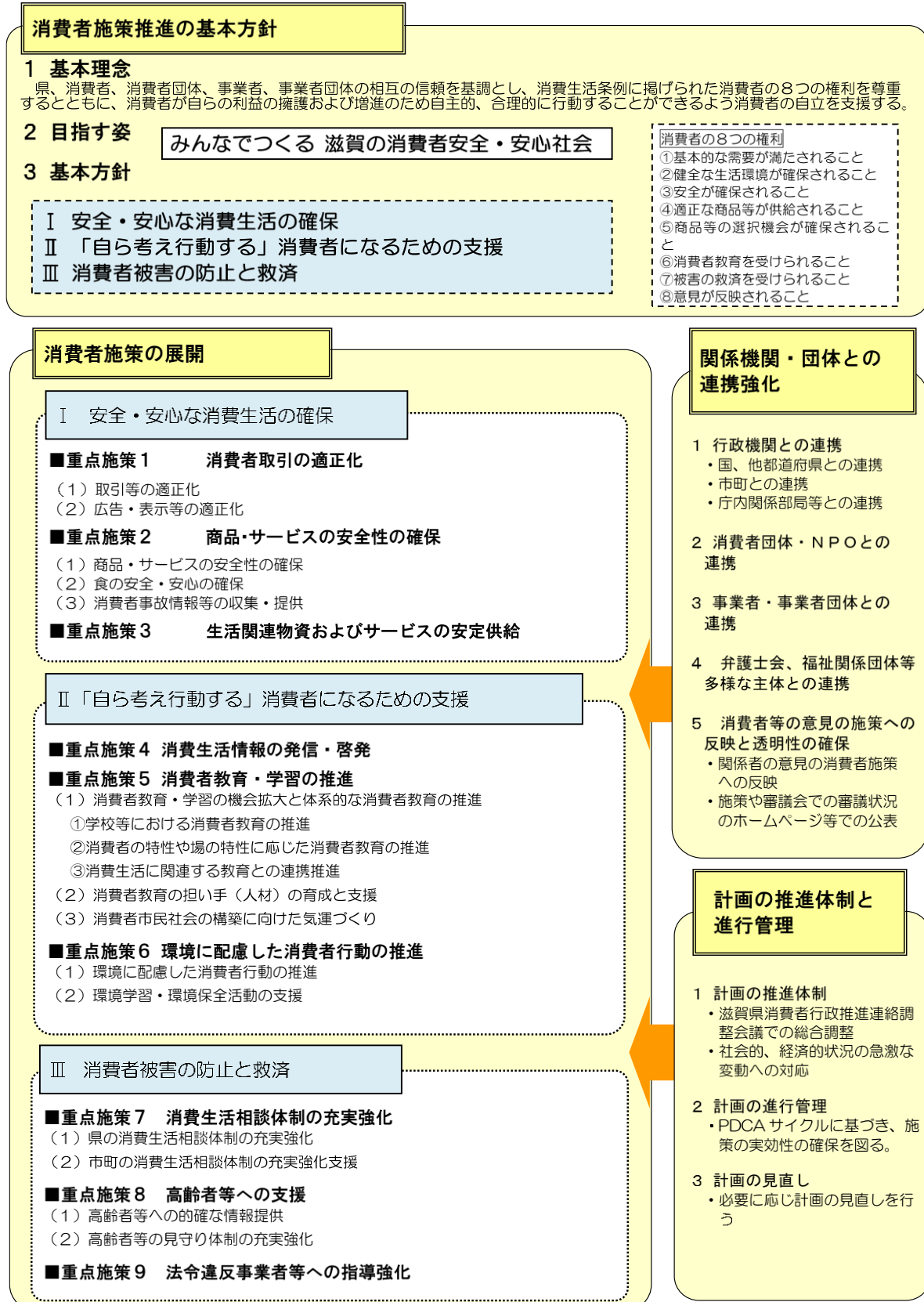


# 滋賀県消費者基本計画(第3次)の総括について

## I 滋賀県消費者基本計画(第3次)に基づく施策の実施状況と課題

### 【現行(第3次計画)体系図】



# 1 基本方針・重点施策別施策の実施状況および今後の課題

## 基本方針 I 安全・安心な消費生活の確保

### ■主な施策の実施状況(平成28年度～令和元年度)

※ 担当課名の記載のないものは、県民活動生活課・滋賀県消費生活センターで実施

※ 実施時期の記載のない件数等は、平成28年度～令和元年度の合計

### 重点施策1 消費者取引の適正化

#### ○特定商取引法に基づく事業者指導・処分

- 平成28年度に、家庭教師の派遣と学習教材の販売を行う事業者に対し、販売目的等不明示、法定書面の記載不備および違約金等の不当契約条項について違反認定し、指示処分を行い被害の拡大防止を図った。
- 平成30年度に、化粧品の連鎖販売事業者に対し、勧誘目的等不明示、法定書面の記載不備、債務履行の不当遅延、断定的判断の提供、迷惑勧誘および適合性原則違反について違反認定し、業務停止命令(3か月)を行い被害の拡大防止を図った。
- このほか、文書指導3件、口頭指導5件を行った。主な内容として、排水管清掃サービスの訪問販売事業者に対する、法定書面の記載不備および不実告知に関する違反への指導、ふとんのリフォームの訪問販売事業者に対する、勧誘目的等不明示、法定書面の記載不備、クーリング・オフ妨害に関する違反への指導を行い、被害の拡大防止を図った。

(件)

|                 | H28 | H29 | H30 | R元 | 計 |
|-----------------|-----|-----|-----|----|---|
| 行政処分(指示・業務停止命令) | 1   | 0   | 1   | 0  | 2 |
| 文書指導            | 0   | 2   | 1   | 0  | 3 |
| 口頭指導            | 3   | 1   | 1   | 0  | 5 |

- 指導とあわせて、事業者からの特商法に関する相談に対して助言等を行い、取引の適正化を図っている。

#### ○景品表示法に基づく事業者指導

- 広告や商品パッケージの表示について、優良誤認や有利誤認に該当するもの10件について事業者へ指導を行い、表示の適正化を図った。
- 優良誤認の主な内容として、交雑種の牛肉を黒毛和牛と表示していたもの、近江牛焼肉弁当に近江牛ではない国産牛が含まれていたもの、乾燥させた野菜について根拠のない栄養成分を表示していたものがあった。
- 有利誤認の主な内容として、チラシに提供実績のない通常価格を表示していたもの、ウェブサイトにて期間限定で先着順に特別価格でサービスを提供すると表示していたが、実際の期間や人数と異なっていたものがあった。

(件)

|      | H28 | H29 | H30 | R元 | 計  |
|------|-----|-----|-----|----|----|
| 口頭指導 | 1   | 1   | 2   | 6  | 10 |

- 指導とあわせて、事業者からの表示や景品に関する相談に対して助言等を行い、表示等の適正化を図っている。
- 県内の食品関係事業者を対象とした景品表示法および食品表示法の講座を開催し、適正な表示のルールを周知し、表示の適正化を図った。(H30・R元、2回113人参加)

【県民活動生活課・生活衛生課・農政課・食のブランド推進課】

○食品表示法に基づく事業者指導

- ・食品表示法に基づく適正な食品表示が行われるよう、事業者に対する調査・指導を35件行い、表示の適正化を図った。【農政課・食のブランド推進課】

(件)

|        | H28 | H29 | H30 | R元 | 計  |
|--------|-----|-----|-----|----|----|
| 調査指導件数 | 11  | 15  | 7   | 2  | 35 |

## 重点施策2 商品・サービスの安全性の確保

○消費生活用製品安全法に基づく特定製品の立入検査

- ・市の区域内にある店舗については法に基づき市が行い、町の区域内にある店舗については県が町に権限を委譲して立入検査を行い、法令違反に対する指導を行う経済産業省に報告している。

