

奈良県消費者基本計画の骨子案

県民が安心して豊かな消費生活を営むことができる社会の実現

資料 1

第1章 計画の策定にあたって

【計画策定の趣旨】

- 消費生活を取り巻く環境の変化に対応するため、国や他府県の動向を踏まえ、「奈良県消費者基本計画」を策定し、「県民が安心して豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」を目指して消費者行政を推進する。

【計画の基本的な考え方】

- 消費者教育の推進に関する法律第10条第1項に基づく、第2次奈良県消費者教育推進計画の次期計画。
- 奈良県消費生活条例第3条に基づき、消費者教育推進計画を内包した、県民の消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策について策定する。

【計画の期間】

- 令和8(2026)年度から令和12(2030)年度までの5年間

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

○急速な高齢化の進行、単身世帯の増加、地域コミュニティの衰退

- 消費者トラブルに巻き込まれる高齢者の増加 ・特殊詐欺被害の増加
- 地域の繋がりが希薄となり消費者トラブルを抱え込み深刻化
- ⇒高齢者をはじめあらゆる世代の消費者が安全に消費行動ができるよう支援が必要

○消費生活におけるデジタル技術の浸透

- 若年者から高齢者に至るまで、インターネットやSNSの利用が日常的になり、年齢、教育水準、経済状況に関わりなく消費者トラブルに遭う可能性
- ⇒ライフステージ(幼児期、小学生期、中学生期、高校生期、成人期(若者・成人・高齢者))に応じた消費者教育の提供等による、自立した「消費者力」の育成が必要
- ・情報量や選択肢が多く、消費者が単独で適切な判断をすることが困難
- ⇒デジタルリテラシー等の習得機会の充実が必要

○訪日外国人・在留外国人による消費の増加

- 外国人の消費者トラブルの増加懸念
- ⇒啓発の多言語化、外国人に対応した相談体制の充実が必要

○持続可能な開発目標(SDGs)の取組

- SDGs目標12(つくる責任・つかう責任)は消費者施策と密接に関連
- ⇒エシカル消費など持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進
- 消費者志向経営の推進が必要

今後の予定

R 7. 3 月	消費生活審議会①開催(骨子・スケジュール協議)	1 2 月	文教くらし委員会報告
(4 月	国の第5期消費者基本計画改定)		パブリック募集(1ヶ月)
6・ 7 月	庁内照会・計画策定部会(基本方針等協議)	R 8. 1 月	パブリック反映修正
9 月	計画策定部会(素案協議)		消費生活審議会③開催
	知事レク(議会説明概要、パブリック案協議)	2 月	文教くらし委員会
1 0 月	消費生活審議会②開催(パブリック案協議)		(審査・採決)
		3 月	議会議決・公表

第3章 消費生活行政の基本方針

高齢化やデジタル化等による消費者の脆弱性を前提として

◆基本方針1 消費者被害の防止と救済

- 消費者行政の総合調整 ➢審議会の運営、市町村等関係機関との調整等
- 県消費生活センターの機能強化 ➢DX(デジタルトランスフォーメーション)を契機とした消費生活相談業務の効率化・高度化 苦情処理対応
- 市町村消費生活センター・消費生活相談窓口の定着と機能充実 ➢市町村消費生活センター・消費生活相談窓口の支援
- 各種相談窓口・事業の充実 ➢食の安全、多重債務、医療福祉、商工、住まい関係等の相談窓口との連携
- 消費者被害の救済 ➢解決が著しく困難であると認められる苦情・相談について、あっせん又は調停、訴訟費用の貸付 適格消費者団体との連携
- 高齢者・障がい者等を消費者被害から守る地域の取組の促進 ➢「地域サポーター」の取組及び「見守りネットワーク」の拡充

◆基本方針2 消費者の安全・安心の確保

- 消費者取引の適正化 ➢表示・規格・計量の適正化、契約の適正化、流通の円滑化
- 事業者指導の強化・検査等 ➢事業者指導の強化と関係機関との連携、試験・検査及び調査
- 消費者事故情報等の収集・提供 ➢製品安全や事故に関する講座や情報発信の実施
- 緊急時・災害時における安心確保 ➢正確な情報収集と発信、相談対応の強化

◆基本方針3 自立した消費者の育成・支援(「消費者力の向上」)

- 地域・家庭・職域等におけるライフステージに応じた消費者教育の取組・支援 ➢消費者教育・啓発事業、消費者教育の場や機会づくりの促進 学校教育における消費者教育、各種情報提供等
- 消費者のリテラシー向上(ネット・デジタル・金融) ➢啓発イベントやホームページ等による情報提供を通じたエシカル消費や食品ロス削減等の推進 ➢教育機関と連携した啓発、金融経済教育の推進(J-FLECとの連携)と併せたリテラシー向上 ➢カスタマーハラスメントの防止

◆基本方針4 連携・協働と政策連携による消費者保護、消費者力向上の推進

- 行政、消費者団体、事業者団体、大学、学校、地域、土業等とのネットワーク充実 ➢消費者団体の育成・活動推進、消費者意向の反映
- 福祉、まちづくり等関連分野との政策連携による効果的な事業推進 ➢高齢福祉、障がい者福祉と連携した啓発 ➢地域の消費者力を高めるための啓発、情報提供

第4章 計画の推進体制と進行管理

・推進体制

消費生活審議会幹事会での総合調整

・進行管理

消費生活審議会に実施状況を確認・検証のうえ報告し、委員から意見を聴取し、今後の施策へ反映

・計画の見直し

社会経済環境の変化に対応し、必要に応じて見直し

基本指針	指標	R7年度 現状	R12年度 目標
1. 消費者被害の 防止と救済	① 消費生活センター等の消費生活相談窓口の認知度	60.0% (R7)	↑
	② 消費者ホットライン「188」の認知度	63.3% (R7)	↑
2. 消費者の安全・安心の確保	① 法律・条例に基づいた悪質と思われる事業者の調査件数（年間）	5件	5件
	② 衛生管理の徹底及び監視指導（延べ巡回指導施設数）	3,096件 (R6)	↑
3. 自立した消費者の育成・支援 「消費者力の向上」	① 高齢者を中心とした特殊詐欺被害防止のための出前講座等の満足度	調査中	↑
	② 若年者（小学生～大学生）のネットリテラシーに関する出前講座の満足度	調査中	↑
	③ 消費者被害に気づいて相談した割合	49.3% (R7)	↑
4. 連携・協働と政策連携による消費者保護、消費者力向上の推進	① 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）設置市町村の県内人口カバー率	30.5% (R7.7.1)	50%
	② “カスタマーハラスメント”をしてしまったことがある人の割合	9.4% (R7)	0% (R12)