

第 4 次岡山県消費生活基本計画（仮称）

～消費者が主役となる社会を目指して～

（素案）

令和 2 年 1 1 月

岡山県

目 次

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置付け	1
3 計画の期間	1

第2章 消費生活をめぐる現状と課題

1 消費生活をめぐる最近の状況	2
(1) 社会状況	2
(2) 県消費生活センターの相談状況	6
(3) 県民の消費生活に関する意識	8
2 消費者行政の状況	10
(1) 国の状況	10
(2) 県の状況	10
(3) 市町村の状況	11
3 「第3次岡山県消費生活基本計画」の取組状況	11
(1) 主な成果	11
(2) 今後の課題	12

第3章 目標と取組

1 計画の体系図	13
2 基本目標、重点目標と施策の方向	15
3 計画期間中の重点施策	30
(別表) 第4次岡山県消費生活基本計画 目標値	31

第4章 計画の進め方

1 推進体制	32
2 県民、各種団体等との連携	32
3 国、他の都道府県、市町村との連携	32
4 具体的施策の進捗状況の調査及び見直し	32
5 諸情勢の変化への対応	32

参考	33
----	----

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨

すべての県民は消費者であり、生涯を通じて、日々、様々な商品やサービスを購入し、利用して生活しています。県政の基本目標である「すべての県民が明るい笑顔で暮らす『生き生き岡山』の実現」のためには、県民誰もが安全な商品やサービスを安心して消費できることや、自ら考え行動する自立した消費者であることが必要です。

県では、こうした社会の実現に向けて、平成18(2006)年の「岡山県消費生活基本計画」から平成28(2016)年の「第3次岡山県消費生活基本計画」まで5年ごとに計画を策定し、さまざまな施策を推進してきたところです。

この間、消費生活を取り巻く環境は大きく変化してきました。今後も、高齢化の更なる進行や高齢者単独世帯の増加、成年年齢の引下げ、デジタル化の進展に伴う電子商取引の拡大等により、消費者問題はますます複雑化、多様化する中、新たな手口の悪質商法や特殊詐欺などによる被害が懸念されるため、継続的な広報をはじめ、相談体制の一層の充実・強化が必要となります。

また、自ら考え行動する自立した消費者を育成するため、ライフステージに応じた消費者教育を総合的に推進する必要があります。

このような消費者を取り巻く環境の変化等に対応するため、令和2(2020)年3月に策定された国の新たな「消費者基本計画」等を踏まえ、「第4次岡山県消費生活基本計画」を策定し、今後の施策を一層総合的・効果的に推進していきます。

2 計画の位置付け

この計画は、岡山県消費生活条例第9条第1項に基づき、県行政の各部門における消費者施策を総合的かつ計画的に推進するために策定する基本計画であり、また、消費者教育の推進に関する法律第10条第1項に基づき、国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を踏まえて策定する都道府県消費者教育推進計画です。

3 計画の期間

この計画は、令和3(2021)年度から令和7(2025)年度までの5年間を計画期間とします。

第2章 消費生活をめぐる現状と課題

1 消費生活をめぐる最近の状況

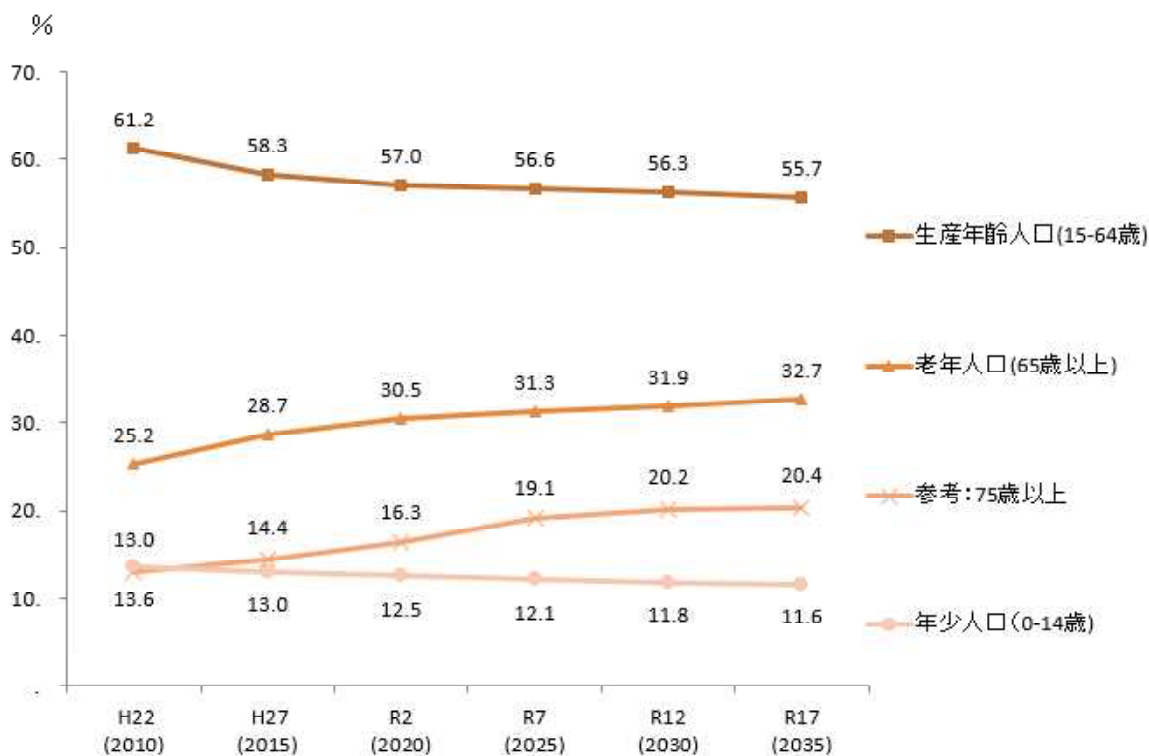
(1) 社会状況

① 高齢化の進行及び高齢者単独世帯の増加

令和2(2020)年1月1日の住民基本台帳では、本県の人口は約190万人で、平成27(2015)年から約3万6千人減少しています。一方、65歳以上の人口は約57万人で、約2万9千人増加しています。

今後も65歳以上の割合は増加し、令和7(2025)年には31.3%まで増加すると推計されています。

[図1 岡山県年齢3区分別人口構成の推移]



国立社会保障・人口問題研究所：日本の地域別将来推計人口（平成30(2018)年推計）

世帯数に占める高齢者単独世帯の割合も増加傾向にあります。県内の高齢者単独世帯は、平成22(2010)年の7万6千世帯から令和7(2025)年には10万世帯に達し、その後も増加すると推計されており、家族や周囲の目が届きにくくなった高齢者を巻き込んだ消費者トラブルの増加が懸念されます。

② 民法改正による成年年齢の引下げ

成年年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法が、平成30(2018)年6月に成立し、令和4(2022)年4月から施行されます。

この成年年齢引下げに伴い、新たに成年となる18歳、19歳の方の積極的な社会参加が促される一方で、未成年者取消権が行使できなくなることによる消費者被害が増加することが懸念されます。

③ 在留外国人等の増加

近年、観光等を目的とする訪日外国人の数は大幅に増加しています。

また、県内在留外国人数は、令和元(2019)年末の時点で約3万2千人で、前年末に比べ約3千人増加し、過去最高を更新しました。

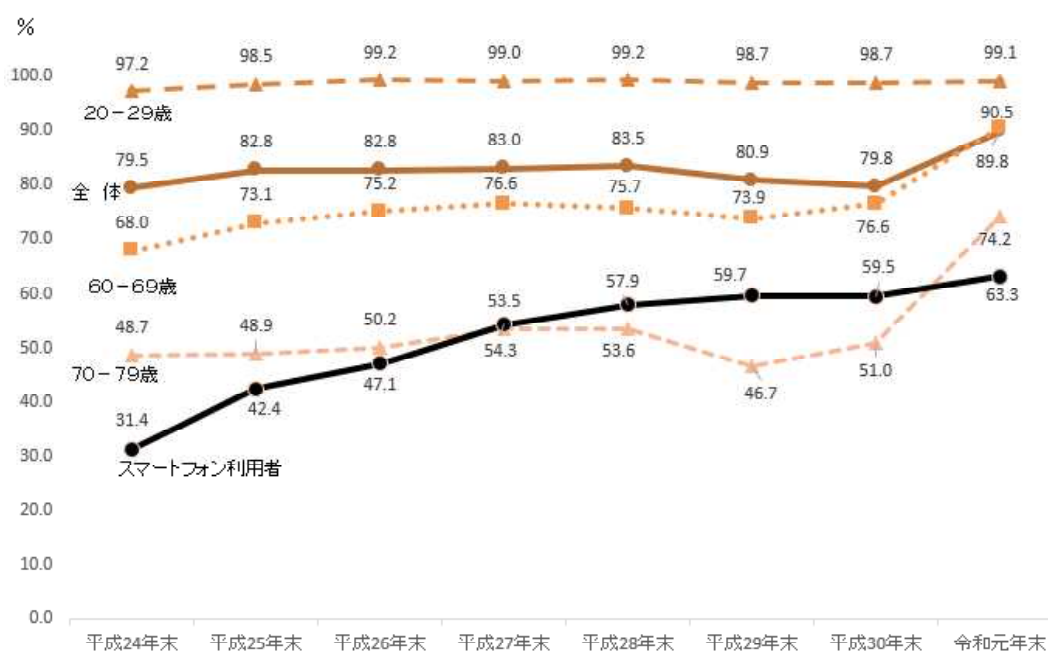
外国人は、文化や言語の違い等により消費者トラブルにあいやすい傾向にあると考えられるため、外国人の消費者トラブルが増加していくことが懸念されます。

④ 取引形態の多様化

[高度情報通信社会の進展]

近年の情報通信技術の進歩はめざましく、令和元(2019)年のインターネットの利用者の割合は89.8%と、9割に迫っており、高齢者を含め幅広い年齢層で普及してきています。また、スマートフォンの個人の保有割合も増加傾向にあり、令和元(2019)年には67.6%となっています。

