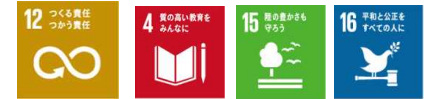


第1章 計画の基本的な考え方

- 1 計画改定の趣旨** 消費者を取り巻く社会経済情勢や、消費者行政を巡る状況の変化を踏まえ、今後の施策の展開方向を示す。
- 2 計画の性格** ①滋賀県消費生活条例に基づく、消費者施策に関する基本的な方向等を定め、消費者施策の計画的な推進を図るための計画
②「消費者教育の推進に関する法律」第10条に規定される滋賀県消費者教育推進計画

3 SDGsの目標達成への貢献

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ンカール消費を推進することにより、SDGsの12番目「つくる責任つかう責任」をはじめとした目標の達成を目指す。



4 計画の期間

令和3年度(2021年度)から令和7年度(2025年度)まで

第2章 消費生活をめぐる現状と課題

1 第3次計画期間中の現状と課題

基本方針Ⅰ 安全・安心な消費生活の確保

- ◆法令の理解が不十分な中小企業や個人事業者に対する適正なルールの周知が必要
- ◆鶏肉の生食を原因とする食中毒発生件数が減少しないため、引き続き啓発が必要

基本方針Ⅱ「自ら考え行動する」消費者になるための支援

- ◆高齢者をはじめとする情報が届きにくい方々に向けて、関係機関と連携した情報発信・啓発が必要
- ◆定期購入は、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、トラブルに遭うケースが多い。トラブルの未然防止のための情報発信・啓発が必要
- ◆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
- ◆消費生活相談は未成年者取消権が使えなくなる20歳になると増加しており、今後も若年者への重点的な啓発が必要
- ◆成年年齢引下げ(令和4年(2022年)4月1日)を見据え、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併せて、学校現場等と連携し、学校全体で消費者教育に取り組むための支援が必要
- ◆エンカール消費の推進について、持続可能な社会の構築のため、より一層取組が必要

基本方針Ⅲ 消費者被害の防止と救済

- ◆住民に身近な相談窓口における消費生活相談体制の維持が必要
- ◆相談員の高齢化や資格保有者が少ないことによる慢性的な担い手不足が課題
- ◆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
- ◆消費者安全確保地域協議会(高齢者等の見守り体制)が3市で設置されているが、他の市町でも協議会設置が必要
- ◆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、国、他府県、警察とのさらなる連携強化が必要

2 消費者を取り巻く社会情勢の変化・新たな課題

- 人口減少と高齢化の進行
 - ・地域コミュニティの弱体化に伴う地域の防犯活動の低下、バス路線の廃止や商店の減少等による日常生活に支障が出るおそれ
 - ・高齢者の消費者被害防止と早期発見のため、地域での見守りが重要
- ICT(情報通信技術)の進展
 - ・情報弱者となりがちな高齢者等への対応や、情報リテラシーが不十分なことによる消費者トラブルへの対応が必要
- インターネットを利用した消費者取引の増加など、商品や取引形態の複雑化・多様化
 - ・取引形態の複雑化・多様化に対応できる相談体制の充実や消費者への啓発が必要
- キャッシュレス決済の普及
 - ・対応できる相談体制の充実、消費者へのメリットと併せてリスクについて啓発が必要
- 新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響
 - ・消費者に正しい情報に基づく冷静な消費行動を平時からどのように呼びかけるのかが課題
- 成年年齢引下げに対応した消費者教育の推進
 - ・若年者の消費者トラブルの増加を懸念
- SDGsの目標達成に向けたエンカール消費の推進
 - ・SDGsの目標達成に向け、より一層の推進が必要

第3章 消費者施策推進の基本方針

- 1 基本理念** 県、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体の相互の信頼を基調とし、消費生活条例に掲げられた消費者の8つの権利を尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護および増進のため自主的、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。
- 2 目指す姿** **みんなで学び、つくる 滋賀の消費者安全・安心社会**
- 3 基本方針** **Ⅰ 安全・安心な消費生活の確保**
Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援
Ⅲ 消費者被害の防止と救済

第4章 消費者施策の展開

Ⅰ 安全・安心な消費生活の確保

■重点施策1 消費者取引の適正化

- (1) **取引等の適正化**
特定商取引法等に基づく事業者指導・行政処分
事業者への特定商取引法に関する相談・助言
- (2) **広告・表示等の適正化**
景品表示法や食品表示法等に基づく調査・指導
適正な表示の仕方について情報提供

■重点施策2 商品・サービスの安全性の確保

- (1) **商品・サービスの安全性の確保**
事業者に各種法令に基づく立入調査を実施
- (2) **食の安全・安心の確保**
食中毒の予防や食品の衛生管理、食品添加物の検査等を行い、消費者・事業者の食品衛生知識の向上を図る
- (3) **消費者事故情報等の収集・提供**
リコール情報・注意喚起情報・重大事故情報等を収集、提供

