

富山県消費者基本計画（素案）の概要

基本事項

- 策定の主旨** 高齢化の進行、高度情報化、グローバル化の進展等により、消費者を取り巻く環境が大きく変化する中、新たな課題等に対応した消費者施策を総合的かつ計画的に推進する
- 計画の位置づけ** ・富山県民の消費生活の安定及び向上に関する条例（第4条）に基づく基本的計画
・消費者教育の推進に関する法律（第10条）に基づく都道府県消費者教育推進計画
- 計画期間** 令和7年度～令和11年度（5年間）

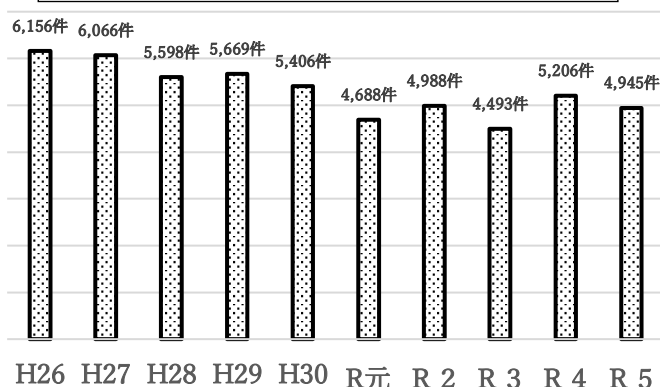
基本理念

条例の基本理念である「消費者の権利の尊重」、「消費者の自立の支援」を図り、「消費者がウェルビーイングを実感できる社会の実現」を目指す

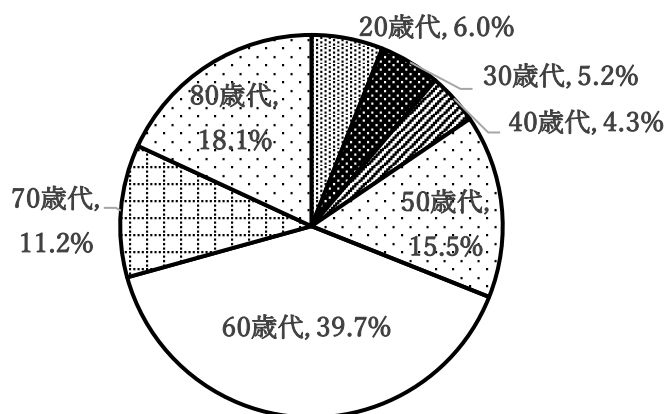
現状・課題

- 近年、相談件数は減少傾向にあるが、依然として高止まりの状態。また、消費者トラブルに遭った者の割合は16.9%。前回調査より0.8ポイント増加
- 特殊詐欺等による被害は認知件数及び被害額が大幅に増加。特に60歳以上の方が被害に遭うケースが多い
- インターネット通販を利用した者のうち1割以上の方が「届いた商品に不具合があった」等のトラブルを経験
- 新成人（18歳）が悪質商法の新たなターゲットになることを防ぐため、高校生・大学生等の若年層への消費者教育の充実・強化が必要
- エシカル消費を実践する人の割合は51.2%。前回調査より14.2ポイント上昇。しかし、年齢別では18歳から29歳の若者世代における取組みが低調
- 県民意識調査では「インターネットを利用した詐欺等の消費者トラブル」、「インターネットを利用できない高齢者等における情報格差、情報リテラシー不足」等への取組みが期待されている

相談件数の推移（県消費生活センター）



特殊詐欺等被害者の年齢（R5年）



計画の推進体制と進行管理

- 推進体制** 担当室課が連携するとともに、国や市町村、関係団体と連携・協力し、それぞれの強みを最大限に活かして施策を推進
- 進行管理** 毎年度、施策の実施状況を富山県消費生活審議会に報告し、検証及び評価を行う

基本方針・施策の内容

() 内に素案の該当ページを記載

基本方針 1 消費生活における安全・安心の確保

(1) 商品、サービス、取引の安全・安心

- ① **商品、サービス、取引の安全・安心の推進**
ア：商品等による危害の防止(35) / イ：悪質商法等による被害の防止(35)
ウ：商品等の規格・表示等の適正化(36) / エ：特殊詐欺等による被害の防止(36)
オ：機能性表示食品等を含む食の安全(36)
- ② **事業者に対する適正な指導・法執行、苦情処理・紛争解決の促進**
ア：法令等に基づく調査体制の強化と事業者指導・法執行(39)
イ：解決困難な事案に係るあっせん又は調停等の実施(41)
- ③ **生活関連物資の確保**
ア：地震等緊急時における生活関連物資の供給要請(42)
イ：高齢者・障害者等いわゆる買物弱者への対応(43)