[図2 インターネットの利用状況の推移]



総務省：「令和元年通信利用動向調査」

スマートフォン等を利用することで、誰もが、いつでも、どこでも、手軽に商品やサービスを購入することができるようになりましたが、インターネットの匿名性や操作の手軽さ等を悪用した詐欺等に利用されることがあり、消費者トラブルが発生した際も解決が困難となる場合も多くなっています。

[取引の多様化]

情報通信技術の進歩により、インターネットオークションやフリマアプリなどが普及し、消費者同士が売り手と買い手になって個人間取引を行うケースが増えており、それに伴って新たな消費者トラブルも増加しています。

[グローバル化の進展]

近年では、インターネットを通じて消費者が海外の事業者や個人と直接取引を行うことが可能となり、グローバル化が進展していると言えます。

海外との取引で消費者トラブルが発生した場合は、法律、商習慣、文化、言語の違いなどから、解決が困難となることが懸念されます。

[キャッシュレス化の推進]

決済手段については、クレジットカード、電子マネー、デビットカード、プリペイドカード、QRコード決済など多くの種類があり、消費者の利便性の向上に寄与している一方で、カード情報の漏洩や、プリペイドカードが詐欺の支払い手段として悪用されるなどの事例も発生しています。

⑤ 自然災害の頻発化・激甚化、新型コロナウイルス感染症の拡大

本県は、一般に災害の少ない県と言われていますが、大雨等による被害は毎年のように発生しています。特に、平成30年7月豪雨は、本県がこれまでにほとんど経験したことの無い規模の災害になりました。災害発生直後は、被災者の生活基盤が崩れ、生活関連物資の入手が困難になるなど、消費生活が深刻な影響を受けるため、これに便乗した悪質商法等が多発する傾向にあります。

また、新型コロナウイルス感染症が国内外で拡大するなかで、消費者の不安な気持ちにつけ込む悪質商法やトラブルが増加していることにも留意する必要があります。

⑥ 持続可能な社会の実現に向けた取組

2015年9月、国連の「持続可能な開発サミット」において「持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）」が全会一致で採択されました。SDGsは、2030年までの国際目標であり、17の目標を達成することにより、「誰一人取り残さない持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現」に向けて取り組むものです。SDGsの12番目の目標「つくる責任 つかう責任」では、事業者任せでなく消費者自らが意識を持ち、行動することが前提となっています。

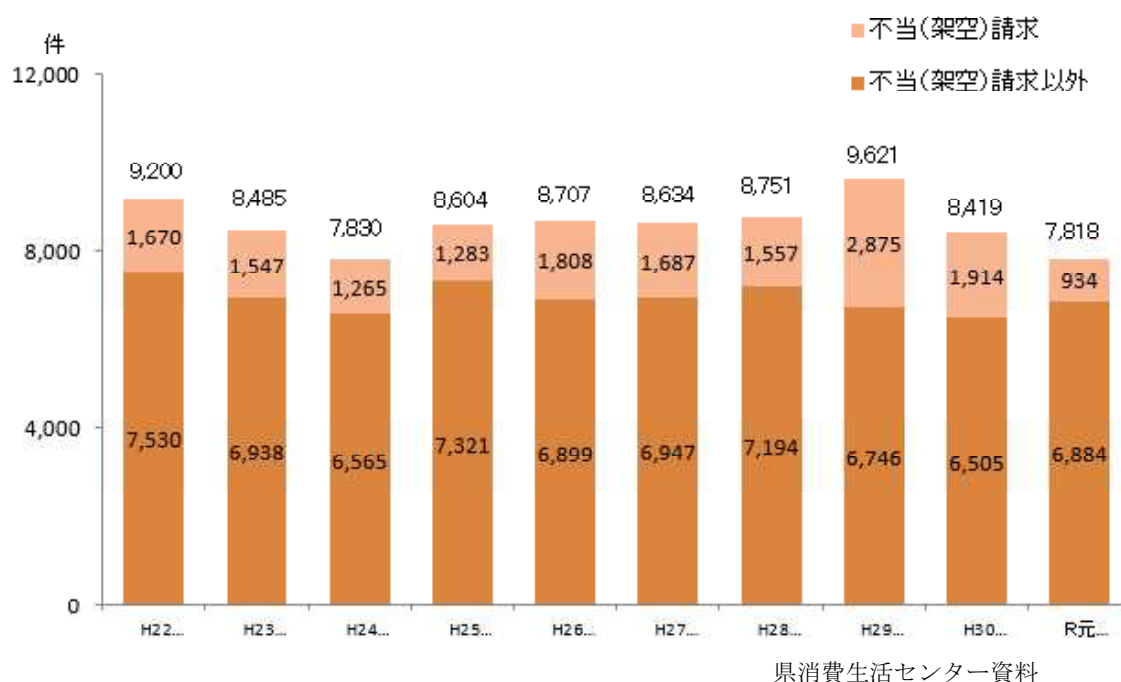
本県においても、消費者施策を推進するに当たって、この国際目標に留意し、関係部局と連携して取り組んでいく必要があります。

(参考) 持続可能な開発目標 (SDGs) の推進と消費者政策 → P 33

(2) 県消費生活センターの相談状況

県消費生活センターで受け付けた消費生活相談件数は、平成27(2015)年度から増加傾向にあり、平成29(2017)年度は9,621件まで増加しましたが、平成30(2018)年度から減少に転じ、令和元(2019)年度は7,818件でした。このうち、60歳以上は2,978件、29歳以下が752件、障害のある人は190件、外国人は12件でした。

[図3 岡山県消費生活センター相談件数の推移]

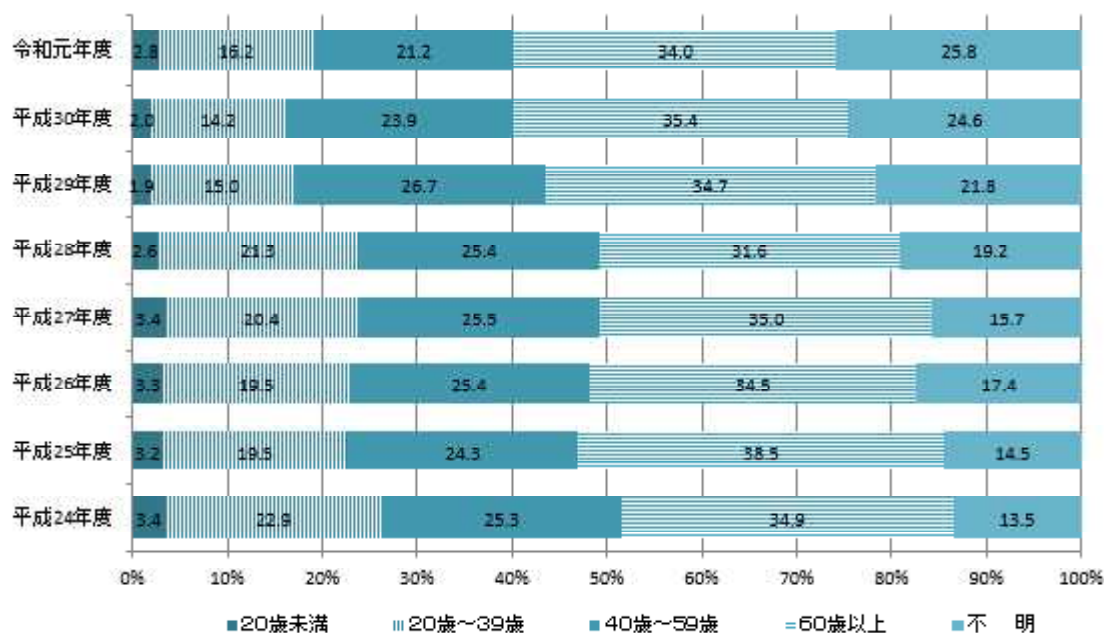


不当(架空)請求の相談件数は、平成29(2017)年度をピークに減少しています。

令和元(2019)年度の不当(架空)請求を内容別に見ると、「商品一般(商品特定しないかたちでの架空請求はがき等)」が578件(61.9%)、「放送・コンテンツ等(ワンクリック請求など)」が341件(36.5%)で、この二つがほとんどを占めています。

契約当事者の年代別の相談件数は、平成29(2017)年度を除き、平成22(2010)年度から令和元(2019)年度までは70歳以上の区分が、最も多くなっています。60歳以上の割合も平成23(2011)年度以降、全体の3割を超えており、高齢者を契約当事者とする相談の割合が高い状況にあります。

[図4 年代別相談割合の推移]



県消費生活センター資料

令和元(2019)年度の販売購入形態別の相談件数の割合は、「通信販売」(28.3%)が最も高く、次いで「店舗購入」(16.3%)となっています。「訪問販売」は、平成22(2010)年度は1,025件(11.1%)でしたが、令和元(2019)年度は509件(6.5%)と減少傾向にあります。

令和元(2019)年度で見ると、契約当事者の年齢が60歳以上である相談の割合が高いものとして、「訪問購入」(66.7%)、「電話勧誘販売」(52.3%)、「訪問販売」(42.0%)などが挙げられます。高齢者は比較的自宅にいる時間が長いことから、これらのトラブルに遭いやすい傾向があると考えられます。

契約当事者の年齢が29歳以下である相談の割合が比較的高いものとして、「マルチ的販売」(38.5%)、「通信販売」(18.48%)などが挙げられます。

相談の契約購入金額の平均額を年代別に見ると、令和元(2019)年度は、70歳以上が765千円、60歳代が1,037千円となっており、高齢者から寄せられる相談の深刻さが推測されます。

