

# 第 5 次岡山県消費生活基本計画 (素案)

令和 7 (2025) 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4次岡山県消費生活基本計画」の取組状況	12
（1）主な成果	12
（2）今後の課題	13

### 第3章 目標と取組

1 計画の体系図	14
2 基本目標、重点目標と施策の方向	16
3 計画期間中の重点施策	34
（別表）第5次岡山県消費生活基本計画 目標値	35

### 第4章 計画の進め方

1 推進体制	36
2 県民、各種団体等との連携	36
3 国、他の都道府県、市町村との連携	36
4 具体的施策の取組状況の調査及び見直し	36
5 諸情勢の変化への対応	36

参考	37
----	----

## 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」から令和3(2021)年の「第4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、様々な施策を推進してきたところです。

この間、高齢化のさらなる進行や高齢者単独世帯の増加に加え、急速なデジタル化、インターネット取引の拡大、グローバル化の進展等、消費者を取り巻く環境は大きく変化してきました。SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）を利用した詐欺や偽広告、悪質商法など新たな手口も増加しており、年齢や消費生活に関する知識の有無、経済状況等に関わりなく、すべての消費者が消費者トラブルに合う可能性が高まっています。ますます複雑化、多様化する消費者トラブルを防止し、消費者被害にあった場合の被害からの回復や救済を図るため、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7(2025)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5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8(2026)年度から令和12(2030)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

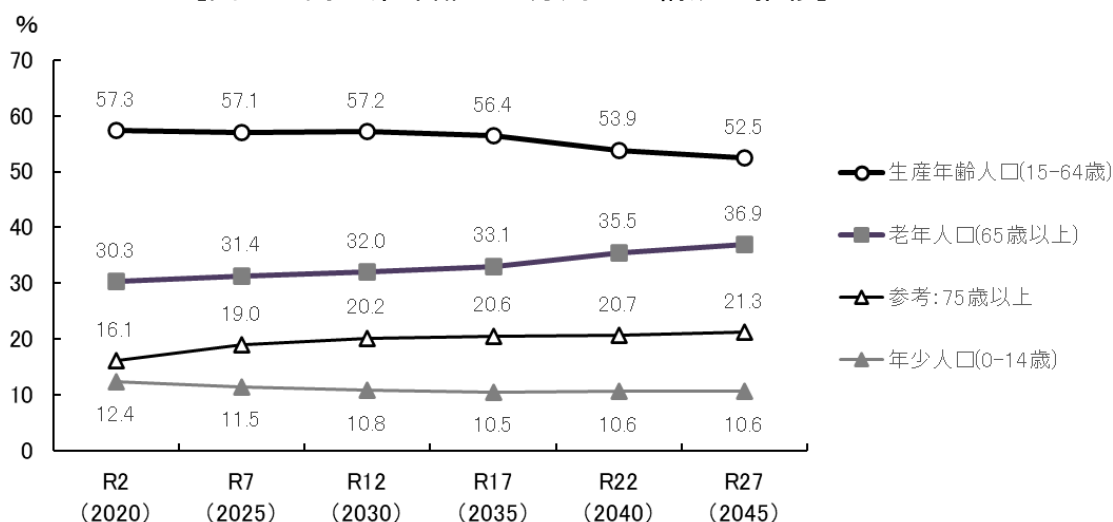
#### (1) 社会状況

##### ① 高齢化の進行及び高齢者単独世帯の増加

令和7(2025)年1月1日の住民基本台帳では、本県の人口は約184万人で、令和2(2020)年から約6万8千人減少しています。一方、65歳以上の人口は約58万人で、約2千人増加しています。

今後も総人口に占める65歳以上の割合は増加し、令和17(2035)年には33.1%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（令和5(2023)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、令和2(2020)年の10万8千世帯から令和17(2035)年には13万5千世帯になり、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。

