

第2章 県民の消費生活をめぐる現状と課題（抜粋）

1 消費者を取り巻く環境の変化

○:現状 ●:課題

(1)消費生活に配慮を要する消費者の拡大

- 高齢化、高齢単独世帯、地域コミュニティの衰退等
- 全ての消費者が有する多様な「消費者の脆弱性」に着目
- 消費者の多様化等を踏まえたきめ細やかな対応が必要
- 消費者教育の参加経験：48.1%（県）
- 消費者トラブルの経験：15.5%（県）
- 消費者トラブルの際、誰にも相談しなかった：34.9%（県）
- 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、安全・安心な消費行動を取ることができるために支援の在り方

(2)消費生活におけるデジタル技術の浸透
(全ての消費者にトラブルのリスク)

- インターネット通信販売で商品を購入
→年1回以上：49.3%（60歳以上でも26.8%）（県）
- 消費者トラブルの原因はネット通販が最多（県）
- 全ての消費者が消費者トラブルのリスクにさらされていることを念頭に、いかに消費者トラブルの予防・解決を図るか

(3)消費生活のグローバル化の進展
(海外事業者との取引増加等)

- デジタル取引の特性を踏まえたサービスや規約等の理解促進

(4)持続可能でより良い社会の実現

- （食品ロス削減の取組、消費者と事業者の協働など）
- SDGsにつながる食品ロス削減・エシカル消費に関する認知度と理解の向上

(5)緊急時における消費行動の変化

- 不確かな情報に基づく消費行動や消費者トラブルへの注意喚起、情報提供の在り方

2 複雑化・多様化及び高度化する消費者問題等

(1)相談件数

- 相談件数（県十市町村）は年々増加
(R3：13,409件→R6：15,291件（暫定値）)

- SNSが関係する相談の増加

- 高齢者の相談割合の増加 →●地域での見守り体制の強化

- 契約に関する基礎知識が乏しい若年者の消費者トラブル
：10%程度（県） →●若年者への消費者教育・啓発

(2)相談体制

- 消費者ホットラインの認知度：65.2%（県）
- 消費者トラブルの際、誰にも相談しなかった：34.9%（県）
- 消費生活相談窓口の認知度向上

第4章 消費者施策の推進を図るための取組（展開方向ごとに主なものを抜粋）

1 全ての消費者におけるライフステージに応じた体系的・継続的な消費者教育等の推進

(1)消費者教育の推進

- ・ライフステージに応じた消費生活講座等の実施
- ・緊急時における消費活動に関する消費者教育・情報提供（新）
- ・デジタル取引に伴うトラブルに対応した消費者教育の推進（新）

(2)若年者への消費者教育の強化

- ・SNSを活用した注意喚起・周知
- ・学生・若手従業員への学習機会の提供（新）

(3)消費生活に関する情報提供の充実

- ・SNSや県関係団体を通じた情報発信（新）

(4)取引環境のデジタル化・グローバル化や決済サービスの多様化への対応

- ・デジタル化の進展等を踏まえた情報提供・消費者教育の推進

2 配慮を要する消費者に係る消費者トラブルの未然防止とその救済

(1)地域における見守り活動の充実

- ・消費者安全確保地域協議会の設置促進・活性化に向けた情報提供・研修

(2)配慮を要する消費者への啓発

- ・うそ電話詐欺、SNS型投資・ロマンス詐欺等の消費者被害防止に向けた広報啓発
- ・消費生活講座等による学習機会の提供

3 消費者の安全及び自主的かつ合理的な選択の機会の確保

(1)商品・サービスの安全性の確保

- ・情報発信・啓発、販売事業者等への指導

(2)食品・医薬品等の安全性の確保

- ・生産者等との情報・意見交換
- ・事業者等への監視・指導

(3)規格・表示等の適正化

- ・関係法令に基づく指導

(4)生活関連商品の安定的な供給・情報提供

- ・物価情報の提供

(5)緊急時における速やかな情報提供

- ・緊急時の消費行動や悪質商法への注意喚起

4 消費者トラブルの未然防止とその救済

(1)消費者トラブルの未然防止等

- ・情報紙、HP、SNS等を活用した消費者トラブルに関する情報提供

(2)消費者取引の適正化

- ・関係法令に基づく事業者への指導等

(3)紛争の適切な解決の促進

- ・民間事業者によるADR（裁判外紛争解決手続き）の活用促進（新）

5 持続可能な社会の実現に向けた消費者と事業者との連携

(1)食品ロス削減の推進

- ・食べ残し持ち帰り促進ガイドラインの周知（新）
- ・期限表示の理解促進、期限表示ガイドラインの食品事業者等への普及啓発（新）
- ・食品寄附ガイドラインの普及啓発（新）

(2)環境に配慮した消費行動等の促進

- ・県民、事業者への啓発

(3)持続可能な社会の形成に資する取組の推進

- ・エシカル消費、消費者志向経営の取組の推進

6 どこに住んでいても質の高い相談を受けられる体制の充実

(1)消費生活相談窓口の認知度向上

- ・広報紙、HP、SNS等を活用した相談窓口の周知
- ・訪日外国人・在留外国人に係る相談窓口の周知
- ・越境消費者センターの周知（新）

(2)消費生活相談員等の知識・技能の向上（新）

- ・相談員、行政職員の研修参加の促進

(3)市町村消費生活相談体制の充実への支援

- ・地域の実情に応じた広域連携の活用などの情報提供

(4)県消費生活センター等の機能強化

- ・消費生活相談のDX化に向けた市町村への情報提供（新）

(5)相談体制の充実・強化

- ・県弁護士会等関係団体との連携強化