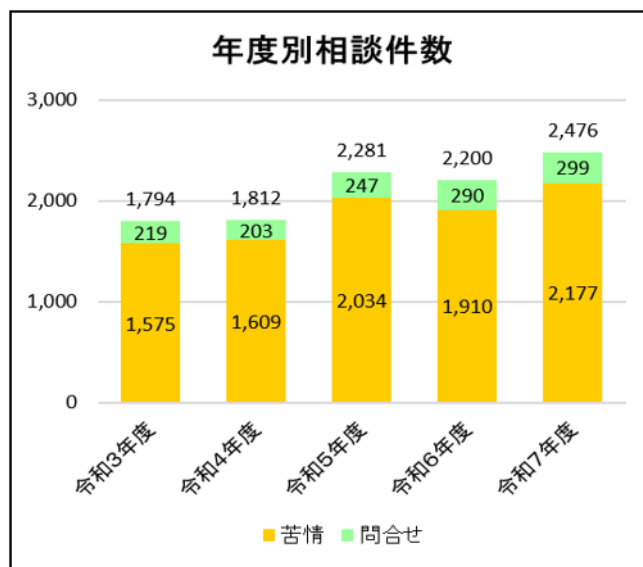
- また、特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）や消費者契約法の改正などの関係法令の整備を行っています。
- こうした国の施策の方向性を踏まえ、本県においても、デジタル社会への対応や、全ての世代における消費者力の向上に向けた取組を推進していく必要があります。

3 計画改定に向けた現状と課題

（１）県消費生活センターに寄せられた相談状況について

ア 相談件数

- 令和7年4月から令和8年3月までに、県消費生活センターが受け付けた相談の件数は2,476件で、前年度件数(2,200件)に比べ276件増加し、前年度の約112.5%となりました。



[資料：2025（令和7）年度消費生活相談状況より]

イ 契約当事者の年代別の相談状況

- 令和7年度に県消費生活センターで受け付けた相談件数が、成年年齢の引下げがあった令和4年度と比較して全ての年齢層で相談件数が増加しています。
- 特に未成年者の増加率が2.7倍と高く、高齢者は依然として相談が多い状況です。
- このことから、若年層から高齢者まで、あらゆる世代を対象とした消費者被害の防止に向けた取組を進めるとともに、ライフステージに応じた消費者教育や情報発信の強化を図る必要があります。

区 分	18 歳未満	18・19 歳	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳以上	不明
R4 年度	12	13	114	84	178	256	297	396	462
R7 年度	32	20	147	147	206	318	360	639	607
増減率	2.7	1.5	1.3	1.8	1.2	1.2	1.2	1.6	1.3

[資料：2022（令和4）年度、2025（令和7）年度消費生活相談状況より]

ウ 未成年者の相談状況

- 令和7年度の、契約当事者が18歳未満の未成年者となっているトラブルの相談は32件で、販売購入形態別にみると、「通信販売」が26件で最も多く、商品別分類別では「教養・娯楽サービス」が17件で最も多くなっています。
- 相談内容では、オンラインゲームへの高額課金に関する相談やインターネット通販での定期購入等がありました。
- 令和4年度と比較すると、令和7年度は「通信販売」に関する相談が大幅に増加していることから、学校における消費者教育に加え、家庭においても、インターネットの利用や課金等について、保護者が適切に助言するとともに、子どもの利用状況を見守ることが重要です。