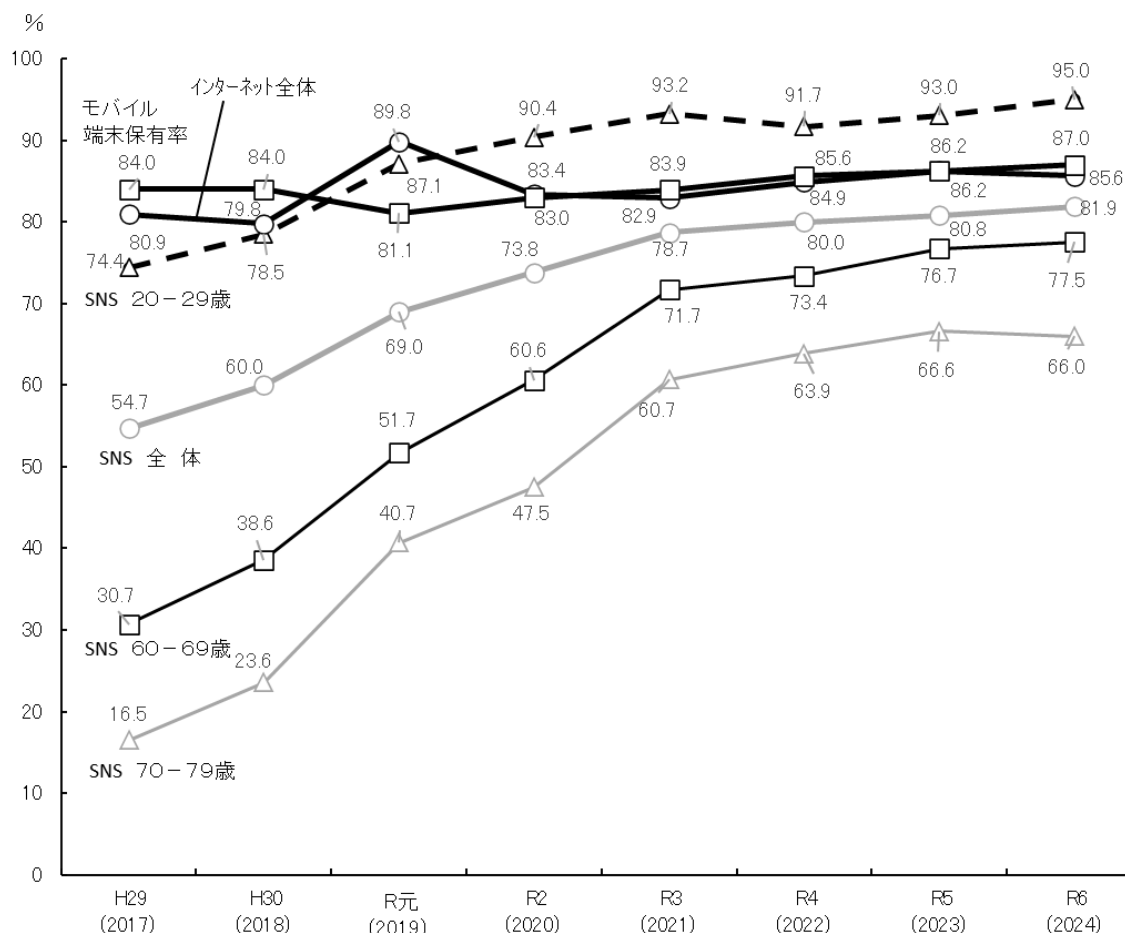
また、令和12(2030)年には、65歳以上の高齢者の7人に1人が認知症と診断され、軽度認知障害(MCI: Mild Cognitive Impairment)を含めると3人に1人が有病となるとの研究結果も示されており、消費生活に配慮を要する消費者の拡大が見込まれます。

## ② デジタル化の急速な進展、取引環境の複雑化・多様化

### [デジタル技術の浸透]

デジタル化の進展により、令和6(2024)年のモバイル端末(携帯電話及びスマートフォンを含む。)の個人の保有割合は87.0%となっています。また、インターネットの利用者の割合は全体で85.6%と9割に迫っており、SNSの利用も高齢者層を含め拡大しています。

[図2 SNS及びインターネットの利用状況並びにモバイル端末の保有率の推移(個人)]



(注) インターネット利用者の割合について、令和元(2019)年調査は調査票の設計が一部例年と異なっている。

総務省：令和6年通信利用動向調査

### [取引環境の多様化]

インターネット取引では、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一方、情報量の膨大さ、商品・サービスや取引・決済手段の選択肢の過多等により、消費者トラブルにあう可能性が高くなることが懸念されます。また、インターネット取引の匿名性やSNS、デジタル技術を悪用した詐欺等の犯罪の手口が多様化・巧妙化しています。

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。

#### [決済手段の多様化]

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、二次元コード決済、後払い決済といった決済手段の多様化は、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。

#### [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っています。しかし、海外の製品は安全性や衛生面の基準等の違いにより、消費者トラブルにつながる可能性があります。

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。

### ③ 在留外国人等の増加による消費の拡大

訪日外国人旅行者の数はコロナ禍による減少から回復し、令和 6 (2024) 年には過去最高となっており、訪日外国人旅行者の消費額も拡大しています。

また、県内在留外国人数は、令和 2 (2020) 年末の約 3 万 1 千人から、令和 6 (2024) 年末には約 3 万 9 千人となり、過去最高となりました。

外国人は、法律、商慣行、習慣、言語の違い等により消費者トラブルにあり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 自然災害の激甚化・頻発化等に伴う緊急時の対応

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 (2018) 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の拡大時には、一部の生活関連物資の買い占めやインターネット上での高額転売のほか、消費者の不安な気持ちにつけ込む悪質商法やトラブルも見られました。自然災害等の緊急時には、消費者の判断力が一時的に低下し、冷静さを欠いた消費行動が誘引される恐れがあるため、正確で迅速な情報発信を行う必要があります。

### ⑤ 持続可能な社会の実現に向けた取組の拡がり

平成 27 (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、令和 12 (2030) 年までの国際目標であり、17 の目