(箇所)

|                            |          | H28 | H29 | H30 | R元 | 計   |
|----------------------------|----------|-----|-----|-----|----|-----|
| 特定製品<br>(乳児用ベッド、圧力なべ等)     | 立入事業者数   | 46  | 44  | 37  | 26 | 153 |
|                            | うち違反事業者数 | 0   | 0   | 1   | 0  | 1   |
| 特定保守製品<br>(ガス瞬間湯沸器、石油給湯器等) | 立入事業者数   | 6   | 4   | 3   | 4  | 17  |
|                            | うち違反事業者数 | 0   | 0   | 0   | 0  | 0   |

○事業者を対象とした食中毒講習会の開催【生活衛生課】

|          | H28   | H29   | H30   | R元    | 計      |
|----------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 開催回数 (回) | 103   | 116   | 104   | 71    | 394    |
| 参加人数 (人) | 3,266 | 3,665 | 3,121 | 1,927 | 11,979 |

○消費者を対象とした食品衛生講習会等の開催【生活衛生課】

|          | H28   | H29   | H30   | R元    | 計     |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 開催回数 (回) | 48    | 52    | 63    | 52    | 215   |
| 参加人数 (人) | 1,754 | 1,734 | 1,805 | 1,418 | 6,711 |

○食品営業施設の監視指導【生活衛生課】

(箇所)

|         | H28    | H29    | H30    | R元     | 計      |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 監視指導施設数 | 12,522 | 11,712 | 11,674 | 10,679 | 46,587 |

○リコール情報・重大事故情報の収集・提供

- ・リコール情報、注意喚起情報および重大事故情報等を広く収集し、県民への周知を図った。消費者安全法に基づく消費者庁への重大事故情報通知 10件

## 重点施策3 生活関連物資およびサービスの安定供給

- ・新型コロナウイルス感染症に関して、生活関連物資の一時的な品薄はあったが、「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」に基づく物資の指定はなかったため、事業所への調査や立入検査を行う状況には至らなかった。

(参考)マスクの転売規制は、国民生活安定緊急措置法第26条第1項に基づく「譲渡制限措置」

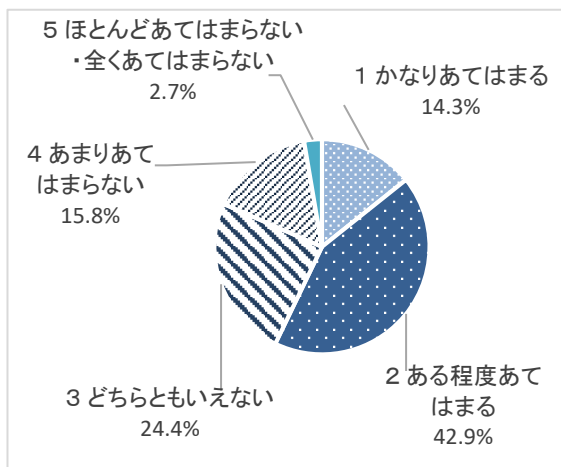
## ■現状と課題（基本方針Ⅰ）

- ◆ 特定商取引法および景品表示法に係る本県の指導対象となった事業者は、主に法令のルールを知らない中小企業や個人事業者である。特定商取引法については、事業者からの相談対応を行い、景品表示法については県内事業者向け講座を開催しているが、より多くの中小企業や個人事業者に対する適正なルールの周知が課題である。
- ◆ 県内の平成28年度～令和元年度の食中毒発生件数は40件であり、原因物質はカンピロバクターが多い。カンピロバクター食中毒は鶏肉の生食が原因とされる事件が多いため、鶏肉の生食リスクについて事業者と消費者に周知を行っているが、食中毒発生件数が減少しないため、引き続き啓発が必要である。【生活衛生課】

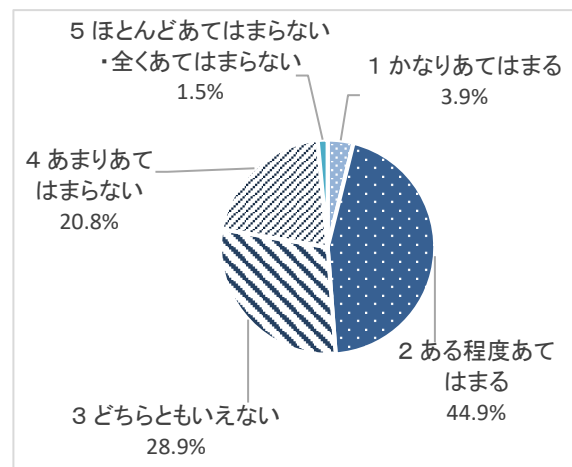
## ■参考資料

令和2年7月滋賀県県政モニターアンケート(消費生活に関わるアンケート 問1)

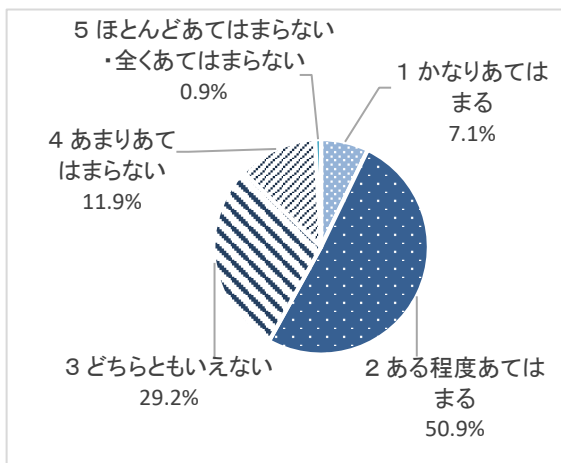
(1) 悪質・詐欺的な販売行為を心配せず、安全に商品・サービスを購入・利用できる



(2) 商品等の表示・広告の内容は信用できる



(3) 流通している食品は安全・安心である



# 基本方針Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

## ■主な施策の実施状況(平成28年度～令和元年度)

### 重点施策4 消費生活情報の発信・啓発

#### ○消費生活フェスタ開催(市町と連携して)

- 消費生活に関する催しを市町、警察、関係団体と共同で開催し、消費者ホットラインの啓発や悪質商法の対処方法を紹介するなど、消費者問題全般への意識向上および消費者被害の未然防止を図った。(年1回)

#### ○くらしのかわら版発行・しらがメールによる情報提供

- 消費生活に関する最新の情報を盛り込んだ消費生活センター広報紙「くらしのかわら版」を年4回発行し、各市町消費生活相談窓口・社会福祉協議会・警察署・ハローワーク等に配布した。
- 消費者被害防止のため、しらがメール、LINEやTwitterでタイムリーな情報提供を行うとともに、DVDの貸出しや啓発リーフレット等の配布を行った。

(回)

|                 | H28 | H29 | H30 | R元 | 計   |
|-----------------|-----|-----|-----|----|-----|
| しらがメールによる情報発信回数 | 46  | 54  | 51  | 52 | 203 |

#### ○滋賀プラスワン(令和元年7・8月号)による啓発

- 悪質事業者の手口や、トラブルに巻き込まれないための対処法を掲載し、幅広い世代に向けて消費生活情報を発信した。



#### ○<若者向け>コンビニエンスストアにおける消費者被害防止啓発

- 特殊詐欺被害防止および相談窓口の周知を目的として、県警と連携して啓発POPを作成し、電子マネー購入場所である県内のコンビニエンスストアに設置(H28～)





○＜特別支援学校向け＞出前講座等で使用する消費者被害防止のための冊子を作成  
(H30 5,000部)