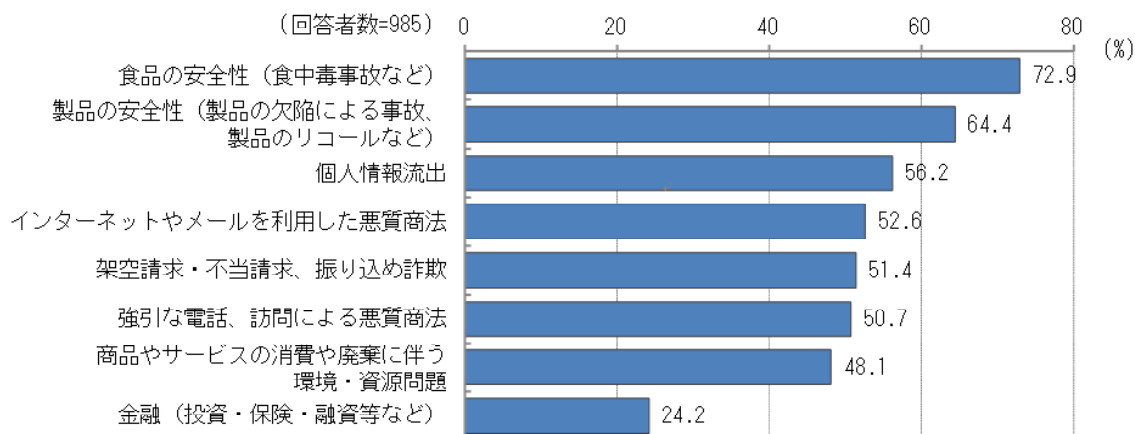
(3) 県民の消費生活に関する意識

令和2(2020)年に実施した「消費生活に関する県民意識調査」の結果は、次のとおりです。

[調査概要]
 調査対象：18歳以上の県内在住者2,500名(層化二段無作為抽出)
 調査方法：郵送による調査票の配布・回収
 調査期間：令和2(2020)年6月5日から24日まで
 有効回答数：1,591票(回収率63.6%)

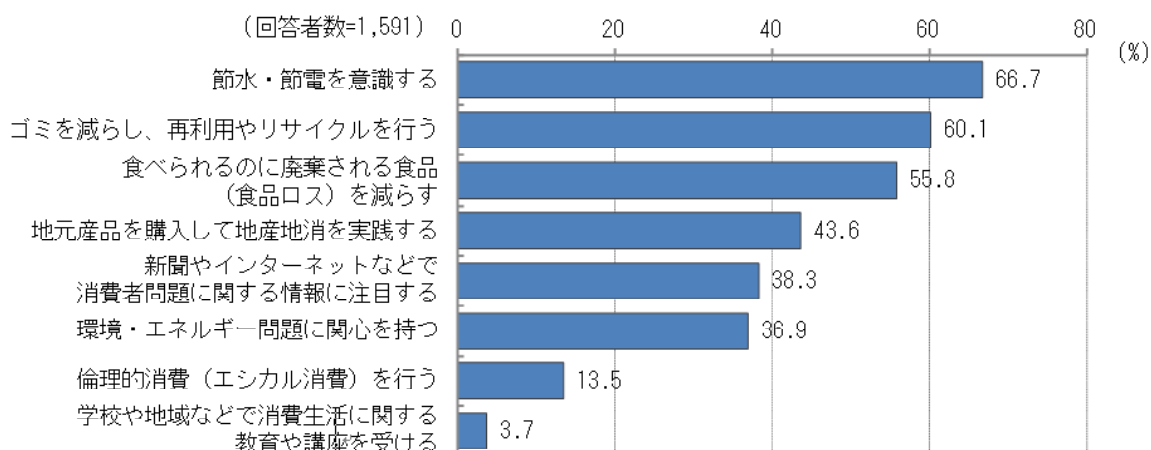
① [関心のある消費者問題の内容(上位8位)]

「食品の安全性」、「製品の安全性」が上位となっています。



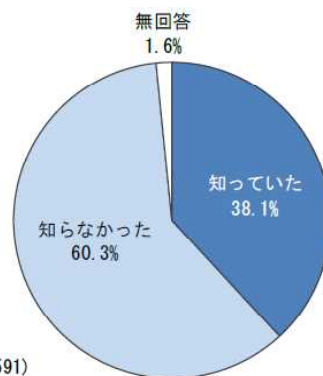
② [日頃の消費生活で行っていること(上位8位)]

「節水・節電を意識する」との回答が最も高くなっています。一方、「倫理的消費(エシカル消費)を行う」は13.5%にとどまっていますが、「食品ロスを減らす」、「地産地消を実践する」など、エシカル消費を実践している人は多くいます。



③ [未成年者契約の取消しの認知度]

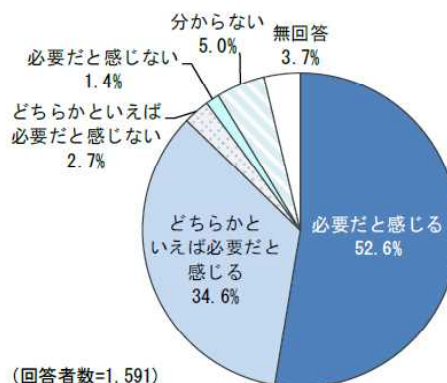
令和4年に成年年齢が18歳に引き下げられた後、18歳、19歳の人々が締結した契約は、未成年という理由で取り消すことができなくなることを知っていたのは、38.1%です。



(回答者数=1,591)

④ [ひとり暮らしの高齢者等の被害を防止するための、地域の方の見守り活動の必要性]

『必要だと感じる』県民の割合（「必要だと感じる」+「どちらかといえば必要だと感じる」）は87.2%となっています。

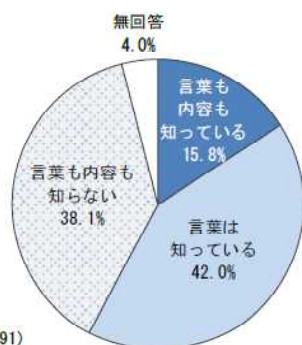


(回答者数=1,591)

⑤ [消費者ホットライン188（いやや）の認知度]

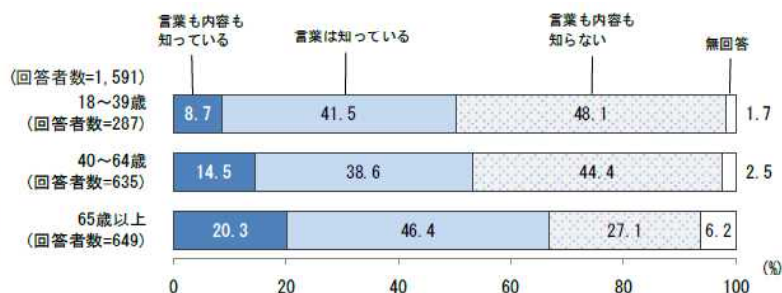
『知っている』県民の割合（「言葉も内容も知っている」+「言葉は知っている」）は、57.8%です。

〔全体〕



(回答者数=1,591)

〔年代別〕



(参考) 消費者ホットライン「188（いやや）」 → P33

2 消費者行政の状況

(1) 国の状況

昭和43年(1968)年に、国の消費者政策の基本的な枠組として消費者保護基本法が制定されました。ここでは、消費者は行政に「保護される者」として捉えられていましたが、平成16(2004)年には消費者保護基本法が消費者基本法へと改正され、消費者の位置付けが「保護される者」から「自立した主体」へと変換されました。

平成21(2009)年9月には、消費者行政の司令塔となる消費者庁が発足し、あわせて、独立した第三者機関として、消費者行政全般への監視機能を有する消費者委員会が、内閣府に設置されました。

その後、様々な消費者の被害の発生等に対応して、消費者安全法、特定商取引法、不当景品類及び不当表示防止法(景品表示法)などの改正のほか、食品表示の制度を一元化する「食品表示法」制定などの法整備が行われています。

平成24(2012)年12月に消費者教育を総合的・一体的に推進することを目指した「消費者教育の推進に関する法律」が施行され、平成25(2013)年3月に「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定されました。

令和2(2020)年3月には、第4期となる消費者基本計画が策定され、この計画における消費者施策の基本的方向として、高齢者・若年者・障害のある人など消費者の多様な特性に応じたアプローチ、成年年齢の引下げを踏まえた若年者に対する消費者教育の推進、エシカル消費の普及啓発、デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応、災害・感染症拡大時の緊急時対応等を掲げ、消費者施策を強力に推進することとしています。

(2) 県の状況

県では、昭和51(1976)年に、消費者の保護を基本理念とする「岡山県民の消費生活の安定と向上を促進する条例」を制定し、平成17(2005)年には、消費者の権利尊重と自立支援を基本理念とした「岡山県消費生活条例」に全部改正しました。あわせて、同条例に基づき、「岡山県消費生活基本計画」を策定し、県行政の各部門における消費者施策を総合的かつ計画的に推進してきました。

昭和45(1970)年には、岡山県消費生活センターを設置し、消費生活に関する県民からの相談に対応するとともに、知識の啓発、情報の収集・提供に努めてきました。

また、国の交付金の活用等により、市町村消費生活センターの設置支援や、県及び市町村の相談窓口の充実・強化、相談員のレベルアップなどに取り組んできました。

平成26(2014)年3月には「岡山県消費者教育推進計画」を策定し、県消費生活センターを消費者教育の拠点と位置付け、関係機関と連携して県内の消費者教育を推進してきました。

そして、平成31(2019)年3月には、「岡山県消費者教育推進計画」の改定に合わせ、この計画を「第3次岡山県消費生活基本計画」と統合し、消費者施策を一層総合的・効果的に推進しています。

(3) 市町村の状況

県内の市町村においては、国の交付金の活用等により、消費生活専門相談員の配置等による相談機能の強化や啓発活動の充実等に取り組んでいます。

県内の市町村の相談体制の状況を見ると、令和2(2020)年10月現在で消費生活センターを設置しているのは、岡山市、倉敷市、津山市、笠岡市、井原市、総社市、瀬戸内市、赤磐市、真庭市、浅口市で、それ以外の市町村もすべて消費生活相談窓口を設けています。