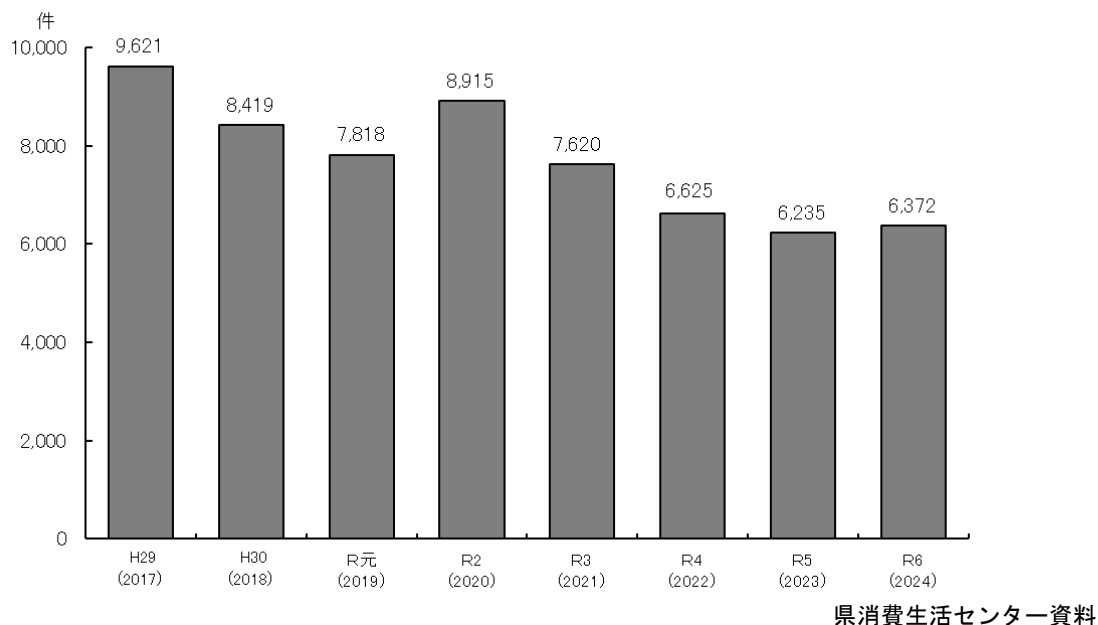
標を達成することにより、「誰一人取り残さない持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現」に向けて取り組むものです。SDGsの12番目の目標「つくる責任 つかう責任」では、事業者任せでなく消費者自らが意識を持ち、行動することが前提となっています。

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、SDGs達成年限の令和12(2030)年に向けて、関係部局と連携して取り組んでいく必要があります。

## (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、令和2(2020)年度は、新型コロナウイルス感染症関連の相談が増加したことにより、一時的に増加していますが、近年は6千から7千件の間で推移しており、令和6(2024)年度は6,372件でした。このうち、60歳以上は2,271件、29歳以下が573件、障害のある人は141件、外国人は16件でした。

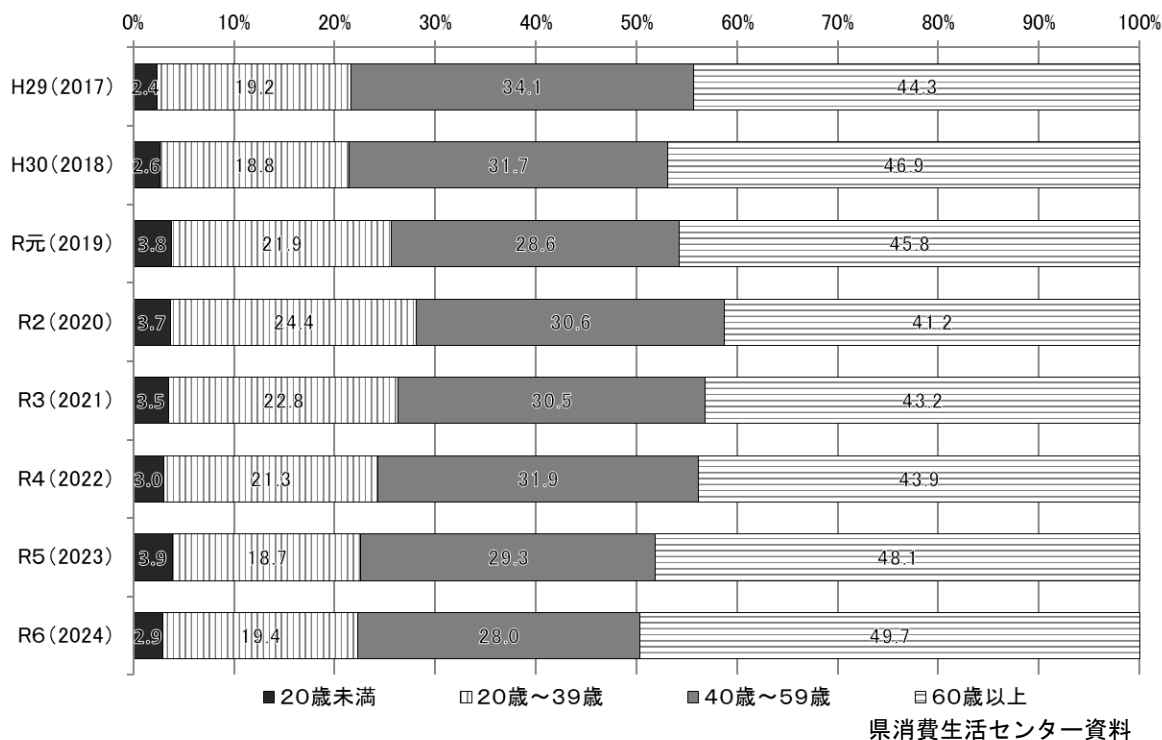
[図3 岡山県消費生活センター相談件数の推移]





契約当事者の年代別の相談件数は、60 歳以上の割合が全体の約半数を占めており、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（年齢不明分を除く。）。

〔図 4 年代別相談割合の推移〕



令和 6 (2024) 年度の販売購入形態別の相談件数の割合は、「通信販売」(33.7%) が最も高く、次いで「店舗購入」(14.8%)、「訪問販売」(6.9%)、「電話勧誘販売」(5.5%)となっています。

令和 6 (2024) 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」(68.1%)、「訪問販売」(44.5%)があり、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しやすい傾向があると考えられます。また、「ネガティブオプション」についても 57.2%と割合が高くなっています。