○H30年6月の米原市竜巻被害発生時に、被災地で悪質商法に係る啓発活動を実施

- ・ 自然災害の被災地における悪質な点検商法等の被害未然防止のため、迅速に啓発チラシを作成・配付を行った。

○新型コロナウイルス感染拡大時、マスクの送りつけ商法や給付金を装った詐欺などの消費者被害防止のため啓発を実施(R元～)

- ・ 新型コロナウイルス感染症を口実にした特殊詐欺・悪質商法について、しらしがメール、県広報誌、県ホームページ、チラシ配付等により注意喚起を行い、被害の未然防止を図った。
- ・ 学校の休校等に伴うインターネットトラブルの増加を踏まえ、小中学生向けの動画教材を作成・配信し、トラブル防止を図った。

## 重点施策5 消費者教育・学習の推進

○子どものための消費者教育の推進

- ・ 幼児向けおよび小学校低学年向けの消費者教育教材を作成し、県内の保育所、幼稚園、放課後児童クラブ等に配布した。(H28、H29増刷)
- ・ 教材を活用した実践プログラム(出前講座)を3回実施した。(H28)
- ・ すぐろくを活用した出前講座を実施している。(H29～)

①幼児向け：紙芝居「はるのたからもの」 510部作成、100部増刷

＜H28配布先＞ 保育所:240か所、幼稚園:152か所、認定こども園:58か所 計450か所  
＜H29配付先＞ 県内図書館49か所、県内市町消費生活センター9部 他

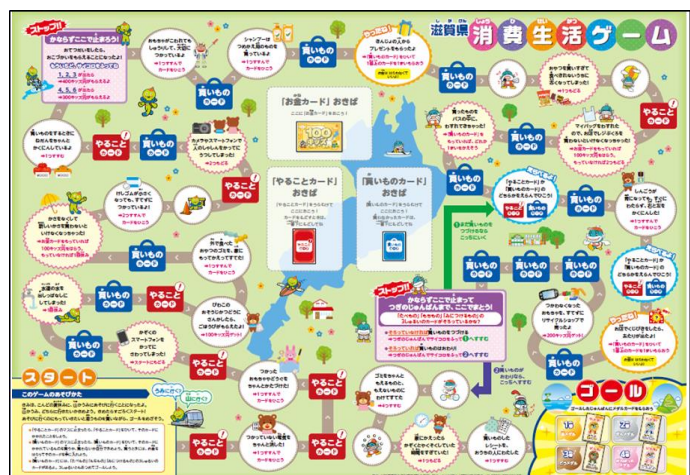
②小学校低学年向け：すぐろく「滋賀県消費生活ゲーム」 320部作成、100部増刷

＜H28配布先＞ 放課後児童クラブ:288か所  
＜H29配付先＞ 滋賀県金融広報アドバイザー30部、県内市町消費生活センター26部 他

紙芝居「はるのたからもの」



すぐろく「滋賀県消費生活ゲーム」



○消費者教育指導者支援事業の実施

- ・ 小学校および中学校において消費者教育の指導者(教員)を支援するため、家庭科の授業時間を活用して、消費者教育教材を用いたモデル授業・研修会を実施した。  
(H28 小学校1回・中学校1回)

○消費者教育支援事業の実施

- ・ 県教育委員会と連携し、小学5年生～中学3年生の授業で活用する消費者教育補助教材「ゆめ・ふれ愛成長確認シート」を作成・配付(89,500部)、学校の消費者教育を支援している。(H28～R元、県内全ての小学5年生に配布)  
(H30～R元、県内公立中学校に配布)
- ・ 教職員の消費者教育に関する研修への参加を支援している。(H30～R元)

ゆめ・ふれ愛成長確認シート



○消費者庁作成教材「社会への扉」を用いた高校生への消費者教育

- ・ 令和4年4月の成年年齢引下げを見据え、消費者庁作成教材「社会への扉」を用いた授業を平成30年度から順次スタートさせた。

社会への扉(消費者庁作成)



○若年者への消費者教育推進事業の実施

- ・ 令和4年4月に成年年齢が18歳に引き下げられることに伴い、令和元年度に高等学校教員、県教育委員会事務局職員、弁護士、金融広報アドバイザーおよび消費生活相談員との検討会を2回開催した。検討会の内容を踏まえ、教員向けのパンフレットを作成し、県内の高等学校や特別支援学校の教員に配付した。(R元 5,000部)

○高校生消費生活講演会の実施

- ・ 滋賀弁護士会との共催により、弁護士や消費生活相談員を高等学校、特別支援学校に派遣し、消費者トラブルに遭わないよう、トラブル事例や対処法について情報提供を行っている。

|          | H28 | H29 | H30   | R元    | 計     |
|----------|-----|-----|-------|-------|-------|
| 開催回数 (回) | 13  | 11  | 10    | 15    | 49    |
| 参加人数 (人) | 740 | 607 | 1,677 | 1,377 | 4,401 |

○くらしの一日講座(出前講座)の開催

- ・ 地域や団体等の研修会に消費生活相談員を派遣し、くらしに身近な問題について学習する機会を提供している。

|          | H28   | H29   | H30   | R元    | 計      |
|----------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 開催回数 (回) | 38    | 42    | 61    | 65    | 206    |
| 参加人数 (人) | 1,986 | 1,787 | 3,833 | 3,357 | 10,963 |

○滋賀県金融広報委員会と連携した出前講座・講演会の実施

- ・ 滋賀県金融広報委員会(事務局:県民活動生活課内)において、放課後児童クラブや老人会など地域の研修会に金融広報アドバイザーを派遣するほか、講演会を開催し、金融経済教育を行っている。

○エシカル消費の普及・啓発

- ・ 関係団体と連携し、キャンペーンやリーダー養成講座、セミナーを開催し、エシカル消費の普及・啓発を図った。

<H30> 親子向け講座の開催、「三方よしエコフェア」の開催

<R元> 連続講座(リーダー養成講座)の開催、普及啓発キャンペーンの実施

(エシカル行動の参加宣言数 14,820件)



**重点施策6 環境に配慮した消費者行動の推進**

○事業者・関係団体・行政が連携し、レジ袋削減・食品ロス削減の啓発を実施【循環社会推進課】

- ・ レジ袋削減協定参加: 40事業者(R元年度末時点)
- ・ 県内のスーパーマーケット等の店舗において、環境にやさしい買い物キャンペーンを実施し、買い物ごみ削減に関する普及啓発を行っている。

(箇所)

|             | H28 | H29 | H30 | R元  | 計   |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| キャンペーン参加店舗数 | 42  | 99  | 389 | 224 | 754 |

○体系的な環境学習推進支援事業の実施【環境政策課】

- ・ 幼児の自然体験型環境学習や小・中・高等学校におけるエコ・スクールの実践の支援、環境学習に係る教材作成等を行い、「第三次滋賀県環境学習推進計画」に基づき環境学習を体系的・総合的に推進している。



## ■現状と課題（基本方針Ⅱ）

- ◆ 消費生活相談のうち3分の1以上が高齢者からの相談であり、住宅の無料点検を装って不要な工事を勧誘するケース等、高齢者を狙ったトラブルが多くある。これまで関係団体に協力していただき、高齢者宅を訪問して直接啓発を行うなどしているが、高齢者をはじめとする情報が届きにくい方々に向けて、市町や関係団体等と連携した情報発信・啓発が課題である。
- ◆ 1回限りのお試しのつもりで注文したら複数回の購入だったという健康食品や化粧品の「定期購入」や、ファンド型投資商品や副業などのサービスに関する「モノなしマルチ商法」に関する相談が増加している。

定期購入に関する相談は、令和元年度は全ての年齢層で増加し508件となり、前年度から約2.6倍に増加し過去最高となった。特に若者(29歳以下)で増加が目立ち、SNSや動画投稿サイトのインターネット広告から誘引されて「お試し」のつもりで申し込み、トラブルに遭うケースが多くある。