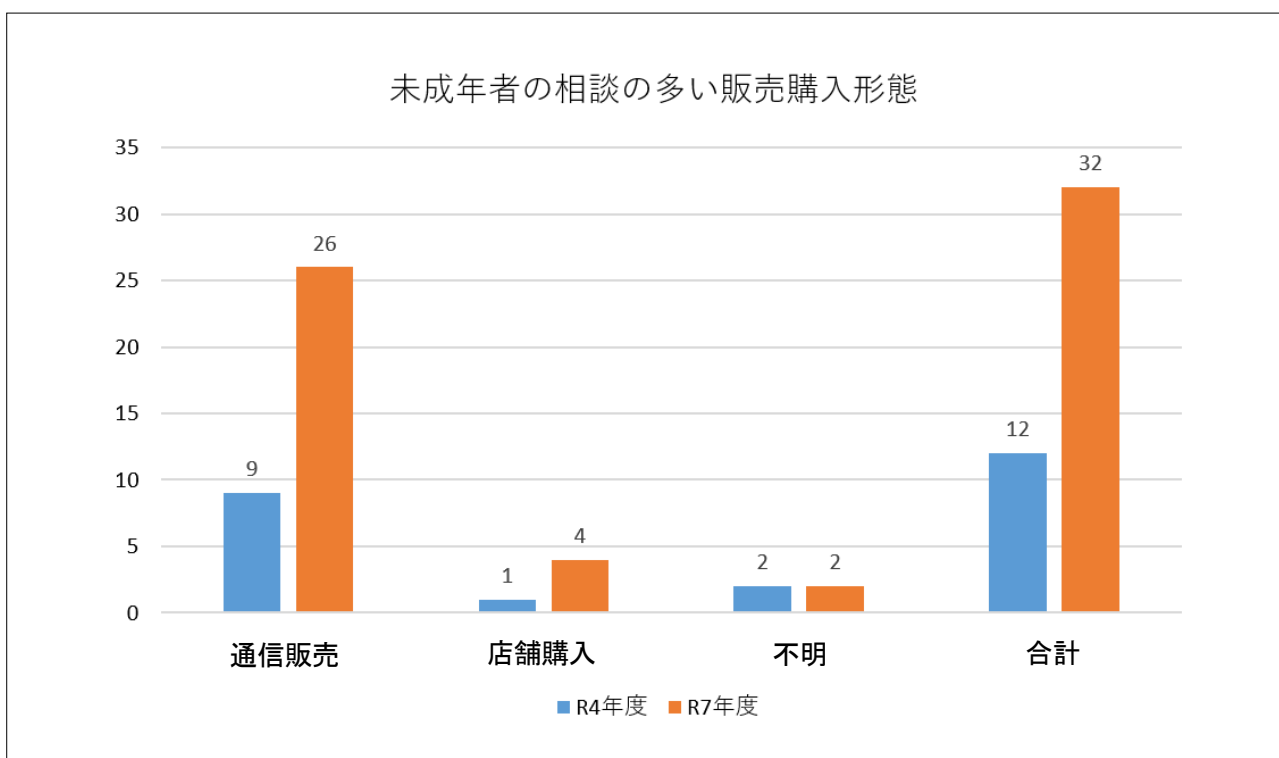
未成年者の相談の多い販売購入形態

	販売購入形態	18歳未満	全年齢	割合
1	通信販売	26	839	3.1%
2	店舗購入	4	366	1.1%
3	不明	2	817	0.2%
	その他	0	454	0.0%
	総件数	32	2,476	1.3%

未成年者の相談の多い商品別分類（上位5位）

	品目	18歳未満	全年齢	割合
1	教養・娯楽サービス	17	170	10.0%
2	被服品	4	126	3.2%
3	教養娯楽品	3	141	2.1%
4	保健・福祉サービス	3	117	2.6%
5	食料品	2	200	1.0%
	その他	3	1,722	—
	総件数	32	2,476	1.3%

[資料：2025（令和7）年度消費生活相談状況より]



[資料：2022（令和4）年度、2025（令和7）年度消費生活相談状況より]

エ 高齢者の相談状況

- 令和7年度の契約当事者が65歳以上の高齢者であるトラブルの相談は832件で、販売購入形態別にみると、「通信販売」が274件で最も多く、次いで、「店舗購入」、「電話勧誘販売」、「訪問販売」の順となっています。また、商品別分類別では、「運輸・通信サービス」が121件と最も多くなっています。
- 令和4年度と比較すると、令和7年度は「通信販売」や「電話勧誘販売」に関する相談が増加しています。高齢者の相談件数が依然として多いことから、様々な関係機関と連携した見守りに加え、デジタル技術の浸透に伴う新たな消費者トラブルへの対応が必要です。