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」(27.8%)、「その他無店舗購入」(22.3%)などが挙げられます。

近年、インターネットやスマートフォン、SNS 等に関連する相談が増えており、令和 6 (2024) 年度では相談件数全体の 57.1%を占めています。そのうち SNS 関連は相談件数全体の 11.6%で年々増加しています。

相談の契約購入金額の平均額を年代別に見ると、令和 6 (2024) 年度は、70 歳以上が 433 千円、60 歳代が 699 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6(2024)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）

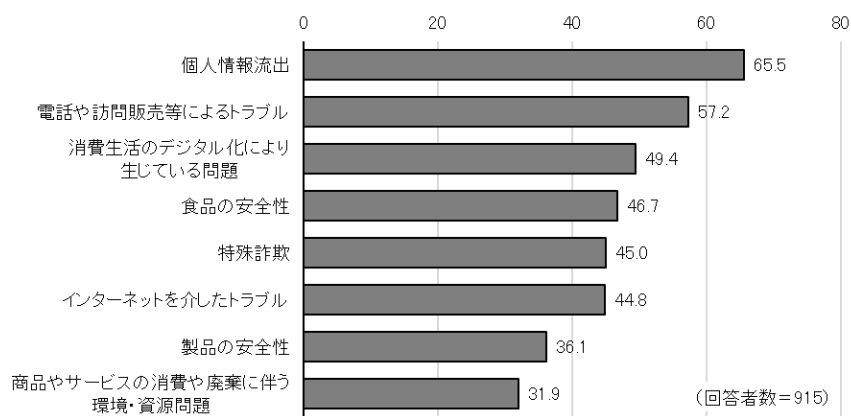
調査方法：郵送配布/郵送・Web回収

調査期間：令和6(2024)年10月25日から11月15日まで

有効回答数：1,396票（回収率55.8%）

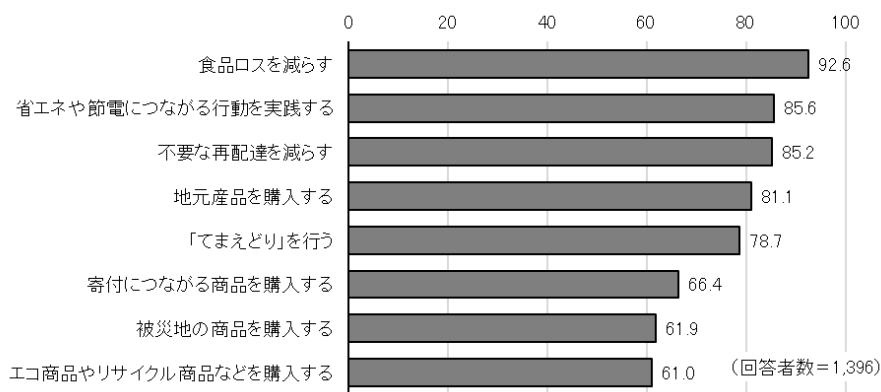
#### ① [関心のある消費者問題の内容（上位8位）]

「個人情報流出」、「電話や訪問販売等によるトラブル」が上位となっています。一方、「商品やサービスの消費や廃棄に伴う環境・資源問題」は31.9%にとどまっています。



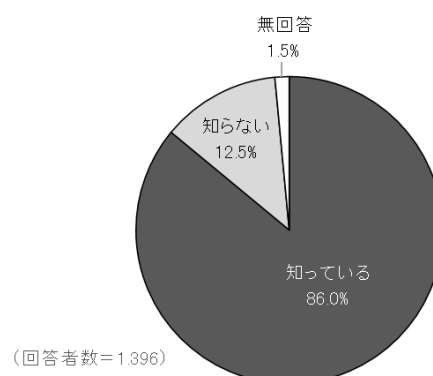
#### ② [エシカル消費など、人、地域、社会や環境に配慮した取組の実践状況（上位8位）]

「食品ロスを減らす」が最も高く、次いで「省エネや節電につながる行動を実践する」、「不要な再配達を減らす」となっています。



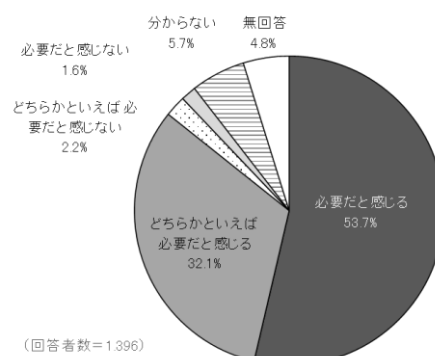
### ③ [カスタマーハラスメントの認知度]

カスタマーハラスメント（顧客等からの暴行、脅迫、ひどい暴言、不当な要求等の著しい迷惑行為）という言葉や話題を知っていたのは、86.0%です。



### ④ [高齢者や障害のある人への地域における見守り活動の必要性]

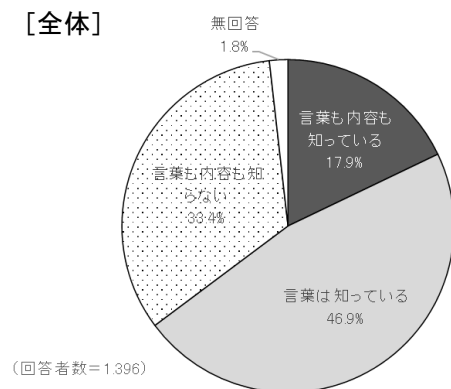
『必要だと感じる』県民の割合（「必要だと感じる」＋「どちらかといえば必要だと感じる」）は85.8%となっています。