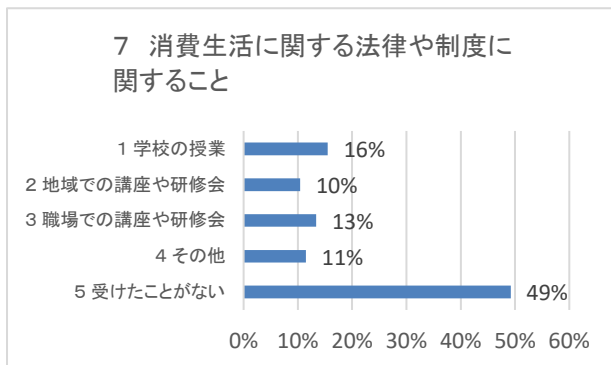
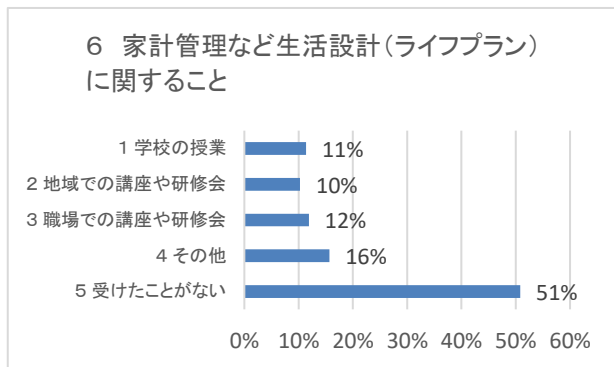
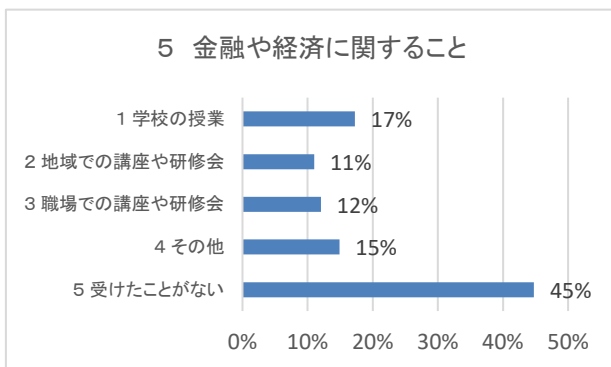
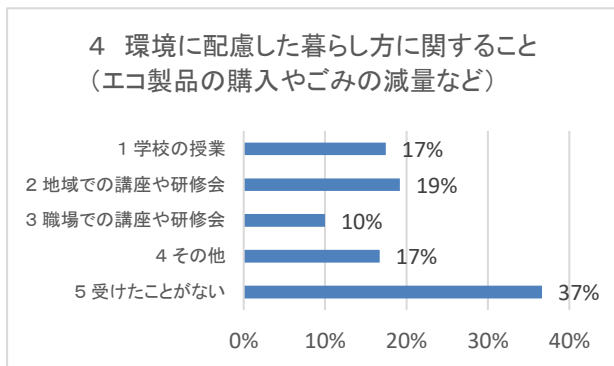
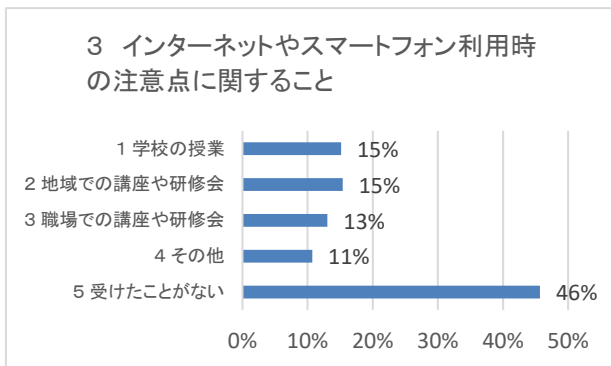
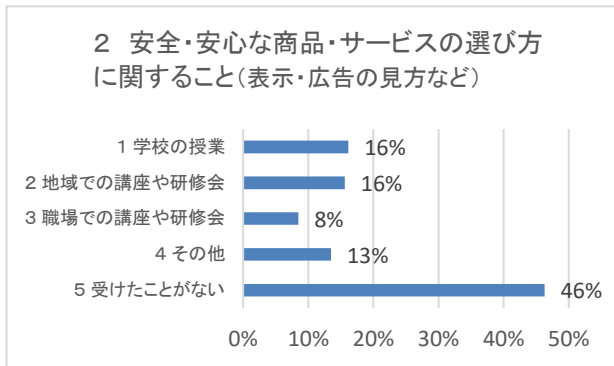
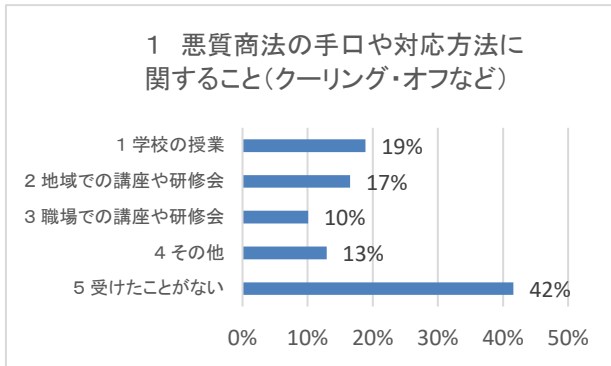
また、マルチ商法に関する相談は、令和元年度は前年度と比較して36.9%も増加し、特に近年は、いわゆる「モノなしマルチ商法」が若者を中心に増えており、トラブル未然防止のため情報発信・啓発がより一層必要である。
- ◆ 新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、マスク等の送り付けや、トイレトペーパー等の生活関連物資の一時的な品薄、外出自粛に伴う通信販売や旅行等の解約に関する相談の増加、特別定額給付金に関する不審なメールに関するものなど、消費生活相談が増加した。このため、災害時や感染症拡大時に、生活様式の変化や新たなトラブルに対応した啓発を行うことや、緊急時における消費者の冷静な消費行動を呼びかけることが必要である。
- ◆ 令和元年度の若者の相談件数は1,386件(全体の10.3%)であり、前年度と比較して35%増加している。消費生活相談は20歳になると増加しており、若者の主な相談は、マルチ商法、エステ、情報商材に関するものである。悪質事業者が未成年者取消権が使えなくなる20歳になったばかりの若年者をターゲットにしているためと考えられる。若年者向け消費者教育として、高等学校等の出前講座で啓発しているが、今後も若年者への重点的な啓発が必要である。
- ◆ 本計画は、消費者教育推進法第10条に規定される「滋賀県消費者教育推進計画」に位置づけられており、第3次計画期間中、出前講座などによる若年者への消費者教育を行うこととあわせて、重点的に学校の消費者教育を支援してきた。成年年齢引下げ(令和4年4月1日)を見据え、学校現場等と連携し、学校全体で消費者教育の大切さを一層理解していただき、取り組んでもらえるよう教職員への支援が必要である。
- ◆ エシカル消費の推進について、消費者庁において平成27年5月から平成29年3月まで「倫理的消費」調査研究会が開催され、エシカル消費に取り組む必要性と意義がまとめられた後、本県でも関係団体等と連携し、普及・啓発に取り組んできたところである。

本県では昭和50年代に琵琶湖の環境を守るために県民が主体となって行った「石けん運動」の歴史があり、これは「商品の選択により身近な水環境を守る」という消費者の消費行動を通して社会を変える、消費者市民社会の構築の先駆けといえ、現在のエシカル消費の考え方につながるものである。今後も、持続可能な社会づくりを推進するため、人や社会、環境、地域に配慮した消費行動の推進により一層取り組んでいくことが必要である。