また、福祉部門等と連携した高齢者等の見守りネットワークづくりや、教育部門等と連携した消費者教育の取組が進められています。

3 「第3次岡山県消費生活基本計画」の取組状況

(1) 主な成果

第3次計画においては、消費者教育の推進等を重点施策に掲げ、各種啓発セミナーの開催等を通じて、合理的で自立的な消費生活に向けた県民意識の醸成が進むとともに、市町村消費生活センターの開設が進むなど、地域における相談体制の強化が図られました。

なお、目標値の達成状況は、次のとおりです。

◎目標値の達成状況

重点施策	目標項目	計画策定時	現状値	目標値(R2)
1 消費者教育の推進	消費者啓発セミナーの受講者数	6,843人 (H26)	7,917人 (R元)	7,000人/年間
	教員向け消費者教育講座の受講者数	68人 (H26)	92人(R元) (H27~H30累計278人)	350人 (5年累計)
	実践的な消費者教育教材*1を活用した授業等を実施する公立の高等学校等の割合	—	98.4% (R元)	100%
2 地域における消費者問題解決力の強化	市町村消費生活センターの設置市町村数 ①人口5万人以上の市(6市) ②人口5万人未満の市町村 (21市町村)	①4市 ②3市 (H27.10.1)	①5市 ②5市 (R2.10.1)	①6市 ②11市町村以上
	消費生活相談員を配置する市町村数	15市町 (H27.4.1)	14市町 (R2.10.1)	17市町村以上
	市町村消費生活相談窓口の認知度「名前も業務内容も知っている」とした割合(「相談したことがある」を含む。)	25.7% (H25)	23.0% (R2)	30%以上
	「消費者安全確保地域協議会」*2を設置した市(人口5万人以上)の数	0市 (H26)	1市 (R2)	6市
3 悪質な事業者の監視・指導・取締りの強化	全国消費生活情報ネットワークシステム*3を利用して情報収集を行う市町村数	9市 (H27.4.1)	19市町 (R2.10.1)	27市町村

*1 「社会への扉」(消費者庁作成)及び「発達段階別消費者教育教材」(県作成)・「障害のある人向けの消費者教

育教材」(県作成)

- *2 高齢者等の消費者被害防止や被害の早期発見のために、地域の福祉関係者、事業者、警察等が連携して、必要な情報交換、見守り活動等を行う組織(消費者安全法に規定)
- *3 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等の相談情報の収集を行うシステム(PIO-NET:パイオネット)

(2) 今後の課題

目標値の達成状況や県民意識調査の結果等から、県民の消費生活における意識の醸成が進むとともに、地域における相談体制の強化が図られるなど、一定の成果があった一方、次のとおり課題が明らかになりました。

① 消費者被害の防止

消費生活上特に配慮を要する高齢者・障害のある人・若年者や、文化や言語の違う外国人などを狙った悪質商法等による消費者被害は跡を絶たない状況にあります。このような、より配慮の必要な消費者に対しては、その特性を踏まえたきめ細かな対策が必要となっています。

② ライフステージに応じた消費者教育の実施

消費者教育は幼児期から高齢期までの各段階ごとに行われることが重要ですが、大学生、社会人、高齢者等に対しては取組がされにくい状況にあります。消費者が主役となる社会の実現のためには、ライフステージに応じた体系的な消費者教育を実施する必要があります。

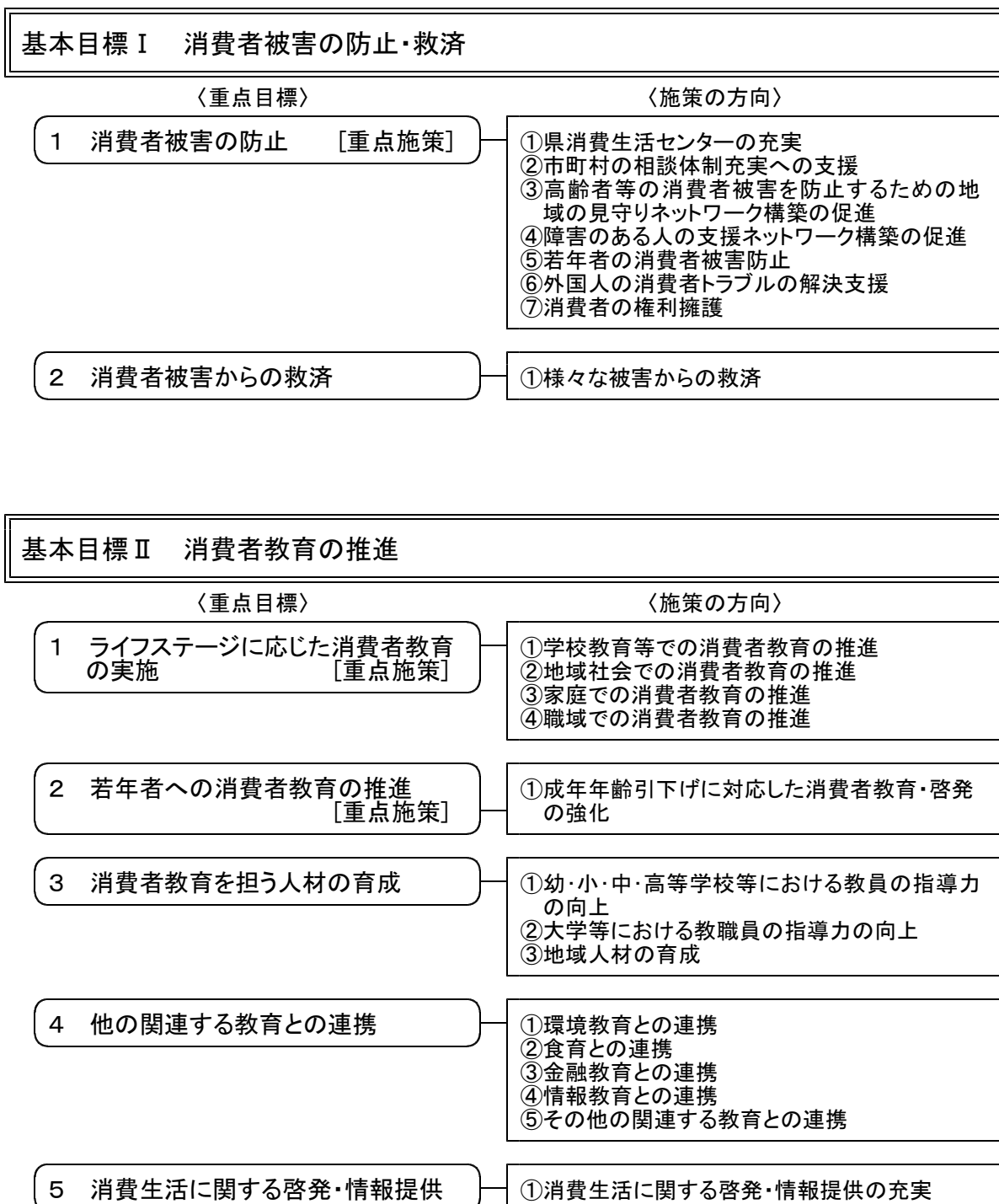
③ 若年者への消費者教育の推進

令和4(2022)年の成年年齢が引下げにより、18歳・19歳の消費者トラブルが急増することが懸念されています。そのため、若年者が主体的に判断し、責任を持った消費活動が行われるよう、実践的な消費者教育の更なる強化が求められています。

第3章 目標と取組

この計画は、消費生活条例の体系に基づく5つの基本目標と、その下に17の重点目標を定め、総合的に取り組みます。

1 計画の体系図



基本目標Ⅲ 消費者の主体的な活動への支援

〈重点目標〉

1 公正で持続可能な社会を目指した消費生活の促進

① エシカル消費(倫理的消費)の普及啓発
② 「もったいない」運動の推進
③ 地球温暖化防止対策の推進
④ 食品ロス削減の推進

2 消費者の組織活動の促進

① 消費者団体の活動の促進
② 消費者団体の交流・連携の促進

3 消費者の意見の反映

① 消費者と行政との連携

〈施策の方向〉

基本目標Ⅳ 自主的かつ合理的な選択の機会の確保

〈重点目標〉

1 規格・表示等の適正化

① 規格・表示・計量等の適正化

2 取引における公正・公平の確保

① 適正な事業活動の促進
② 悪質な事業者の取締り

3 公正な価格の形成

① 価格・需要動向の監視
② 物価情報の提供

4 生活必需品の安定供給

① 生鮮食料品の安定供給
② 大規模災害時等における生活物資等の確保

〈施策の方向〉

基本目標Ⅴ 安全・安心な商品・サービスの確保

〈重点目標〉

1 生産から消費に至る一貫した食の安全確保

① 生産段階での食の安全確保
② 製造から販売段階での食の安全確保
③ 消費段階での食の安全確保

2 商品(食品以外)・サービスの安全性の確保

① 家庭用品等の安全性の確保
② 医薬品等の安全性の確保
③ サービスの安全性の確保
④ 住宅の安全性の確保

3 安心の定着に向けた信頼の確立

① 情報の提供
② 相互理解の促進

〈施策の方向〉

【計画期間中の重点施策】

- ◎ 消費者被害の防止
- ◎ ライフステージに応じた消費者教育の実施
- ◎ 若年者への消費者教育の推進

2 基本目標、重点目標と施策の方向

基本目標Ⅰ 消費者被害の防止・救済

消費生活相談は、消費者被害を防止し、消費者の権利を守り、安全・安心な消費生活を実現する上で重要です。

県消費生活センターを県内消費生活相談等の中核機関として充実を図るとともに、地域の消費者問題解決力の強化を図り、被害の未然防止、早期発見、迅速な対応が可能となるよう、消費者に身近な市町村の相談体制等の充実への支援を行います。

消費生活上特に配慮を要する高齢者、障害のある人、若年者、外国人だけでなく、災害発生時や感染症拡大時などの混乱した状態では、いわゆる一般的・平均的消費者も悪質商法や特殊詐欺にあいやすくなることから、それぞれの消費者の特性を踏まえたきめ細かな対策が行えるよう、福祉関係者や周囲の人などと連携した消費者被害の防止・救済体制が構築されるよう支援します。