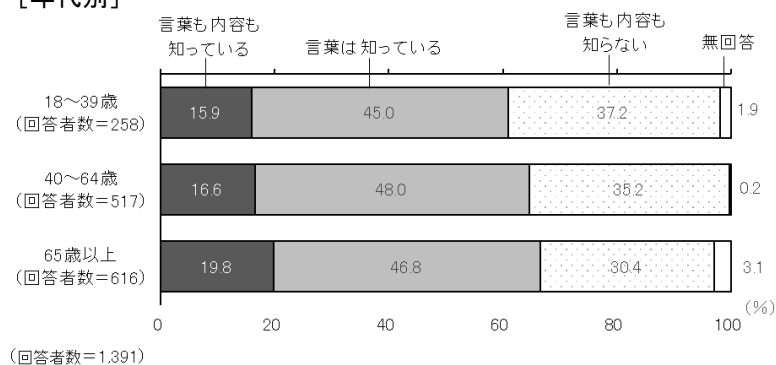
### ⑤ [消費者ホットライン188（いやや）の認知度]

『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、64.8%です。

[全体]



[年代別]



(参考) 消費者ホットライン「188（いやや）」 → P37

## 2 消費者行政の状況

### (1) 国の状況

昭和 43(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。

消費者庁では、様々な消費者の被害の発生等に対応して法整備を行い、平成 24(2012)年 12 月には、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。

昨今、高齢化・デジタル化等、消費者を取り巻く取引環境が大きく変化し、従来の消費者概念や消費者が有する脆弱性に対する捉え方を見直し、消費者政策の価値規範に関する考え方を転換させることが必要となっています。こうした状況を受け、令和 7(2025)年 3 月には、第 5 期となる消費者基本計画が策定され、「消費者が信頼できる取引環境」、「『消費者力』の実践」及び「誰一人取り残されることのない社会の構築」により、安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現並びにウェルビーイングの向上を目指し、消費者施策を強力に実施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、令和 3(2021)年

3月には「第4次岡山県消費生活基本計画」を策定して、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7(2025)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4次岡山県消費生活基本計画」の取組状況

#### (1) 主な成果

第4次計画においては、消費者被害の救済と防止のため、研修や巡回指導等により消費生活相談体制の強化を図るとともに、地域における見守り体制の充実を図りました。また、各種啓発セミナーの開催や学校教育等における消費者教育の推進により、ライフステージに応じた学びの機会を提供しました。

さらに、消費者の主体的な行動を促進するための広報・啓発を展開したほか、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会や安全の確保を図るため、事業者への立ち入り調査や消費者等への情報提供を行いました。

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
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)	85.9% (R7.9.1)	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)	16 市町 (R7.9.1)	27 市町村 (R7)
	消費者ホットライン 188 の認知度（「言葉も内容も知っている」）	15.8% (R2)	17.9% (R6)	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	4 市 (R2)	5 市 (R7.9.1)	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)	17,231 人 (R3～R6 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)	1,650 人 (R3～R6 累計)	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)	98.5% (R6)	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）

## **(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、地域における相談体制や見守り体制の強化が図られるとともに、ライフステージに応じた学びの機会を提供する環境整備が進むなど、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 消費生活相談体制の充実**

複雑化・多様化及び高度化する消費者問題に的確に対応するため、消費生活相談員の確保や専門性の向上等、消費生活相談体制を強化する必要があります。また、相談窓口の利用促進を図るため、県消費生活センターや市町村の相談窓口、「消費者ホットライン１８８（いやや）」の認知度向上が引き続き必要です。

### **② 配慮を要する消費者の被害防止**

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、文化や言語の異なる外国人などを狙った悪質商法等による消費者被害は、後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、各人の状況により支援のニーズも多様であるため、その特性を踏まえたきめ細かな対策や地域による見守りが必要となっています。

### **③ 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に応じて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。また、取引環境が複雑化・多様化する中で、誰もが消費者トラブルにあらう可能性が高まっています。主体的に判断し、責任を持って行動できる自立した消費者を育成するために、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。

### 第3章 目標と取組

この計画は、5つの基本目標と、その下に18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Ⅰ 消費者被害の防止・救済

〈重点目標〉	〈施策の方向〉
1 消費生活相談体制の充実 [重点施策]	①県消費生活センターの充実 ②市町村の相談体制充実への支援
2 配慮を要する消費者の被害防止 [重点施策]	①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 ②障害のある人の支援ネットワーク構築の促進 ③若年者の消費者被害防止 ④外国人の消費者トラブルの解決支援 ⑤消費者の権利擁護
3 消費者被害からの救済	①様々な被害からの救済

##### 基本目標Ⅱ 消費者教育の推進

〈重点目標〉	〈施策の方向〉
1 ライフステージに応じた消費者教育の実施 [重点施策]	①学校教育等での消費者教育の推進 ②地域社会での消費者教育の推進 ③家庭での消費者教育の推進 ④職域での消費者教育の推進
2 若年者への消費者教育の推進	①若年者への消費者教育・啓発の推進
3 消費者教育を担う人材の育成	①幼・小・中・高等学校等における教員の指導力の向上 ②大学等における教職員の指導力の向上 ③地域人材の育成
4 他の関連する教育との連携	①環境教育との連携 ②食育との連携 ③金融経済教育との連携 ④情報教育との連携 ⑤その他の関連する教育との連携
5 消費生活に関する啓発・情報提供	①消費生活に関する啓発・情報提供の充実