高齢者の相談の多い販売購入形態

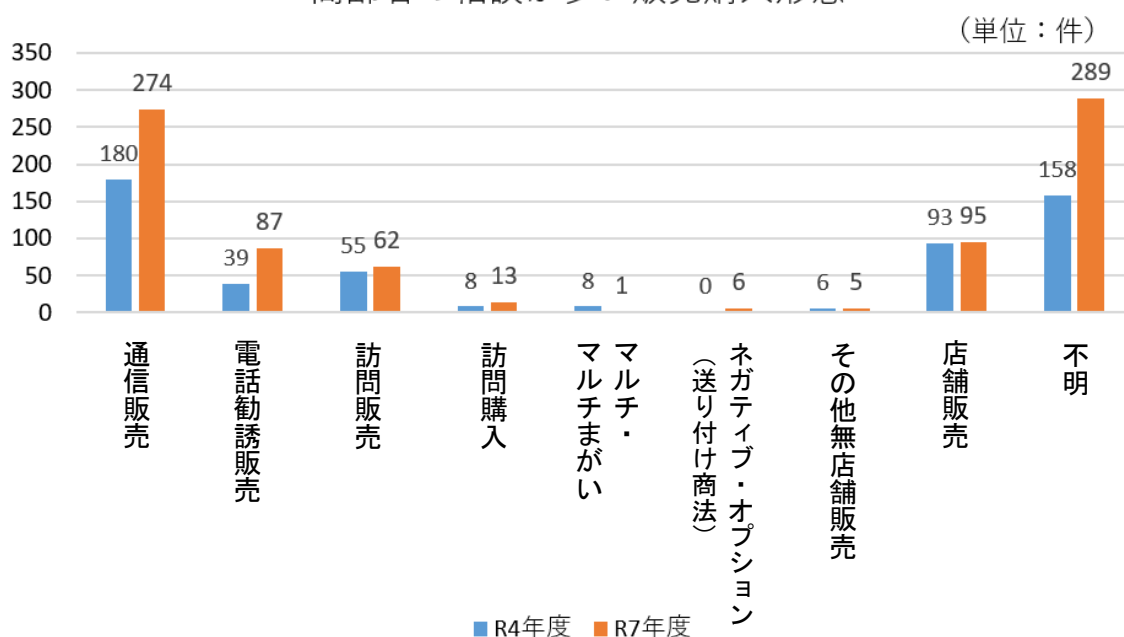
	販売購入形態	65歳以上	全年齢	割合
1	通信販売	274	839	32.7%
2	店舗購入	95	366	26.0%
3	電話勧誘販売	87	243	35.8%
4	訪問販売	62	152	40.8%
5	訪問購入	13	26	50.0%
6	ネガティブ・オプション	6	12	50.0%
7	その他無店舗販売	5	12	41.7%
8	マルチ・マルチまがい取引	1	9	11.1%
	不明・無関係	289	817	35.4%
	総件数	832	2,476	33.6%

高齢者の相談の多い商品別分類（上位10位）

	品目	65歳以上	全年齢	割合
1	運輸・通信サービス	121	263	46.0%
2	保健衛生品	107	223	48.0%
3	商品一般	103	258	39.9%
4	食料品	88	200	44.0%
5	金融・保険サービス	58	178	32.6%
6	住居品	45	111	40.5%
7	教養娯楽品	43	141	30.5%
8	被服品	37	126	29.4%
9	教養・娯楽サービス	36	170	21.2%
10	他の役務	36	134	26.9%
	その他	158	672	—
	総件数	832	2,476	33.6%

[資料：2025（令和7）年度消費生活相談状況より]

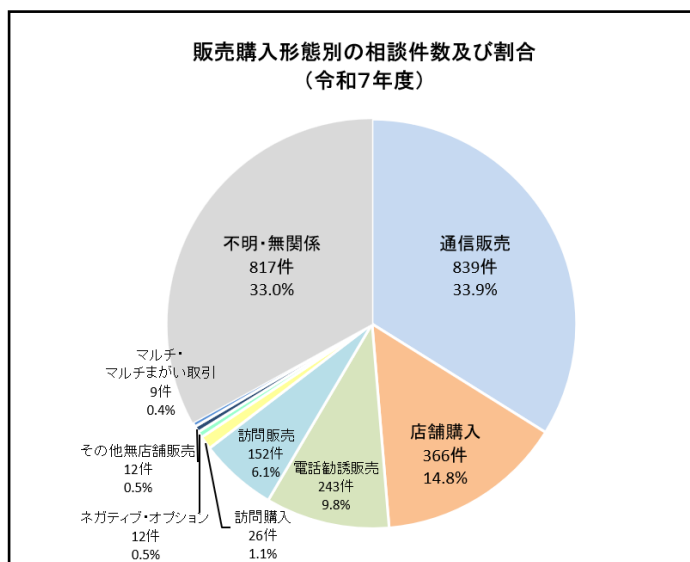
高齢者の相談が多い販売購入形態



[資料：2022（令和4）年度、2025（令和7）年度消費生活相談状況より]