また、食品、多重債務、住宅などの様々な相談窓口の設置や相談会の実施等により、各種消費者被害からの救済を図ります。

【重点目標1】消費者被害の防止＜重点施策1＞

身近な市町村で消費生活相談に適切に対応できるよう支援するとともに、高度なノウハウ等を必要とする困難事案への対応については、県内消費生活相談の中核機関として、県消費生活センターがバックアップするなど、市町村と連携して消費生活相談体制を充実し、あわせて被害防止のための消費者教育を推進していきます。

また、高齢者等の見守りネットワーク構築など地域の消費者問題解決力の向上を支援するとともに、効果的な施策推進のために、消費者教育と消費者被害防止に係る取組の一体的な推進に努めます。

あわせて、消費者の権利を擁護する制度の普及等により消費者被害の防止を図ります。

【施策の方向1】県消費生活センターの充実

県消費生活センターは、県内の消費生活相談窓口の中核機関として、広域的見地や専門的知識を必要とする相談等に対応するため、研修等による相談員のレベルアップや弁護士による法律特別相談などにより、一層の対応機能の充実を図ると同時に、それぞれの市町村の消費生活相談体制の状況に応じて、その充実を支援します。また、電話での相談が苦手又は困難な方のためにSNSでの相談に対する対応も検討します。

さらに、全国消費生活情報ネットワークシステム(PIONET:パイオネット)の活用や弁護士等を交えての研究会の開催等により、相談事例の研究を行い、その成果を生かした情報提供や消費者教育を行います。

このほか、民法の成年年齢の引下げに向け、消費者教育の拠点として、高等学校や大学等と連携して若年者の消費者教育を推進しつつ、生徒・学生などの消費者トラブルに対しても、円滑に連携して対応できる関係の構築を進めます。

さらに、障害のある人が、地域で安全安心な消費生活を送れるよう、障害の特性に配慮した消費者教育教材の開発や講座等に取り組みながら、支援機関等とのネットワークづくりを進めます。

〔施策の方向2〕市町村の相談体制充実への支援

消費者に最も身近な市町村の消費生活センターや相談窓口は、地域の消費者被害の未然防止、救済及び消費者教育の拠点としての役割が期待されています。

そのため、市町村において、消費生活相談や消費者教育の中心となる人材を育成できるよう支援するとともに、消費生活センターの設置や専門相談員の配置を働きかけます。

また、市町村での消費生活相談対応力の向上のため、県消費生活センターにおいて、相談員等のレベルアップ研修等を実施するとともに、困難事案への助言などそれぞれの市町村の状況に応じて必要な支援を行います。あわせて、消費者教育コーディネーターを中心に、市町村での消費者被害防止のための消費者教育や啓発についての取組を支援します。

〔施策の方向3〕高齢者等の消費者被害を防止するための地域の見守りネットワーク構築の促進

高齢者等の消費者被害を防止するため、各市町村において、消費者行政部門が福祉部門や警察等と連携し、地域の関係機関等の協力のもとに、先行する福祉分野の取組などとの協働に留意しつつ、見守りネットワークの構築が進められるよう支援します。

あわせて、その枠組みを生かした見守る側・見守られる側双方への消費者教育を、講座等を通じて支援し、地域の消費者被害防止への対応力を高めます。

また、消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会」の設置に向けた関係機関等との調整を促進するなど、市町村・地域の高齢者等の消費者被害防止の取組を支援します。

〔施策の方向4〕障害のある人の支援ネットワーク構築の促進

地域で障害のある人の安全安心な消費生活を支えるため、消費生活センターと関係団体等との連携・協働の下に、障害特性に配慮した消費者教育教材を開発し、これらを活用した講座等に取り組みながら、消費生活相談を含む幅広い支援ネットワークの構築を目指します。

〔施策の方向5〕若年者の消費者被害防止

スマートフォンやインターネットに起因する消費者トラブルに若年者が巻き込まれるのを防ぐため、フィルタリングの設定促進や、スマートフォン等に潜む危険性に関する情報提供などを通じて、スマートフォン等の適切な利用を推進します。また、若年者がターゲットとされているマルチ・投資トラブルや就活セミナートラブル等に巻き込まれないよう、消費者教育や啓発、相談窓口の周知等による支援等を行います。

〔施策の方向6〕外国人の消費者トラブルの解決支援

今後も増加が見込まれる在留外国人や訪日外国人に対する情報提供や消費生活相談の対応を行うとともに、円滑なコミュニケーションを支援するための通訳、翻訳サービスを提供します。

〔施策の方向7〕消費者の権利擁護

地域包括支援センターによる高齢者の権利擁護事業の充実や成年後見制度の活用により、高齢者及び障害のある人等の被害の防止を図ります。
また、「消費者団体訴訟制度（差止請求・被害回復）」など、適格消費者団体等と連携して消費者の権利に関する制度の情報提供等を行います。

(参考) 高齢者等の消費者被害を防止するための地域の見守りネットワークの構築 → P 3 4

【重点目標2】消費者被害からの救済

県消費生活センター及び市町村の消費生活センターや相談窓口で消費生活相談を行うほか、様々な被害から消費者を救済等するための相談の場を設けます。

〔施策の方向1〕様々な被害からの救済

様々な被害から消費者を救済するために、消費生活相談のほか、住宅リフォーム相談、貸金業利用者相談、多重債務相談を行います。
特に、多重債務者対策については、国及び県の関係部局、弁護士会、司法書士会及び事業者団体などで構成する多重債務者対策協議会により、関係機関・関係団体と連携を図りながら必要な取組を行います。
また、解決困難な相談については、岡山県消費生活懇談会苦情処理部会によるあっせん・調停を行うとともに、一定の要件を満たす訴訟には援助も行います。

基本目標Ⅱ 消費者教育の推進

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います。（消費者教育の推進に関する法律第2条第1項）

自立した消費者であるためには、まず被害に遭わない消費者であること、そして合理的な意思決定ができる消費者であることが必要ですが、消費者教育は、これに加え、社会の一員として、より良い社会発展のために積極的に関与するという点でも自立した消費者を育成することを目指します。

また、消費者教育を通じて、加害者になる人を減少させるとともに、消費者として良識ある行動がとれる人、子どもや高齢者・障害のある人など周囲の見守りが必要な人にしっかりと目を向けることができる人を育成することも重要です。

[消費者教育の推進]

消費者が主役となる社会の実現のためには、ライフステージを通じた体系的な消費者教育が重要であり、消費者教育を担う人材の育成をはじめ、関連する教育との連携や幅広い情報の共有などを進めていく必要があります。

このため、県消費生活センターを消費者教育の拠点として、同センターに配置した消費者教育コーディネーターを中心に、多様な主体と連携・協働して、必要な取組を着実に推進します。

特に、民法の成年年齢の引下げに対応するため、高校生など若年者に対する実践的な消費者教育に重点を置いて取り組みます。

【重点目標1】ライフステージに応じた消費者教育の実施＜重点施策2＞

消費者教育は、生涯を通じて、消費生活に関わる実践的な能力を育むことを目指して行われるべきものです。

このため、幼児期から高齢期までの各ライフステージにおいて、学校、地域、家庭、職域などの場に応じて、また、年齢や障害の有無などの特性にも配慮して、体系的に消費者教育を推進します。

〔施策の方向1〕学校教育等での消費者教育の推進

消費者教育については、学習指導要領等に基づき、社会科や家庭科などの教科で実施するとともに、児童・生徒等のインターネット利用に伴うトラブル等が深刻化している状況等を踏まえ、特別活動等を含む教育活動全体の中で効果的に推進します。

今日、社会で主体的に生きる消費者を育むための教育が求められていることから、学校等において、国や県が作成した実践的な消費者教育教材を活用した授業等を推進するとともに、大学等においては、県消費生活センターが実施する消費者啓発セミナーなどにより、実践的な消費者教育の取組を支援します。

また、こうした消費者教育の取組を通じて、生徒・学生等の実際の消費者トラブルに対しても、高等学校や大学等と消費生活センター等が円滑に連携して対応できる関係の構築を進めます。

〔施策の方向2〕地域社会での消費者教育の推進

学校卒業後のライフステージにおいては、地域社会での消費者教育が重要です。

このため、県消費生活センターが実施する消費生活講座や消費者啓発セミナー、岡山県金融広報委員会が実施する金融広報アドバイザーの派遣などにより、消費者教育を受ける機会を広く提供するとともに、消費者被害撲滅キャンペーンをはじめ、消費生活情報誌やホームページ等を活用した啓発活動を推進します。

また、市町村が行う地域コミュニティや社会教育施設等と連携した講座の開催や、高齢者等の見守りネットワークの枠組みを生かした見守る側・見守られる側双方への教育・啓発の取組を支援するとともに、世代間の情報格差を解消するため、高齢者等の情報リテラシー向上にも努めます。

障害のある人の安全安心な消費生活を支えるために、県消費生活センターと関係団体・支援機関等との連携・協働の下に、障害の特性に配慮した消費者教育教材の開発や啓発講座等に取り組みます。

さらに、国の施策により急速な普及が見込まれるキャッシュレス化についても、これに関連する被害の防止のための啓発を行います。

〔施策の方向3〕家庭での消費者教育の推進

家庭では、金銭管理や物を大切に使うことをはじめ、携帯電話やインターネットの正しい使い方や危険性などについて子どもに身に付けさせることや、学校教育等での学びを生活の中で定着させる面からも、保護者による教育が重要です。

このため、地域での消費者啓発セミナーの開催や学校の保護者会・PTA活動等への講師の派遣などにより、保護者が身近なところで学べる機会、また、子どもと共に学ぶことのできる機会の充実や情報提供に努めます。

〔施策の方向4〕 職域での消費者教育の推進

就職して社会に出ると、主体的に消費活動を行う機会が増えますが、その際、学校教育の中で得た知識と、社会に出てから必要となる知識は異なる面もあることから、事業者の従業者に対する消費者教育が求められています。