## 基本目標Ⅲ 消費者の主体的な活動への支援

### 〈重点目標〉

### 〈施策の方向〉

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  
⑤ カスタマーハラスメント対策

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 消費者と行政の連携

## 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〉

### 〈施策の方向〉

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 緊急時における生活物資等の確保

## 基本目標Ⅴ 安全・安心な商品・サービスの確保

### 〈重点目標〉

### 〈施策の方向〉

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

### 【計画期間中の重点施策】

◎消費生活相談体制の充実(基本目標Ⅰ、重点目標1)

◎配慮を要する消費者の被害防止(基本目標Ⅰ、重点目標2)

◎ライフステージに応じた消費者教育の実施(基本目標Ⅱ、重点目標1)

## 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・救済し、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させるとともに、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。

デジタル化の急速な進展により、インターネット取引の拡大、キャッシュレス決済の普及、グローバル化の進展等、消費者を取り巻く環境は大きく変化し、年齢や消費生活に関する知識の有無、経済状況等に関わりなく、すべての消費者が消費者トラブルにあう可能性が高まっています。また、自然災害時など、取り巻く環境次第では、誰もが一時的に判断力が低下する可能性があるなど、すべての消費者が有する多様な脆弱性を踏まえた対応を充実させる必要があります。あわせて、従来から消費生活上特に配慮を要するとされている高齢者や障害のある人等については、それぞれの特性を踏まえたきめ細かな対策が行えるよう、福祉関係者等と連携した消費者被害の防止・救済体制の構築を支援します。

また、住宅、多重債務など様々な相談窓口の設置や情報提供等により、各種消費者被害の防止・救済を図ります。

#### 〈重点目標〉

##### 1 消費生活相談体制の充実【重点施策】

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。

#### 〈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必要があるため、研修等による相談員の育成を行います。また、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。

相談窓口の利用促進のため、消費生活センターの役割や「消費者ホットライン188（いやや）」について、関係機関等と連携して一層の周知を図ります。

さらに、全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET：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、啓発等を行います。

このほか、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。

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。また、市町村の消費生活相談窓口を訪問し、指導・助言等を行います。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。

### 〈重点目標〉

#### 2 配慮を要する消費者の被害防止【重点施策】

デジタル化の進展等により、消費者問題が複雑化・多様化し、年齢や消費生活に関する知識の有無、経済状況等に関わりなく、すべての消費者が消費者トラブルにあう可能性が高まっています。特に、加齢により判断力が低下する高齢者や、障害のある人、知識や社会経験が不足する若年者等、トラブルにしやすい傾向にある消費者への対応は重要です。

配慮を要する消費者への対応を強化するため、行政や福祉関係者、民生委員等の地域の多様な主体と連携した消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）や障害のある人の支援ネットワークの構築により、地域の配慮を要する消費者の被害防止を支援します。また、出前講座や啓発活動など、消費者教育と被害防止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。

<p><b>〈施策の方向〉①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</b></p> <p>高齢者や障害のある人等、配慮を要する消費者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と連携し、地域の多様な主体の協力のもとに、地域の見守りを行う「消費者安全確保地域協議会」（見守りネットワーク）の設置を促進し、その取組の充実が図られるよう支援します。</p> <p>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することに加え、講座等への参加が困難な高齢者等へ個別に情報提供や注意喚起を実施することで、地域の消費者被害防止への対応力を高めます。</p>
<p><b>〈施策の方向〉②障害のある人の支援ネットワーク構築の促進</b></p> <p>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。</p>
<p><b>〈施策の方向〉③若年者の消費者被害防止</b></p> <p>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。</p>
<p><b>〈施策の方向〉④外国人の消費者トラブルの解決支援</b></p> <p>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。</p>
<p><b>〈施策の方向〉⑤消費者の権利擁護</b></p> <p>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。</p> <p>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。</p>

（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構築  
→ P 3 7

## 〈重点目標〉

### 3 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
<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>

## 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、まず被害にあ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〕

自ら「学び」、「考え」、「行動する」、自立した消費者を育成するためには、ライフステージを通じた体系的かつ継続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。消費者教育の実施に当たっては、従来から特に配慮が必要とされる消費者だけでなく、すべての消費者が多様な脆弱性を有していることを考慮し、個々の特性を踏まえたきめ細かな方法や内容の工夫が必要となります。それに加え、災害その他の非常の事態においても合理的に行動できるよう、非常の事態における消費生活に関する知識を身に付けることも重要です。

また、デジタル化の進展により、多くの消費者が商品取引やサービス利用、情報の取得・発信等の変化に直面しています。消費者は、消費者トラブルから自らを守るため、デジタルサービスの仕組みやリスクを理解し、情報モラルの習得による適切な情報収集・発信を行うことが重要となっています。

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。

### 〈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】

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、学校、地域、家庭、職域等のライフステージに応じた様々な教育の場を活用し、体系的かつ継続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。

主体的に判断し責任を持って行動できる消費者を育成するため、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用いた授業等を推進するとともに、県消費生活センターが実施する消費者啓発セミナー（出前講座）や、外部講師の派遣などにより、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、学校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、金融経済教育推進機構（J-FLEC）が実施する講師派遣の広報などにより、消費者教育を受ける機会を広く提供するとともに、消費生活情報誌やホームページ、SNS等を活用した啓発活動を推進します。