オ 販売購入形態別の相談状況

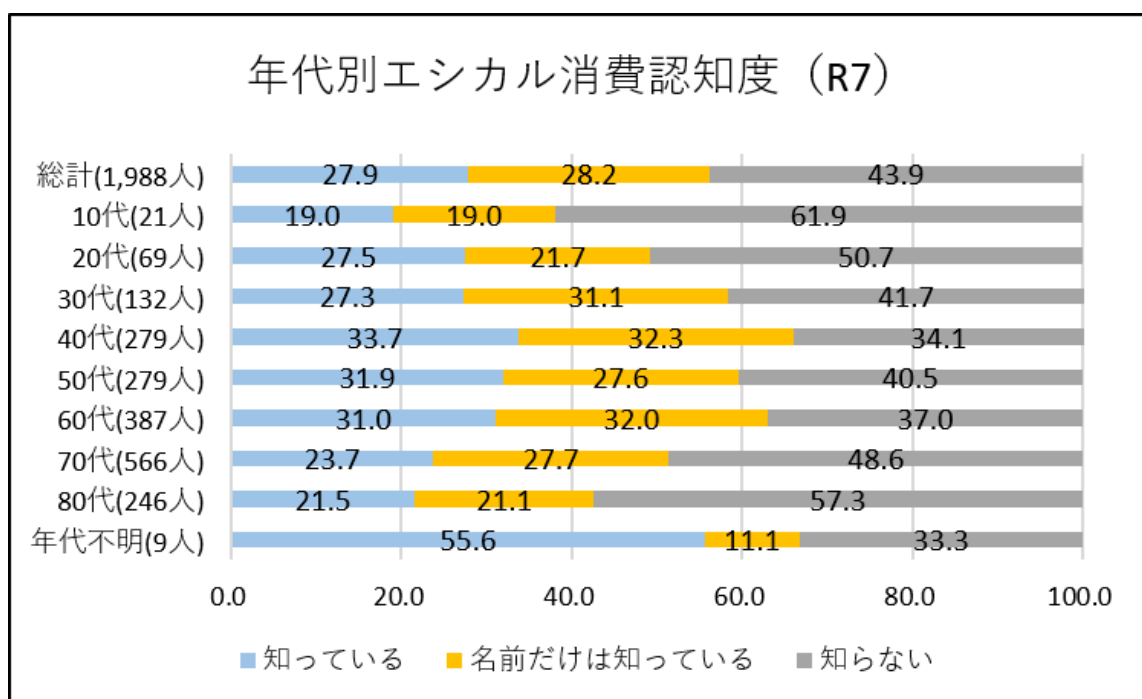
- 通信販売が最も多く、電話勧誘販売、訪問販売など合わせた店舗外販売の割合は 49.8% となっており、店舗購入の 14.8% と比較して高くなっています。
- このことから、店舗を介さない取引が消費生活の中で大きな割合を占めており、インターネット取引等に関する知識の習得等、被害防止に向けた取組の充実が必要です。



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。

(2) エシカル消費の認知度及び実践状況について

- 本県におけるエシカル消費の認知度は若年層（特に10代）で低く、また、実践率についてもマイバッグの持参以外は低水準となっています。
- このため、若年層を中心に、消費行動が社会や環境に与える影響について理解を深め、日常生活において実践・定着につなげていく取組が必要です。



[資料：2025（令和7）年度消費者の意識と行動についてのアンケート結果より]

■エシカル消費につながる行動の実践状況

マイバッグ持参：89.9% 地産地消：47.4%
エコマーク付き商品購入：13.9%

[資料：2025（令和7）年度消費者の意識と行動についてのアンケート結果より]

第3章 施策の基本的な考え方

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、具体的な施策を展開していきます。

1 計画の目的

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。

2 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。

3 計画改定の視点

消費生活におけるデジタル技術の浸透や高齢化の進展、地域コミュニティの衰退などにより、消費者を取り巻く環境は大きく変化しています。こうした中、消費者トラブルの複雑化・多様化への対応とともに、全ての県民が安心して消費生活を営むことができる環境づくりが求められています。このため、次期計画では、これまでの取組を継承しつつ、デジタル社会への対応、あらゆる世代の消費者力の向上、消費者の権利と責任の理解促進、エシカル消費の実践・定着を新たな視点として施策を推進します。