- ◆ 「食品ロスの削減の推進に関する法律」が令和元年5月31日に公布、同年10月1日に施行され、本県では、令和元年8月に「滋賀プラスチックごみゼロ・食品ロス削減宣言」を行うなど、循環社会推進課を中心にプラスチックごみゼロや食品ロス削減に取り組んでいるところである。引き続き、消費者教育や環境学習を通じて、プラスチックごみゼロや食品ロス削減など新たなテーマも含めた、環境に配慮した消費者行動の推進に努める必要がある。

## ■参考資料

令和2年7月滋賀県県政モニターアンケート(消費生活に関わるアンケート 問3より)



## 基本方針Ⅲ 消費者被害の防止と救済

### ■主な施策の実施状況(平成28年度～令和元年度)

#### 重点施策7 消費生活相談体制の充実強化

##### ○県内相談窓口の設置 □

- ・ 滋賀県消費生活センターおよび各市町(平成23年度から全市町)に設置
- ・ 消費者トラブルに対し、専門的な立場から助言やあっせんを行うことにより、消費者被害の防止と救済を図るため、消費生活相談員を設置している。
- ・ 消費生活相談員: 県10名、市町29名

##### ○消費者行政活性化基金および消費者行政強化交付金等の活用による市町支援

- ・ 国から滋賀県へ財源交付され(H21～R元 合計約7億3千万円)、県および市町で事業を実施している。
  - (県事業) 消費生活相談窓口の周知啓発、消費者教育の充実、エシカル消費の推進  
消費生活相談員の研修会開催等の市町支援
  - (市町事業) 消費生活相談員の増員等(新規配置2町、増員8市9名)  
消費生活相談員の研修参加旅費、困難事案の弁護士等活用、窓口の周知啓発

##### 消費生活相談員および職員対象研修会の開催(県事業)

|         | H28 | H29 | H30 | R元  | 計   |
|---------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 開催回数(回) | 5   | 6   | 5   | 5   | 21  |
| 参加人数(人) | 138 | 162 | 156 | 113 | 569 |

#### 重点施策8 高齢者等への支援

##### ○高齢者宅訪問啓発事業の実施

- ・ 交通安全協会女性団体連合会と連携し、高齢者宅を戸別訪問し啓発資料を配布している。(年間約4,500世帯)

##### ○高齢者に向けた消費生活情報啓発協定事業の実施

- ・ 平成28年度に、コープしが、しが健康医療生協と啓発の協定を締結後、連携して啓発カレンダーを配布している。(年間約5,000世帯)



○消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置促進

- ・ 県内では、野洲市(H28.10)、近江八幡市(H30.10)、大津市(R2.4)の3市に協議会が設置され見守り活動が行われている。
- ・ 市町担当者会議において、すでに設置された市の担当者から協議会の立ち上げ方を説明していただくなど、市町の協議会設置を支援している。
- ・ また、消費者庁の協議会設置マニュアルをもとに、市町の既存の福祉や防災のネットワークを活用した協議会の設置について情報提供している。

○見守り支援者研修会の開催

- ・ 見守り支援者講習会を開催し(平成30年度～くらしの一日講座で実施)、地域における見守りについて学んでいただく機会を設けるとともに、民生委員や介護事業所等を対象に啓発を行っている。

**重点施策9 法令違反事業者等への指導強化**

○専門検査員（県警OB）を配置し、被害情報の収集、事業者からの相談対応、悪質事業者の行政処分・指導を実施

- ・ 苦情相談の多い悪質事業者に対しては、国や他の都道府県、警察と連携し、行政処分や指導を行い、被害の拡大防止と未然防止を図った。
- ・ 指導とあわせて、事業者からの特定商取引法および景品表示法に関する相談に対し、助言等を行い取引の適正化を図っている。

(再掲)特定商取引法に基づく事業者指導・処分 (件)

|                 | H28 | H29 | H30 | R元 | 計 |
|-----------------|-----|-----|-----|----|---|
| 行政処分(指示・業務停止命令) | 1   | 0   | 1   | 0  | 2 |
| 文書指導            | 0   | 2   | 1   | 0  | 3 |
| 口頭指導            | 3   | 1   | 1   | 0  | 5 |

(再掲)景品表示法に基づく事業者指導 (件)

|      | H28 | H29 | H30 | R元 | 計  |
|------|-----|-----|-----|----|----|
| 口頭指導 | 1   | 1   | 2   | 6  | 10 |

○警察への情報提供

- ・ 特殊詐欺等に関する情報を県警に提供し、被害の拡大防止と未然防止を図った。

(件)

|          | H28 | H29 | H30 | R元 | 計  |
|----------|-----|-----|-----|----|----|
| 県警への情報提供 | 10  | 4   | 6   | 17 | 37 |



## ■現状と課題（基本方針Ⅲ）

- ◆ 平成21年9月に施行された消費者安全法において、消費生活センターの設置について、県は必置、市町は努力義務と規定された。その後、平成23年度には県内全市町で相談窓口が設置され、15市町では専任相談員が対応している。国の交付金を活用し、相談員の配置を行っている市町については、交付金の活用期間終了後の相談体制の維持が課題である。
- ◆ 消費者庁は、住民に身近な市町の消費生活相談体制整備を方針としており、平成27年の消費生活相談の全国共通ダイヤル（消費者ホットライン）の3桁化（電話番号188）以降、市町の相談受付割合が増加しているが、4町には専任相談員が配置されておらず、行政職員が窓口対応を行っていることから、巡回訪問指導などを通じて引き続き支援が必要である。
- ◆ 平成26年の消費者安全法の改正（平成28年施行）において、消費生活相談員の資格試験が法定化されたが、資格保有者自体が少ないことや、新たな相談員のなり手が少ないことから相談員の高齢化が進んでおり、慢性的な担い手不足が課題である。このため、消費者庁と連携して、担い手確保に取り組む必要がある。
- ◆ 消費者が質の高い相談・救済を受けることができるよう、相談員のさらなるスキルアップが必要であるが、交付金活用期間の終了により、多くの市町が国民生活センター等への研修旅費の捻出が難しくなっており、県において研修機会を確保する必要がある。
- ◆ 高齢者、障害者、認知症等により判断力が不十分となった人などの消費者被害を防ぐため、消費者安全法が改正され、地域で高齢者等を見守るための消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）を組織することが可能になった。協議会の役割は、消費生活上、特に配慮を必要とする消費者と接触を保ち、見守ることであり、構成員は消費生活センターのほか、地域包括支援センター、介護サービス事業者や民生委員などの福祉関係者、警察、高齢者と接する事業者や消費者団体などである。

県内では3市で協議会が設置されたが、高齢者等の消費者被害防止のため、他の市町でも既存の福祉や防災分野のネットワークを活用した見守り体制の構築が求められることから、引き続き市町への促進が必要である。