また、市町村が行う講座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、情報取得が困難な消費者へは個別に情報提供を実施します。

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、消費者がデジタル化の進展に伴うトラブルを回避し、デジタル機器やサービスを賢く利用できるよう、デジタルリテラシーの向上にも努めます。

### 〈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、スマートフォン等のモバイル端末やインターネットの正しい使い方、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、公民館や図書館などの社会教育施設などを活用した消費者啓発セミナーの開催、学校の保護者会・PTA活動等への講師の派遣などにより、金銭に関する教育やインターネットの適切な利用等について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、企業等による従業員に対する消費者教育が求められています。

また、従業員に対し、コンプライアンスの強化やエシカル消費の概念の普及等を行うことは、健全な市場の形成につながります。

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

成年年齢に達すると、保護者の同意なく契約が締結できるようになる一方で、未成年者取消権が行使できなくなります。若年者は、知識や社会経験の不足に起因する脆弱性を有しているため、高校生を含めた若年者に対し、自主的かつ合理的な意思決定ができる自立した消費者になるよう消費者教育を一層強化します。

#### 〈施策の方向〉①若年者への消費者教育・啓発の推進

小学校、中学校等の社会科、技術・家庭科、総合的な学習の時間及び高等学校等の公民科、家庭科、総合的な探究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。また、大学生については、自身が主体となって、周囲の若年者等への啓発活動を行う取組事例がみられることから、こうした相互の学びを促進することも必要です。

主体的に判断し責任を持って行動できる消費者を育成するため、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用いた授業等を推進するとともに、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、学校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。

(参考) 実践的な消費者教育教材 → P 3 8



## 〈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・生徒に、発達段階に応じて、自ら考え自ら行動する実践的な能力を身に付けさせるよう、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し、消費者として責任をもって行動できる人材を育成するためには、教員や職員が消費者問題への理解を深めることが重要です。

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、金融経済教育、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。

このため、関連する分野との連携強化を図りながら、一層効果的な消費者教育を推進します。

#### 〈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：E S D）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。

3 R（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、栄養成分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金融経済教育との連携

金融経済教育の意義・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、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による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、金融経済教育の内容を消費者教育の内容に盛り込むとともに、金融経済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

デジタル化の急速な進展により、インターネット取引やSNSの利用などが拡大する中、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。

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、すべての消費者が情報モラルやデジタルリテラシーを身に付けることが必要であり、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、学校教育等での関連する教科での取組のほか、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」への取組を含めた、これらに關係する情報（講座・講師派遣、WEBサイト、教材など）を広く共有し、学校教育だけでなく、職域、地域社会などで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、社会経済のグローバル化の進展に合わせ、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、消費者教育の推進についても、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。啓発資材の作成に当たっては、デジタル化の進展等、社会情勢の変化にも対応し、かつ教育の担い手が活用しやすいものとします。

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の実践や事業者との共創・協働による健全な市場形成の促進など、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、消費者の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。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。

また、消費者においても、自らが率先して消費者教育の機会等を通じてデジタル時代に即した「消費者力（気づく力・断る力・相談する力）」を身に付けるよう努める必要があります。あわせて、社会的課題の解決のために様々な主体の活動に参画・協働して「社会へ働きかける力」も身に付けるという視点も重要です。消費者が、こうした意識を持ちつつ、事業者の問題行動等に対する適切な方法による意見の申入れや、根拠を伴う情報発信等の節度ある行動をすることで、健全な市場形成やより良い社会の発展につなげられるよう広報・啓発に努めます。

#### 〈施策の方向〉①エシカル消費（倫理的消費）の普及啓発

持続可能な、より良い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います。また、より良い消費行動のためには、付加価値やコストの価格転嫁に対する適切な理解の促進も必要であり、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）プラスチック使用量の削減や「岡山県エコ製品」の利用促進を図ります。

<b>〈施策の方向〉③地球温暖化防止対策の推進</b>
<p>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E VやF C V等の電動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。</p> <p>また、家庭における省資源・省エネルギーに係る取組や再生可能エネルギー導入の促進を図ります。</p>
<b>〈施策の方向〉④食品ロス削減の推進</b>
<p>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。</p>
<b>〈施策の方向〉⑤カスタマーハラスメント対策</b>
<p>消費者が事業者の商品・サービス等に関する意見を伝えることは、消費者の正当な権利であり、また、公正な取引を実現するために主張し行動することは、消費者の責任です。一方で、消費者からの従業員等に対する不適当な言動や不当な要求等の著しい迷惑行為（カスタマーハラスメント）は、従業員等に与える精神的な苦痛をはじめ、時間や金銭等多大な損害を招き、その就業環境を害するものです。</p> <p>消費者が正当な意見を適切な方法で事業者伝えることにより、商品やサービスが改善され、持続可能な消費や健全な市場形成につながります。このため、消費者と事業者が共創・協働するパートナーとして、円滑なコミュニケーションを行えるよう消費者の意識啓発に取り組みます。</p>

## 〈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。

<b>〈施策の方向〉①消費者団体の活動の促進</b>
<p>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。</p> <p>また、消費者の組織活動の充実などに結び付くようN P Oの運営力強化のための支援を行います。</p>
<b>〈施策の方向〉②消費者団体の交流・連携の促進</b>
<p>消費者団体の活動の活性化等を図るため、地域で活動する消費者啓発グループや消費者運動を担う消費者団体等の交流及び連携を促進します。</p>