このため、県では、新入社員研修などに県消費生活センター等から講師を派遣するなど、職域での消費者教育を支援します。

【重点目標2】 若年者への消費者教育の推進〈重点施策3〉

民法上の成年年齢が、令和4年4月に20歳から18歳に引き下げられること等を踏まえ、自主的かつ合理的な意思決定ができる消費者を育成するために、若年者に対する消費者教育の取組を進めます。

〔施策の方向1〕 成年年齢引下げに対応した消費者教育・啓発の強化

小学校、中学校、高等学校等の社会科、技術・家庭科、総合的な学習の時間及び高等学校の公民科、家庭科、総合的な学習の時間を中心とした教科の授業において、実践的な消費者教育を推進します。

(参考) 実践的な消費者教育教材 → P34

【重点目標3】 消費者教育を担う人材の育成

ライフステージを通じた体系的な消費者教育を推進するためには、学校、地域、職域などの場において、多様な人材が適切に教育に関わっていくことが必要となります。

このため、県消費生活センターを中心に、研修等を通じて、教職員、消費生活相談員、消費者行政担当職員、消費者団体関係者、福祉関係者など幅広い人材を、その役割に応じた消費者教育の担い手として育成するとともに、弁護士や司法書士などの専門家を含め教育の担い手の間での連携・協働を促進します。

〔施策の方向1〕 幼・小・中・高等学校等における教員の指導力の向上

幼・小・中・高等学校等の教員は、児童・生徒が、発達段階に応じて、自ら考え自ら行動する実践的な能力が身に付くよう、教員自身の指導力の向上を図ることが重要です。

このため、消費者教育コーディネーターを中心に、教員向けに、実践的な消費者教育教材を活用した授業等に関する研修を実施するとともに、県や市町村

の教育委員会等とも連携して、教員への効果的な研修等の機会の提供に努めます。

こうした研修等を通じて、実際の消費者トラブルや消費生活センターの役割等に対する教員の理解を深め、消費生活センターと教育現場との連携を促進します。

〔施策の方向2〕大学等における教職員の指導力の向上

大学等での学生への消費者教育や啓発を効果的に推進するためには、教員や職員において、消費者問題への理解が図られていることが重要です。

このため、消費者教育コーディネーターを中心に、消費者啓発セミナー等を活用した研修等を通じて、学生に対する教職員の指導力の向上が図られるよう支援するとともに、学生の消費者トラブルに対して、学生支援部門等が円滑に対応できるよう、大学等と消費生活センター等との連携を促進します。

〔施策の方向3〕地域人材の育成

地域での消費者教育を推進していくためには、市町村の消費生活相談員や消費者行政担当職員など中心となる人材が必要です。

このため、消費者教育コーディネーターを中心に、消費者教育の進め方などに関する研修を実施するとともに、地域の取組を支援しながら、市町村における消費者教育の推進役の育成を目指します。

また、地域の消費者団体関係者や福祉関係者等を対象とした講座の実施により、高齢者等を身近に見守り、啓発することができる人材の育成を図ります。

【重点目標4】他の関連する教育との連携

環境教育、食育、金融教育、情報教育などは、それぞれ独自の目的を持っていますが、消費者としての自立を支援し、また、より良い社会の発展に向けた行動を促すなどの面で、消費者教育と重なるものです。

そのため、これらの教育と消費者教育との関連に着目し、連携して取り組むことにより、一層効果的な教育を推進します。

〔施策の方向1〕環境教育との連携

環境教育においては、持続可能な開発のための教育（Education for Sustainable Development：ESD）の視点を取り入れた教育の実践が重要となっており、環境に対する知識や考えのほか、社会の多様性や将来に対する責任、資源やエネルギーの有限性など、自ら考え、自ら行動する人づくりを推進しています。

3R（廃棄物の発生抑制（リデュース：Reduce）、再使用（リユース：Reuse）、再生利用（リサイクル：Recycle））の推進など、消費生活での実践につながる環境教育は、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育との関わりが深いこと

から、その点を意識して、体験型の環境学習や学校教育における環境教育に取り組むことで、消費者教育との効果的な連携を図ります。

〔施策の方向2〕食育との連携

食育の取組の中で、マナーの習得、食への感謝の念、地産地消の推進といった取組は、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育の課題でもあります。また、栄養バランス等の観点から適切な量と質の食事を選択すること、食品の安全性に関する知識と理解を深めることは、栄養表示を含めた食品表示の適切な理解に向けた消費者教育と密接な関係があります。

このため、家庭、地域、学校、生産流通などそれぞれの領域において、食育と消費者教育との効果的な連携に留意して取り組みます。

〔施策の方向3〕金融教育との連携

金融教育の意義・目的は、金融リテラシー（金融に関する知識・判断力）の向上を通じて、国民一人ひとりが、経済的に自立し、より良い暮らしを可能にするとともに、健全で質の高い金融商品や金融資産の有効活用を通じ、公正で持続可能な社会の実現に貢献していくことにあります。

金融リテラシーは、自立した消費生活を営む上で、必要不可欠であり、消費者教育の重要な要素であることから、金融教育の内容を消費者教育の内容に盛り込むとともに、金融教育と連携した消費者教育を推進します。

〔施策の方向4〕情報教育との連携

高度情報通信ネットワーク社会の進展により、電子商取引やSNSによるコミュニケーションなどが急速に拡大する中、消費生活においても情報化への対応が非常に重要になっています。

今日、便利で安全安心な消費生活を送るためには、生活の中での実践的な能力として、情報モラルや情報リテラシーを身に付けることが必要となっており、そうした面から、消費者教育と情報教育が連携していくことが効果的です。

そのため、教員など教育の担い手等が、関連する教科での取組とともに、児童生徒のネット依存、SNSトラブル、ネット被害・加害などの「スマホ・ネット問題」への取組を含め、これらに関係する情報（講座・講師派遣、WEBサイト、教材など）を広く共有し、有効に活用できるよう努めます。

〔施策の方向5〕その他の関連する教育との連携

法教育や国際理解教育は、消費者教育と重なり合う部分が多く、関連して取り組むことにより、高い効果が期待できます。

（法教育）

商品・サービスの選択から契約に至る一連の過程の背後には、私法の基本的な考え方（契約自由の原則など）があり、自立した消費生活を営むためには、その理解が必要となります。

そのため、法教育の視点を導入して県が開発した消費者教育教材の有効な活

用などにより、法教育と連携した消費者教育を推進します。

(国際理解教育)

国際理解教育は、社会経済の国際化の進展に合わせ、海外の文化や外国の人々との接点を理解し、地球規模の社会問題（環境や資源など）を考えることを狙いとしており、内外の社会情勢及び地球環境に与える影響を自覚する点で、消費者市民社会の形成に向けた教育と深く関係していることから、学校教育等における国際理解教育と消費者教育との連携に努めます。

【重点目標5】消費生活に関する啓発・情報提供

豊かで安全安心な消費生活のためには、必要な情報が迅速かつ的確に提供されなければならない。また、消費者教育の推進のためには、幅広い情報が提供・共有された上で、有効に活用できることが必要です。

そのため、消費者や教育の担い手等に対して、適切に情報を提供し、その効果的な活用が図られるよう取り組みます。

〔施策の方向1〕消費生活に関する啓発・情報提供の充実

消費者被害の未然防止のため、消費生活センターに寄せられる消費者トラブルを様々な角度から分析し、新聞、テレビ等の広報媒体の活用、チラシ、パンフレットの配布やホームページ、SNS等により、きめ細かな情報を迅速かつ的確に提供します。

また、各種情報を県消費生活センターのホームページ等を通じて広く提供するとともに、本県の消費者教育の取組について、講座・講師派遣、WEBサイト、教材などに関する情報を集約して、共有と活用の促進を図ります。

基本目標Ⅲ 消費者の主体的な活動への支援

公正で持続可能な社会を実現するためには、消費者一人ひとりが、人や社会、環境に配慮した消費行動など、社会の一員として、より良い社会の発展のために積極的に関与することが求められます。

このため、消費者教育での学びを基盤として、消費者意識の醸成を図るとともに、環境に配慮した消費行動など消費者の主体的な行動を促進するための取組を推進します。

また、消費者の組織的な活動を支援し、消費者団体の交流促進を図るとともに、消費者の意見を県の施策に適切に反映させていきます。

【重点目標 1】公正で持続可能な社会を目指した消費生活の促進

公正で持続可能な社会を目指して、人や社会・環境に配慮した消費行動である「エシカル消費（倫理的消費）」への関心が高まっています。

こうした観点から、消費者が、適切に商品やサービスを選択し、環境などに配慮した消費生活を送ることができるよう、適切な情報提供を行うとともに、事業者や消費者と協働した実践・啓発運動を展開します。

〔施策の方向 1〕エシカル消費（倫理的消費）の普及啓発

公正で持続可能な社会を実現していく上で、消費者の行動においても、人や社会、環境など、広い視点からの配慮が求められてきており、講座やイベント等を通じて、そうした意識の醸成を図ります。

〔施策の方向 2〕「もったいない」運動の推進

「もったいない」をキーワードに、廃棄物の発生抑制(リデュース：Reduce)、再使用(リユース：Reuse)及び再生利用(リサイクル：Recycle)の3Rを推進する運動を展開し、ワンウェイ（使い捨て）プラスチック使用料の削減や「岡山県エコ製品」の利用促進を図ります。

〔施策の方向 3〕地球温暖化防止対策の推進

地球温暖化を防止するためには、二酸化炭素等温室効果ガスの排出量を削減する必要があります。そのため、エコドライブの推進や低公害車の普及促進に取り組むとともに、公共交通の利用促進を図ります。

また、家庭における省資源・省エネルギーに係る取組や新エネルギー導入の促進を図ります。

〔施策の方向４〕食品ロス削減の推進

まだ食べられるのに捨てられてしまう、いわゆる「食品ロス」については、消費者、事業者、行政の各主体の役割を明確にするとともに、具体的な削減方策等を示した上で、関係者間の緊密な連携のもと、削減の取組を推進します。