■重点施策3 生活関連物資およびサービスの安定供給

災害時や価格高騰の恐れがある緊急時に生活関連物資の調査を行い、買占め・売惜しみ等不適正な行為が行われた場合は、法令に基づき不適正な行為の是正を勧告

Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

■重点施策4 主体的な消費者行動を促進する消費生活情報の発信・啓発

- (1) **消費者の特性に配慮した情報発信・啓発**
高齢者、若年者、障害者、外国人県民等、年齢や特性に応じた情報発信・啓発
- (2) **災害発生・感染症拡大等緊急時の情報発信・啓発**
災害や感染症拡大によるトラブルに対応した啓発、消費者の不安を取り除き、冷静な消費行動を呼びかけ
- (3) **インターネット等に関連する消費者行動への対応**
インターネットに関連した消費者トラブルの情報発信・啓発
キャッシュレス決済等新たな決済方法について、メリットと併せてリスクを啓発

■重点施策5 消費者の特性に応じた体系的な消費者教育・学習の推進

- (1) **消費者教育・学習の機会拡大と体系的な消費者教育の推進**
①学校等における消費者教育の推進
学習指導要領に基づき学校等が行う消費者教育を推進
②地域や職場等における消費者教育の推進
自治会や老人会、職場等における消費者教育を推進
③多様な主体と連携した消費者教育の推進
環境学習、食育、食品ロス削減、金融経済教育等、消費生活に関連する団体等との連携を図り消費者教育を推進
- (2) **若年者向け消費者教育の強化**
成年年齢引下げを見据えた若年者向け消費者教育を推進
- (3) **特性に応じた消費者教育**
高齢者、障害者等の特性に応じた方法で消費者教育を推進
- (4) **消費者教育の担い手(人材)の育成と支援**
相談員等への研修、教職員に対して研修等を実施

■重点施策6 持続可能な社会を目指した消費者行動の推進

- (1) **エンカール消費の推進**
人や社会、環境、地域に配慮した消費者行動を推進し、エンカール消費を実践する消費者を育成
- (2) **環境に配慮した消費者行動の推進**
グリーン購入やプラスチックごみ削減、食品ロス削減をはじめ、「しがCO2ネットゼロ」の実現に向けた取組など、環境に配慮した消費者行動を推進
- (3) **環境学習・環境保全活動の支援**
環境に配慮した消費者行動を推進するため、環境学習を推進、環境保全活動の支援
- (4) **消費者市民社会の構築に向けた気運づくり**
市町や消費者団体、事業者、関係団体等、幅広い主体と連携して、消費者自らが公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画できる気運の醸成

Ⅲ 消費者被害の防止と救済

■重点施策7 消費生活相談体制の充実強化

- (1) **県の消費生活相談体制の充実強化**
相談員のさらなるスキルアップ、国と連携した担い手確保
- (2) **市町の消費生活相談体制の充実強化支援**
市町の消費生活相談窓口の維持および強化を図るため、適切な助言等によるサポートや研修の開催による相談員のスキルアップ等を支援

■重点施策8 社会的に不利な立場にある方への支援

- (1) **的確な情報提供**
高齢者をはじめとする社会的に不利な立場にある方の被害未然防止のため、事業者や関係団体、警察等と連携して情報提供、啓発
- (2) **見守り体制の充実強化**
市町における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(消費者安全確保地域協議会など)充実のための支援を実施

■重点施策9 法令違反事業者等への指導強化

悪質事業者に対して、国や他府県、警察と緊密に連携し、厳正に行政処分や指導を実施

第5章 関係機関・団体との連携強化等

- 1 各基本方針を推進するための連携強化**
消費者、行政機関、学校、消費者団体、NPO等、事業者、事業者団体、弁護士会、福祉関係団体等の多様な主体との連携
- 2 消費者等の意見の施策への反映と透明性の確保**
消費生活審議会において、施策の調査・審議
計画の改定にあたり、県民政策コメント制度を活用
県政モニターアンケートを活用し、消費者意見を反映

第6章 計画の推進体制と進捗管理

主な指標

- 消費者教育教材「社会への扉」等を活用した、実践的な消費者教育を実施する高等学校(特別支援学校の高等部を含む)の割合
- 「エンカール消費」の実践として、地産地消を掛ける消費者の割合
- 家庭系食品ロスの年間発生量(推計)
(県内の家庭から発生した食品ロスの年間発生量)
- 「消費者ホットライン188」を知っていると回答した消費者の割合
- 消費者安全確保地域協議会設置市町の県内人口カバー率