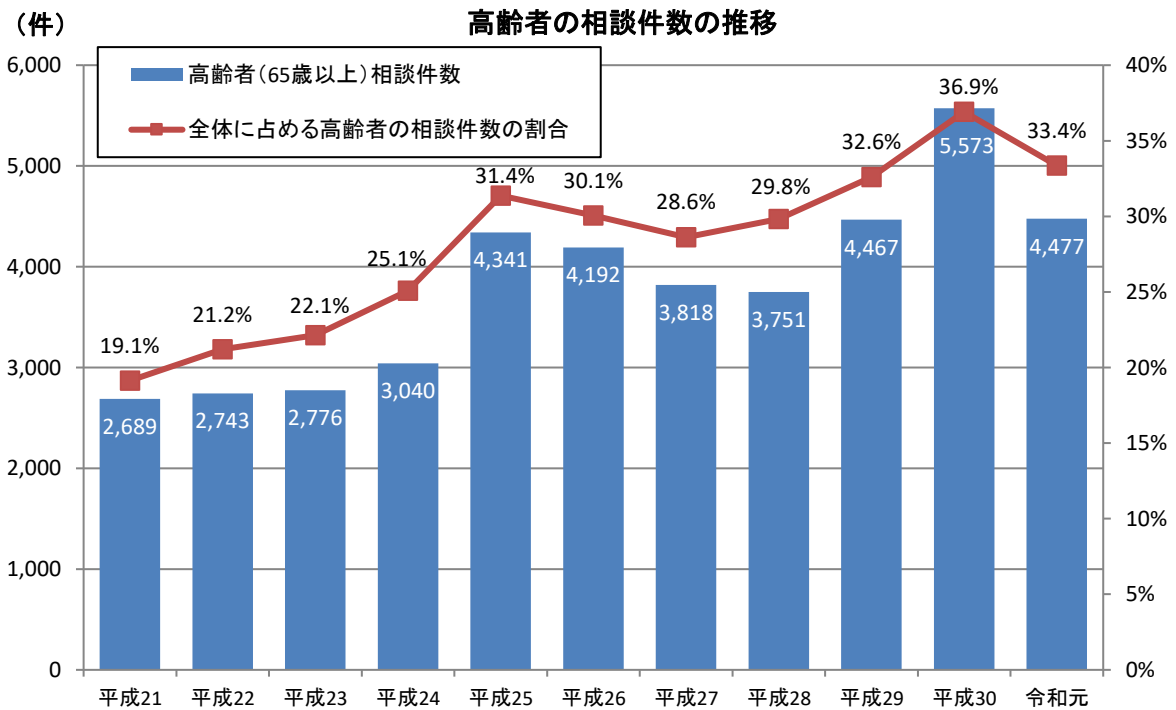
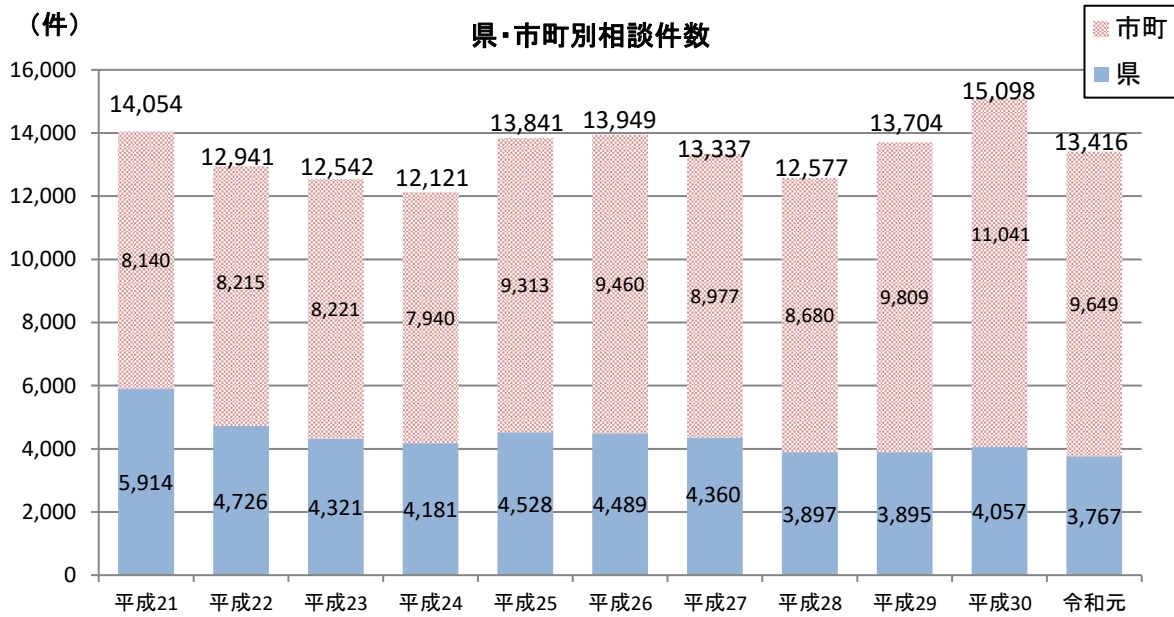
また、高齢者等の見守り体制には、福祉関係者とあわせて、高齢者と接する事業者にも一員になっていただけるように、見守り支援者研修などを通じて、地域全体での体制づくりを支援することが必要である。
- ◆ 新型コロナウイルス感染症のため、滋賀県消費生活センターではインターネットによる消費生活相談窓口を開設したが、慣れない高齢者には難しく、感染拡大時において、来所し対面での相談を希望する方への特性に応じた対応が課題である。
- ◆ 苦情相談の多い悪質事業者に対して、厳正な指導や処分を実施するため、各市町や他府県、国、警察とのさらなる連携強化が必要である。

特に、本県が行う行政処分は県内でのみ効力があるため、複数県にまたがる広域案件については、より多くの消費者被害の拡大防止を図るため、国とともに行政処分を行えるよう働きかける必要がある。

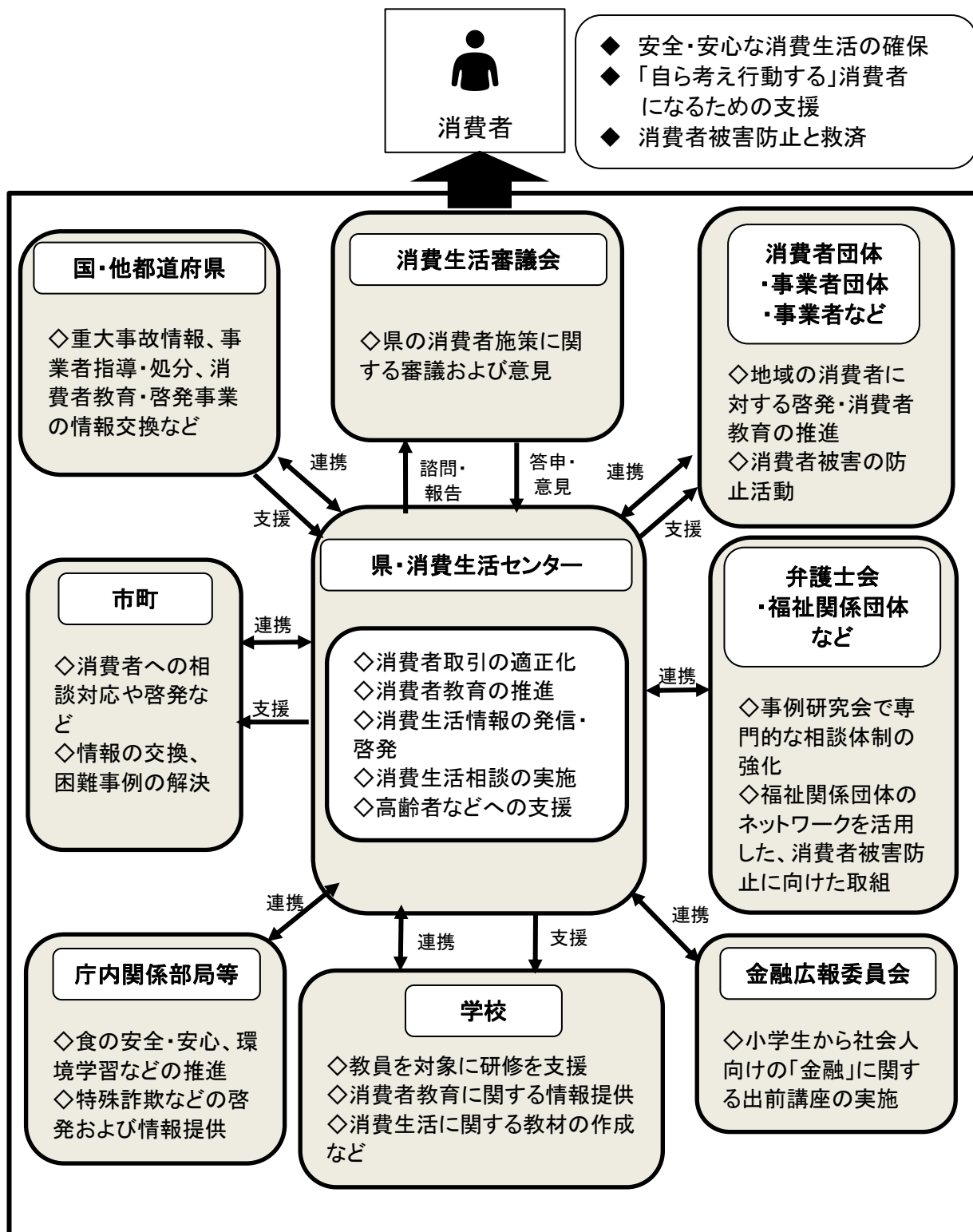
また、消費者被害が拡大する前に、事業者に指導を行えるよう、日頃から各市町相談窓口と連携し、情報収集することが必要である。