(2) 効果的な情報収集・発信

- ① **消費者被害情報の収集と積極的な情報発信**
ア：商品・サービスの安全性に関する情報提供(44)
イ：特殊詐欺等被害防止に関する情報提供(45)
ウ：不当な取引行為（契約の勧誘、契約の締結、契約の内容、債務の履行、契約の解除、与信契約に関する不当な行為、インターネット取引に係るトラブル等）に関する情報発信(45)
エ：生活関連物資安定供給のための価格等情報提供(46)
- ② **地震等緊急時における必要な情報発信**
ア：地震等緊急時における正確な情報発信(47)
イ：地震等緊急時に乗じた消費者トラブルへの対応(47)

(3) 相談体制の充実と市町村・関係機関との連携強化

- ① **相談体制の充実**
ア：消費生活相談体制の充実強化(48) / イ：消費生活相談窓口の積極的な広報(48)
ウ：相談を担う人材の確保及び資質向上(48) / エ：消費生活相談のデジタル化(50)
オ：多言語化など外国人向け対応の強化(50)
- ② **市町村・関係機関との連携強化**
ア：市町村との連携及び市町村相談体制の支援(52)
イ：消費者団体及び福祉団体等との連携(53)
ウ：弁護士会・司法書士会等の専門機関との連携(53)
エ：特殊詐欺等被害防止のための警察等関係機関との連携強化(54)
オ：消費者団体の活動の促進(55)
カ：地域の見守りネットワーク構築（消費者安全確保地域協議会設置）の促進(55)
キ：多重債務対策(56)

基本方針 2 消費者教育の推進と人材（担い手）育成

(1) ライフステージに応じた様々な場における消費者教育

- ① **学校等における消費者教育の推進**
ア：学習指導要領に基づいた消費生活に係る学習の実践(58)
イ：成年年齢引下げに対応した消費者教育の推進(58)
ウ：弁護士等による消費生活出前講座の実施(59)
エ：教育機関との連携強化(59) / オ：消費者教育コーディネーターの配置・活用(59)
- ② **地域社会、家庭、職域における消費者教育の推進**
ア：ライフステージに応じた出前講座の実施(60)
イ：高齢者及び障害者等要支援者への消費者教育の実施(61)
ウ：インターネットを活用した広報・情報提供の充実(62)
エ：消費者教育を実施する関係機関との連携(62)

(2) 消費者教育の人材（担い手）の育成・活用

- ① **地域人材の育成・活用**
ア：消費者教育を担う人材育成(63)
イ：消費者教育を行う団体及びグループへの支援(64)
- ② **小・中・高・特別支援学校等の教職員の指導力の向上と教育支援**
ア：教職員向け研修会の開催(65) / イ：実践事例及び消費者教育情報の提供(66)
ウ：消費者教育に用いる実用的な教材の作成・提供(66)

(3) デジタル社会等新たな課題に対応した消費者教育の推進

- ① **消費行動におけるデジタルリテラシー（活用能力）の向上**
ア：学校等におけるデジタルリテラシーの向上(67)
イ：地域等におけるデジタルリテラシーの向上(67)
ウ：高齢者におけるデジタルリテラシーの向上(67)
- ② **金融経済教育の推進**
ア：学校における金融経済教育の実施(68) / イ：金融知識の普及啓発(69)

基本方針 3 連携・協働による持続可能な社会の実現

- ① **人や社会、環境、地域などに配慮した消費行動の推進**
ア：エシカル消費の実践につながる普及啓発(69)
イ：食品ロス・食品廃棄物削減、フードドライブ、地産地消、3R（リデュース・リユース・リサイクル）によるごみの削減(70)
- ② **事業者との連携・協働**
ア：事業系食品ロスの削減(73) / イ：環境保全への配慮(73)
ウ：カスタマーハラスメント対策(74) / エ：消費者志向経営の普及啓発(74)
- ③ **消費者団体との連携・協働**
SDGs やエシカル消費に取り組む消費者団体の活動の支援(75)