(参考) エシカル消費（倫理的消費） → P 3 5

【重点目標２】消費者の組織活動の促進

県内の消費者団体は、これまでも環境問題、消費者被害防止や食の安全・安心などの分野で、学習活動や啓発活動を行い積極的な役割を果たしてきました。

今後も、様々な分野において消費者の組織的な活動を支援するとともに、消費者団体の交流や連携を促進します。

〔施策の方向１〕消費者団体の活動の促進

消費者団体や消費生活協同組合の活動を支援するとともに、地域で消費者啓発を行うグループの育成のための講座を開催します。

また、消費者の組織活動の充実などに結び付くようNPOの運営力強化のための支援を行います。

〔施策の方向２〕消費者団体の交流・連携の促進

消費者被害撲滅のための啓発活動の実施により消費者団体の交流及び連携を図るとともに、消費者団体相互の交流の場としてのきらめきプラザや県消費生活センターの活用を促進します。

【重点目標３】消費者の意見の反映

消費者や消費者団体等の意見を適切に施策に反映できるよう取り組みます。

〔施策の方向１〕消費者と行政との連携

消費者、生産・流通事業者、学識経験者及び教育関係者を委員とした岡山県消費生活懇談会や消費者団体等から意見を聴取するとともに、消費者から知事への申出制度を運用します。

基本目標Ⅳ 自主的かつ合理的な選択の機会の確保

消費者が、自らの意思に基づき合理的に商品やサービスを選ぶためには、規格や表示等が適正であること、公正・公平な取引が行われていること、公正な価格であること、必要な商品やサービスが必要な時に安定して供給されることが必要です。

各種法令に基づいた指導や監視、消費者への情報提供などを行い、自主的かつ合理的な選択の機会の確保を図ります。

【重点目標 1】規格・表示等の適正化

規格、表示等は、消費者が商品やサービスを選択する際の重要な情報です。法の厳正な運用により、適正な規格、表示等の促進を図ります。

〔施策の方向 1〕規格・表示・計量等の適正化

食品表示法、家庭用品品質表示法、不当景品類及び不当表示防止法、計量法等に基づく立入検査や指導により、規格・表示・計量等の適正化を推進します。

【重点目標 2】取引における公正・公平の確保

消費者が自主的かつ合理的な選択をするためには、その前提となる取引が公正で、公平であることが必要です。法の厳正な運用により、取引における公正・公平の確保を図ります。

〔施策の方向 1〕適正な事業活動の促進

特定商取引に関する法律、割賦販売法、医療法、介護保険法、建設業法等に基づいて、事業者の事業活動の指導や監視を行うことにより、適正な事業活動を促進します。

〔施策の方向 2〕悪質な事業者の取締り

特定商取引に関する法律等に基づき、国や他の都道府県等とも連携し、悪質な事業者に対しては事業者名の公表も含めて厳しく指導、処分を行います。また、警察により厳正な取締りを行います。

【重点目標 3】 公正な価格の形成

公正な価格の形成は、消費者が安心して消費生活を営むために重要であることから、価格調査や需給状況の調査を実施し、消費者へ情報提供します。

〔施策の方向 1〕 価格・需要動向の監視
不適正な価格形成により、消費者が不利益を被ることのないよう、必要に応じ、生活必需品の価格の監視を行います。
〔施策の方向 2〕 物価情報の提供
物価調査に基づき、物価の変動等について消費者へ情報提供します。

【重点目標 4】 生活必需品の安定供給

県民の日々の暮らしに密接に関連する生鮮食料品の安定的な供給のための取組を行うとともに、大規模災害時等における生活物資等の確保に努めます。

〔施策の方向 1〕 生鮮食料品の安定供給
県民に新鮮で品質の高い野菜や果物、肉、魚などを供給するため、生産体制の整備と価格の安定対策を推進します。
〔施策の方向 2〕 大規模災害時等における生活物資等の確保
大規模災害時等の緊急時には、関係機関との連携を図り、協定等に基づき食料、生活用品、医薬品、LPガスなどの生活物資等を確保します。

基本目標Ⅴ 安全・安心な商品・サービスの確保

安全・安心な商品やサービスの確保は、消費者の生命や身体に関わる根幹の権利といえます。

このため、食品、家庭用品、医薬品、住宅等について安全が確保され、消費者が安心できるよう、指導や監視、情報提供などを行います。

安全・安心な商品・サービスの確保のうち、食の安全・安心の確保については、「岡山県食の安全・食育推進計画」に基づく取組を進めます。

また、施策の実施に当たっては、すべての人に安全・安心で利用しやすい建物・商品・情報などを提供するユニバーサルデザインの考え方を取り入れます。

【重点目標 1】生産から消費に至る一貫した食の安全確保

食品の安全確保は、消費者にとって最も身近で関係が深く、また、生命や身体の安全に欠かすことができません。

食品の安全性を確保するためには、生産から販売までのすべての段階において、食品関係事業者による安全確保の取組が必要になり、そのための施策を推進するとともに、消費段階においても適切な注意喚起等により消費者の健康被害の防止に努めます。

食品による健康への悪影響を未然に防止する観点から、生産から販売に至る一連の各段階で科学的知見に基づいた施策を進めるとともに、科学的かつ総合的な施策を進める上での基礎となる調査研究や人材育成など、食品の安全性を確保するための体制基盤の充実を図ります。

また、健康への悪影響が発生した場合には、関係者がそれぞれの役割を果たしながら拡大防止、再発防止に取り組みます。

〔施策の方向 1〕生産段階での食の安全確保

食品が適切な管理の下で生産されるよう、と畜場(とちくじょう)等で処理される食肉等の衛生管理、BSE対策、高病原性鳥インフルエンザ防疫対策など畜産物の安全確保対策、農産物生産の工程管理や農薬の適正使用など農産物の安全確保対策、貝毒発生監視など水産物の安全確保対策に取り組みます。

〔施策の方向 2〕製造から販売段階での食の安全確保

食中毒の防止、不良食品の排除、適正な食品表示、HACCPによる自主衛生管理の推進などの施策に取り組みます。

〔施策の方向 3〕消費段階での食の安全確保

県民に対して食中毒の予防に関する知識の普及啓発、健康危害情報の提供による注意喚起、食の安全に関する相談・申出対応などの施策に取り組みます。

【重点目標 2】商品（食品以外）・サービスの安全性の確保

県民の暮らしに不可欠な家庭用品、医薬品、住宅等の商品やサービスの安全性を確保するため、各種法令等に基づき監視・指導を行います。

〔施策の方向 1〕 家庭用品等の安全性の確保
有害物質を含有する家庭用品の試買検査や、消費生活用製品、電気用品及び液化石油ガスの販売業者に対する立入検査等により、家庭用品等の安全性を確保します。
〔施策の方向 2〕 医薬品等の安全性の確保
医薬品や医療機器などの製造販売業者等に対する立入検査等により、医薬品等の安全性を確保します。
〔施策の方向 3〕 サービスの安全性の確保
理容、美容、クリーニング、公衆浴場など生活衛生に係る営業施設の指導監視により、サービスの安全性を確保します。
〔施策の方向 4〕 住宅の安全性の確保
住宅の耐震診断の実施や改修の促進、室内空気汚染物質に関する相談の実施、高齢者等の住宅改造助成の実施、住宅瑕疵担保履行法の普及啓発や住宅等の防犯指針の周知により、住宅の安全性を確保します。

【重点目標 3】安心の定着に向けた信頼の確立

消費者は、事業者 비해情報の質や量、交渉力において不利な立場にあるといえます。安心な消費生活のためには、その格差の是正を図ることが必要です。

商品・サービスについて、県及び関連事業者自らによる積極的な情報提供を促進するとともに、関連事業者と消費者等との情報・意見交換により、消費者の商品・サービスに対する安心の定着や相互理解を図り、信頼関係の構築に努めます。

〔施策の方向 1〕 情報の提供
情報社会の現代は、様々な情報が日々飛び交っており、その中には必ずしも正確ではない情報も存在します。 事業者のコンプライアンス意識の向上を図り、事業者自らが事業活動の自主基準を公表する活動を支援すると同時に、県民に対して生産履歴や科学的知見に基づく正確でわかりやすい食の安全・安心に関する情報、製品事故、リコー

ル製品に関する情報等を、新聞、テレビ、ラジオ、広報紙、県ホームページなど様々な広報媒体を利用し提供します。

〔施策の方向2〕相互理解の促進

商品等への理解を深めたり、より良い商品等を提供したりするため、消費者と情報や意見の交換をする事業者の活動や、地域で活躍する食のリスクコミュニケーションの支援等を推進します。

3 計画期間中の重点施策

県が実施する消費生活に関する様々な施策の中でも、消費生活をめぐる諸課題に対応するため、特に次の施策に重点的に取り組むこととし、計画期間中の効果検証のための目標値(別表)を設定します。

施策1 消費者被害の防止

消費者に身近な市町村で消費生活相談が適切に対応できる体制づくりを支援します。

また、消費生活上特に配慮を要する高齢者や障害のある人等に対して、それぞれの特性を踏まえたきめ細かな対策を行います。

(施策例)

- ・市町村の消費生活相談体制の充実支援
- ・地域における見守りネットワーク構築支援
- ・障害のある人に配慮した教材の開発と講座の実施

施策2 ライフステージに応じた消費者教育の実施

年齢、性別、障害の有無のほか、消費生活に関する知識の量や情報通信機器の利用状況などの消費者の特性に配慮しつつ、生涯を通じて、それぞれのライフステージに応じた学びの機会を提供できるよう取り組みます。

(施策例)

- ・公民館等での生涯学習活動や企業等との連携による、幅広い層への消費者啓発講座等の実施促進
- ・消費者教育コーディネーターを中心に、市町村での消費者教育の推進役の育成と取組の支援
- ・地域の見守りネットワークの枠組みを活用した、見守る側・見守られる側への消費者教育の推進

施策3 若年者への消費者教育の推進

民法の成年年齢引下げに向けて、若年者の消費者被害の防止・救済のため、また、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のため、学校