## ■参考資料

### 滋賀県の消費生活相談の状況



## 2 関係機関・団体との連携状況

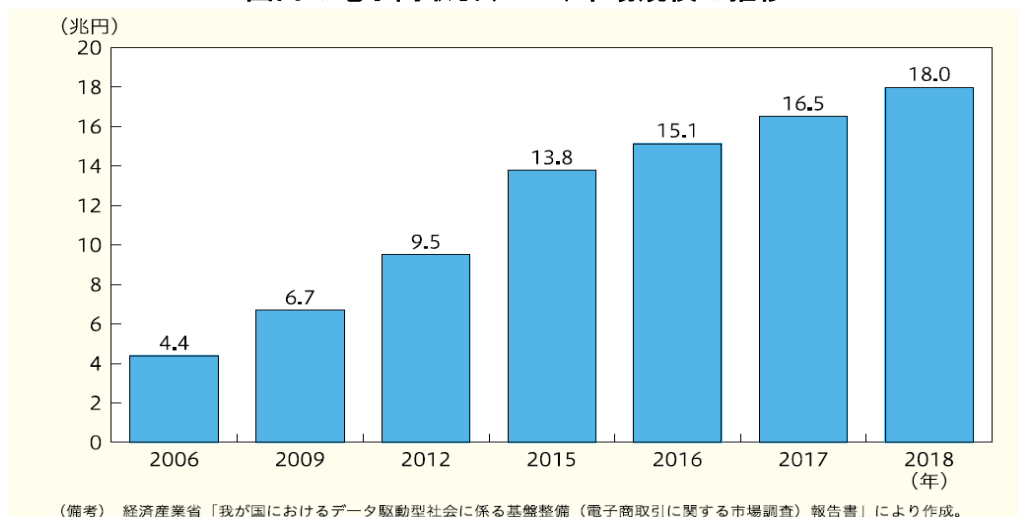


## Ⅱ 消費者を取り巻く社会情勢の変化および新たな課題

### ◆ インターネットを利用した消費者取引の増加

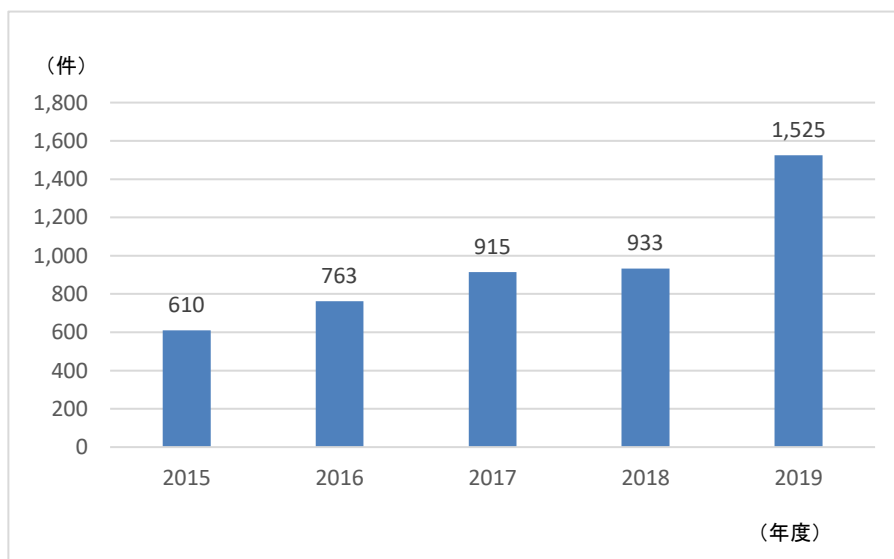
- ・ ICT(情報通信技術)の普及・発展に伴い、取引の基盤環境を提供するデジタル・プラットフォームが発達し、オンラインサービスを介した商取引である電子商取引が近年活発化している。
- ・ 事業者・消費者間(BtoC)の電子商取引はこの10年で大きく増加しており、消費者の契約行為の場として一般的になった。
- ・ 近年、県内でインターネット通販に関する消費生活相談が増加しており、特に令和元年度は前年度に対して63.5%の増加となった。

国内の電子商取引(BtoC)市場規模の推移



出典:令和2年版消費者白書(消費者庁)P.68(図表 I-1-6-18)