現状と課題	取組の方向性
○デジタル技術の浸透により、インターネット通販やSNS関係の相談が増加 ○デジタル時代に即した情報発信や消費生活相談・消費者教育の機能強化が必要	➤デジタル化の進展への対応 ・SNSを活用した情報発信の強化 ・消費者教育の充実 ・新P I O - N E Tを活用した相談対応機能の強化
○若年層から高齢者まで、あらゆる世代に対する被害防止対策が必要	➤全ての世代における「消費者力」の向上 ・学校・家庭と連携した若年層への学習機会の充実 ・高齢者への見守り体制の強化
○カスタマーハラスメントによる損害が多く発生しており、消費者へ意見表明の方法等を伝えていくことが必要	➤カスタマーハラスメント対策など、消費者の権利と責任についての理解促進
○エシカル消費の認知度が若年層で低く、また、消費者による実践も低水準	➤エシカル消費の実践・定着 ・若年層を対象とした啓発の強化 ・事業者への参加意欲の喚起

第4章 具体的施策

柱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** 新P I O-N E Tを活用した注意喚起
 - ・**拡** 市町における関係部局等と連携した見守り体制の構築・充実

柱2 消費生活相談の充実、紛争の適切な解決の促進

- (1) 消費生活相談体制の充実
 - ・**新** 新P I O-N E Tを活用した相談対応機能の強化
- (2) 紛争の適切な解決の促進

柱3 全ての世代における消費者力の向上

- (1) 地域における消費者教育
- (2) **拡** 学校や家庭における消費者教育
 - ・**新** デジタル教材等を活用した効果的な学習機会の提供
 - ・**新** 保護者への啓発・学習機会の提供
- (3) ライフステージに応じた消費者教育
- (4) **新** 消費者の権利と責任の理解の促進（カスハラ対策を含む）
- (5) 消費者の自立の支援を担う人材の育成
- (6) **新** デジタル社会における消費者力の向上
 - ・デジタル社会に対応した消費者教育の推進
 - ・デジタル取引等に関する知識の普及とトラブル防止
 - ・新P I O-N E Tを活用した消費者への情報提供の充実

柱4 持続可能な社会の実現に向けた消費行動の促進

- (1) 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
 - ・**新** 若年層を対象とした体験型の取組の推進
 - ・**新** SNS等による普及啓発の強化
 - ・**拡** 事業者の参画意欲の喚起
- (2) 消費者団体の活動の促進
- (3) 消費者向け情報の発信
- (4) 消費者の意見の反映

柱5 連携・協働の推進

- (1) 国・他の自治体との連携・協働
- (2) 警察との連携・協働
- (3) **拡** 学校・家庭との連携・協働
 - ・**新** 保護者会・P T A活動等と連携した保護者への啓発の推進
- (4) 消費者団体や民間事業者等との連携・協働

(参考) 現行計画と各項目の比較

現行計画（第4次）	骨子案（第5次）
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 (5) コロナ後を見据えた対応	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
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	2 消費生活相談の充実、紛争の適切な解決の促進 (1) 消費生活相談体制の充実 (2) 紛争の適切な解決の促進
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 (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	3 <u>全ての世代における消費者力の向上</u> (1) 地域における消費者教育 (2) 学校や家庭における消費者教育 (3) <u>ライフステージに応じた消費者教育</u> (4) <u>消費者の権利と責任の理解の促進</u> <u>（カスハラ対策を含む）</u> (5) 消費者の自立の支援を担う人材の育成 (6) <u>デジタル社会における消費者力の向上</u>
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 (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 <u>持続可能な社会の実現に向けた消費行動の促進</u> (1) 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 (2) 消費者団体の活動の促進 (3) 消費者向け情報の発信 (4) 消費者の意見の反映
5 連携・協働の推進 (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・協働の推進 (4) 消費者団体や民間事業者等との連携・協働	5 連携・協働の推進 (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・家庭との連携・協働の推進 (4) 消費者団体や民間事業者等との連携・協働

第5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。