等における実践的な消費者教育を推進します。

(施策例)

- ・学校教育等における実践的な消費者教育教材を活用した授業等の普及促進
- ・若年者への消費者教育を担う教員等への研修の実施充実
- ・学校・大学等における消費者啓発セミナー等の実施促進
- ・消費生活相談現場（消費生活センター等）と教育現場（高等学校・大学等）との連携の強化促進

(別表) 第4次岡山県消費生活基本計画 目標値

重点施策	目標項目	計画策定時	目標値
1 消費者被害の防止	消費生活センター設置市町村の、県内人口カバー率	85.1% (R2)	90.0% (R7)
	消費生活相談員を配置する市町村数(派遣相談員を含む)	18市町 (R2)	27市町村 (R7)
	消費生活ホットライン188の認知度(「言葉も内容も知っている」)	15.8% (R2)	30.0% (R7)
	「消費者安全確保地域協議会」*1を設置した市町村の数	2市 (R2)	10市町村(R7)
2 ライフステージに応じた消費者教育の実施	消費者啓発セミナーの受講者数(5年累計)	32,711人 (H27～R元累計)	35,000人 (R3～R7累計)
	見守り力アップ講座受講者数(5年累計)	2,000人 (5年間の推計)	2,200人 (R3～R7累計)
3 若年者への消費者教育の推進	実践的な消費者教育教材*2を活用した授業等を実施する公立の高等学校等の割合	98.4% (R元)	100% (R7)

- *1 高齢者等の消費者被害防止や被害の早期発見のために、地域の福祉関係者、事業者、警察等が連携して、必要な情報交換、見守り活動等を行う組織（消費者安全法に規定）
- *2 「社会への扉」（消費者庁作成）及び「発達段階別消費者教育教材」（県作成）・「障害のある人向けの消費者教育教材」（県作成）

第4章 計画の進め方

県は、次のことを考慮しながら、この計画に掲げた施策を強力に推進します。

1 推進体制

様々な分野に関連する消費者施策の総合的かつ効果的な推進を図るため、消費生活行政庁内連絡会議を活用し、関係施策の連絡調整を行うとともに、消費者事故や消費者被害等の情報共有と迅速な対応に努めます。

2 県民、各種団体等との連携

消費者が主役となる社会の実現のため、県民、消費者団体、事業者団体、NPOをはじめ、若者のグループや老人クラブ、福祉関係者など、様々な団体と連携、協力することにより、効果的な施策の実施に努めます。

3 国、他の都道府県、市町村との連携

国や他の都道府県、市町村と積極的に情報共有や連携を図り、適切な役割分担のもと、消費者問題に的確に対応します。

4 具体的施策の進捗状況の調査及び見直し

計画の推進に当たっては、毎年度、具体的施策の進捗状況を調査した上で、岡山県消費生活懇談会に報告し、意見を踏まえて次年度以降の施策の見直しを行います。

岡山県消費生活懇談会の議事録等は、岡山県暮らし安全安心課のホームページに掲載し、公表します。

5 諸情勢の変化への対応

計画期間中、社会経済情勢の急激な変化や国の消費者政策の変更があった場合は、適時適切に見直します。

参考① 持続可能な開発目標（SDGs）の推進と消費者政策



持続可能な開発目標(SDGs)の推進と消費者政策

2015年9月に国連の持続可能な開発サミットで採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」は、経済・社会・環境をめぐる広範な課題について、全ての関係者の役割を重視し、「誰一人取り残さない」世界の実現を目指す国際目標です。

消費者庁は、この国際目標の達成に寄与するため、安全・安心で豊かに暮らすことができる社会を実現するという使命の下、消費者基本計画に基づき、様々な施策を推進しています。

消費者基本計画における主な施策					
①消費者の安全の確保	②表示の充実と信頼の確保	③適正な取引の実現	④消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成	⑤消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備	⑥国や地方の消費者行政の体制整備
<p>事故の未然防止、発生時の拡大防止など消費者の安全の確保に向けて、消費者事故の情報収集・公表や消費者への注意喚起に取り組んでいます。</p>	<p>景品表示法の普及啓発・厳正な運用、食品表示による適正な情報提供・関係法令の厳正な運用などに取り組んでいます。</p>	<p>高齢化、情報化の進展など消費者を取り巻く環境の変化を踏まえ、取引の適正化に向けた対応を図っています。</p>	<p>エシカル消費の普及啓発を始め、ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進を図るとともに、食品ロスの削減、消費者志向経営の推進などに取り組んでいます。</p>	<p>消費者の被害救済のための体制の充実を図るとともに、高度情報通信社会やグローバル化の進展に対応した消費者利益の擁護・増進を図っています。</p>	<p>消費者庁が消費者行政の司令塔の役割を果たすとともに、どこに住んでも質の高い相談を受けられる体制整備や高齢者等の見守りネットワークの構築に取り組んでいます。</p>
<p>〈関連するSDGs〉</p>	<p>〈関連するSDGs〉</p>	<p>〈関連するSDGs〉</p>	<p>〈関連するSDGs〉</p>	<p>〈関連するSDGs〉</p>	<p>〈関連するSDGs〉</p>



(消費者庁HPより)

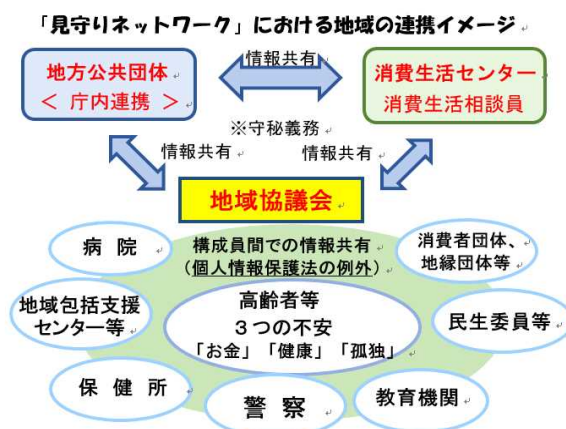
参考② 消費者ホットライン「188（いやや）」

消費者ホットラインは、全国共通の3桁の電話番号で、都道府県や市区町村が設置している最寄りの消費生活相談窓口を案内します。

契約、悪質商法等どこに相談してよいか分からない場合には、まずは、局番なしの「188番」へ電話しましょう。

参考③ 高齢者等の消費者被害を防止するための地域の見守りネットワークの構築

高齢者、障害のある人、認知症等により判断力に不安がある人などの消費者被害を防ぐため、地方公共団体と地域の関係者が連携した見守りネットワークの構築を目指し、県では研修会の開催や担当職員が地域に出向いてネットワークづくりをサポートしています。消費者安全法の改正（平成28（2016）年4月施行）により「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となったことにより、福祉分野などの既存のネットワークと協働して、地域で高齢者等を見守るための効果的な取り組みを推進していきます。



参考④ 実践的な消費者教育教材

○社会への扉（消費者庁作成）

民法の成年年齢の引下げ等に向けて、高等学校段階までに、契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任を理解するとともに、身近な契約等を通じて、社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できる能力を育むことを目的とした教材です。自立した消費者を目指して、12のクイズを通じて、学ぶことができます。

○発達段階別消費者教育教材（岡山県作成）

平成27（2015）年度からの3年間で、教育関係者等との協働により、幼児期から高校生期までの発達段階に応じた消費者教育教材（紙芝居2種類、授業教材パック5種類）を作成しました。

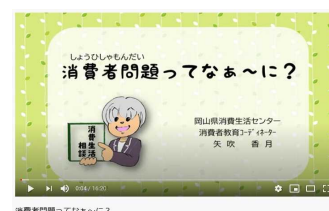
関係者で構成する研究会の議論を踏まえ、学校でのモデル授業等を通じて改良を重ねて完成し、県内全ての小中高等学校と幼稚園・保育所等に配布しており、アクティブラーニングにも適した教材（主題は、約束、契約、情報モラルなど）として、学校教育等での効果的な活用を図ります。

○障害のある人向け消費者教育教材（岡山県作成）

障害のある人に配慮した消費者教育教材として、平成28（2016）年度に、知的障害のある人向けに、生活に身近なテーマで分かりやすい教材（社会生活授業パック）を作成したほか、平成30（2018）年度に聴覚障害のある人向けの教材、令和元（2019）年度に視覚障害のある人向けの教材を作成しました。

○「動画で学ぶ消費者生活」の配信（岡山県作成）

聴覚障害がある方にも学習しやすいよう、字幕を付けた消費者教育動画を作成し、YouTubeで配信しています。



参考⑤ エシカル消費（倫理的消費）

〔エシカル消費（倫理的消費）とは〕

エシカルとは、英語で「倫理的」という意味で、消費者基本計画ではエシカル消費を、「人や社会・環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動」と表現しています。

消費者庁は、次の5つの行動をエシカル消費の例として挙げています。

- ①環境への配慮
 - ・エコ商品、リサイクル製品等を選ぶ
- ②社会への配慮
 - ・寄付付き商品（売上金の一部が寄付につながる商品）を選ぶ
 - ・フェアトレード商品（発展途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に取引された商品）を選ぶ
- ③人への配慮
 - ・障害のある人の支援につながる商品を選ぶ
- ④地域への配慮
 - ・地元の産品を買う（地産地消による地域活性化や輸送エネルギーを削減）
 - ・被災地の産品を買う
- ⑤生物多様性への配慮
 - ・認証ラベルのある商品を選ぶ（F S C森林認証（適切に管理された森林資源を使用した商品）など）

〔SDGsとエシカル消費〕

SDGsの17の目標のうち、目標12「つくる責任 つかう責任」では、持続可能な消費形態を確保することを目的としており、エシカル消費は、主に、この目標12の達成につながるものとされています。

さらに、フェアトレード商品を選ぶことは、目標1「貧困をなくそう」、目標2「飢餓をゼロに」、目標10「人や国の不平等をなくそう」など、SDGsに掲げられた多くの目標と密接に関わっています。