### 県内における「インターネット通販」に関する消費生活相談件数

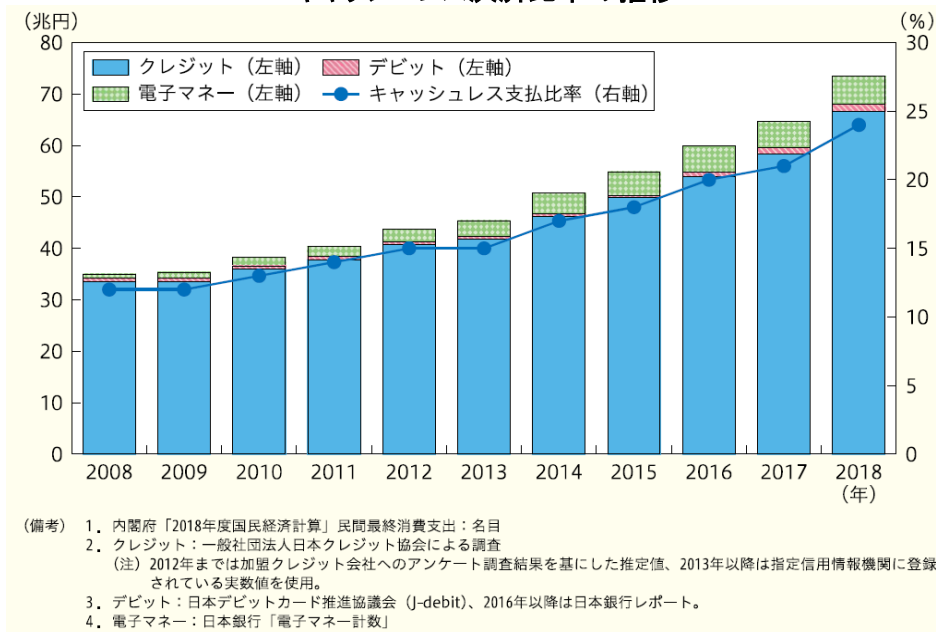




## ◆ キャッシュレス決済の普及

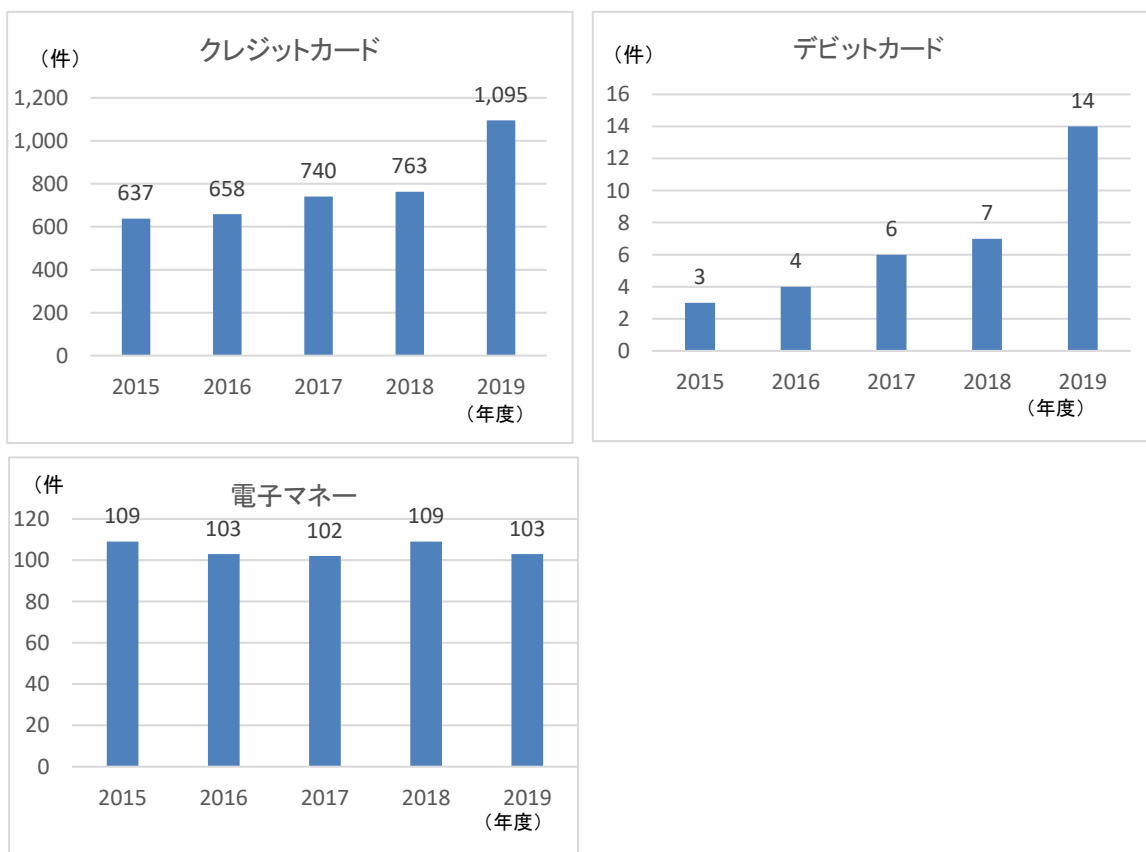
- 近年、クレジットカードや電子マネーの利用が増加しており、県内のキャッシュレス決済に関する消費生活相談の件数も増加している。

### キャッシュレス決済比率の推移



出典：令和2年版消費者白書(消費者庁)P.69(図表 I -1-6-22)

### 県内における「キャッシュレス決済」に関する消費生活相談件数

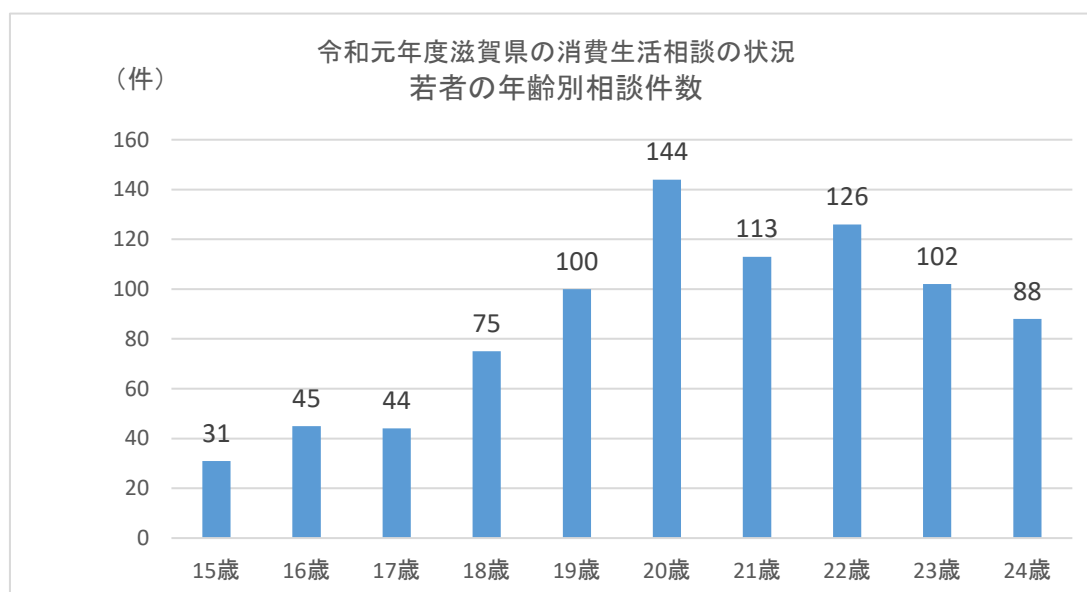


## ◆ 新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響

- ・ 新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、関連した消費生活相談が増加した。
- ・ 令和2年2月、3月には国内外旅行や航空サービスのキャンセルに関する相談が多く寄せられた。また、2月以降、結婚式や貸衣装の解約・キャンセル料に関する相談も増加し、4月には、スポーツジムやスポーツクラブの解約、年会費の相談が多く寄せられた。
- ・ 外出自粛に伴う消費行動の変化を受け、通信販売に関する相談が増加し、1月～5月の月別相談件数は前年度と比べて各月において増加した。
- ・ 一時的にトイレtpーパーの店頭在庫が減り、これに関する情報をインターネットやテレビ等で知った消費者があわてて購入することにより、本当に必要な消費者が購入できないことがあった。このため、災害時や感染症拡大等の緊急時に、消費者に正しい情報に基づく冷静な消費行動をどのように呼びかけるのかが課題となった。
- ・ また、マスクの送り付けや、特別定額給付金に関する不審なメール(口座番号等の個人情報を求めるもの)や、持続化給付金の不正受給を勧誘する事例が発生したことから、消費者がトラブルに巻き込まれないよう啓発を行ったが、緊急時に消費者に正しい情報を迅速に伝えることが課題となった。

## ◆ 成年年齢引下げ(令和4年4月1日施行)に対応した消費者教育の推進

- ・ 民法が改正され、令和4年(2022年)4月1日から成年年齢が18歳に引き下げられる。
- ・ 現在、20歳になると消費生活相談が増加しているが、悪質事業者が民法の未成年取消権が適用されなくなる20歳になったばかりの若者をターゲットにしているためと考えられる。
- ・ 成年年齢引下げにより、18歳、19歳の若者に消費者トラブルの増加が懸念されるため、今後も若年者への重点的な消費者教育が必要である。



## ◆ SDGs、エシカル消費、プラスチックごみゼロ、食品ロス削減など、第3次計画では具体的に記載のないテーマへの対応

- ・ 第3次計画策定後、社会情勢の変化や新たな課題に適宜取り組んでおり、今回の改定に伴い施策方針を明文化する。
- ・ 本県ではかねてより、消費者が主役となって、自らの行動により公正かつ持続可能な社会の形成に参画する「消費者市民社会」を目指し、体系的な消費者教育やエシカル消費を推進しており、第4次計画の基本的な考え方に、SDGsの12番目「つくる責任つかう責任」等の達成を目指すことを明記する。

## ■ 参考資料

令和2年7月滋賀県県政モニターアンケート(消費生活に係わるアンケート 問15より)