〈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重要です。

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。なお、特殊詐欺や悪質商法が疑われる事案については、警察や弁護士会等と情報交換を行いつつ、連携して被害の拡大・再発防止と被害回復に努めます。

##### 〈施策の方向〉①適正な事業活動の促進

特定商取引法、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

特定商取引法等に基づき、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、災害その他の緊急時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緊急時における生活物資等の確保
災害その他の緊急時には、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、L P 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に図ります。

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、再発防止に取り組めます。

#### 〈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めます。

#### 〈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<sup>注</sup>による自主衛生管理の推進などの施策に取り組めます。

注) 衛生管理手法の一つで、事業者自らが、食中毒菌汚染等の危害要因をあらかじめ把握（Hazard Analysis）した上で、原材料入荷から製品出荷までの全工程の中で、危害要因を除去させるために特に重要な工程（Critical Control Point）を管理し、製品の安全性を確保するものです。

〈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指導や監視を行います。

〈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、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、事業者に比べ情報の質や量、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
<p>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。</p> <p>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、SNSなど様々な広報媒体を利用し提供します。</p>
〈施策の方向〉②相互理解の促進
<p>安心の定着のためには、消費者が事業者の取組を理解したり、事業者から直接話を聞いたりすることで、事業者への信頼感を向上させることも必要です。そのため、消費者と情報や意見の交換をする事業者の活動の推進や、地域で活躍する食のリスクコミュニケーター<sup>注</sup>の支援等を行います。</p> <p>注) 食品のリスク等に対する様々な関係者の立場、発想、考え方を理解し、それらの関係者と十分な意思疎通を図ることができ、リスクコミュニケーションを支援、仲介できる能力を有する人のことです。県に登録しているリスクコミュニケーターは、それぞれの個性を生かして、食の安全、安心に関する正しい理解を広める活動をしています。</p>

### 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（P35 別表）を設定します。

#### ◎施策1 消費生活相談体制の充実

県内の消費生活センター及び消費生活相談窓口の中核機関として、県消費生活センターの対応機能の一層の充実を図るとともに、市町村の消費生活相談体制の充実を支援します。

（施策例）

- ・消費生活相談員等への研修の実施
- ・市町村の消費生活相談窓口の巡回指導

#### ◎施策2 配慮を要する消費者の被害防止

高齢者、障害のある人、若年者、外国人等に対して、それぞれの特性に配慮したきめ細かな支援や見守り体制を充実させます。

(施策例)

- ・ 地域における消費者安全確保地域協議会（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を活用した講座の実施
- ・ 外国人に対する多言語による消費生活相談、情報提供の実施

### ◎施策３ 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)

- ・ 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
- ・ 学校、地域等における消費者啓発セミナー等の実施促進
- ・ 消費者教育コーディネーター等による市町村における消費者教育の推進役の育成及び取組支援

(別表) 第５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 消費生活相談体制の充実	消費生活センター設置市町村の県内人口カバー率	85.9% (R7)	90.0% (R12)
	消費生活相談員を配置する市町村数（派遣相談員を含む）	16 市町 (R7)	27 市町村 (R12)
	県内の消費生活相談員の研修参加率	89.1% (R5)	100% (R12)
	消費者ホットライン 188 の認知度（「言葉も内容も知っている」）	17.9% (R6)	30.0% (R12)
2 配慮を要する消費者の被害防止	「消費者安全確保地域協議会」*1を設置した市町村の数	5 市 (R7)	10 市町村 (R12)
	高齢者や障害のある人を対象とした出前講座等の実施回数（５年累計）	102 回 (R2～R6 累計)	160 回 (R8～R12 累計)
3 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等の受講者数（５年累計）	19,719 人 (R2～R6 累計)	30,000 人 (R8～R12 累計)
	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	98.5% (R6)	100% (R12)

\*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 「発達段階別消費者教育教材」・「若者向け消費者啓発冊子」・「障害のある人向けの消費者教育教材」（県作成）、「社会への扉」（消費者庁作成）

## 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、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

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 具体的施策の取組状況の調査及び見直し

計画の推進に当たっては、毎年度、具体的施策の取組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、岡山県くらし安全安心課のホームページに掲載し、公表します。

### 3 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。

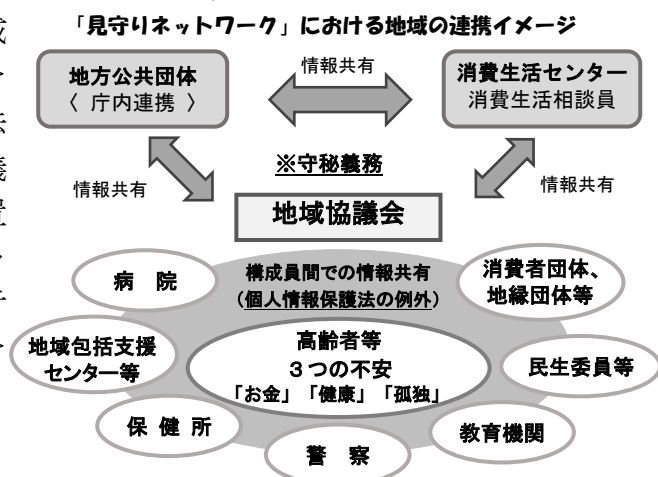
### 参考① 消費者ホットライン「１８８（いやや）」

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② 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

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。消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会」（見守りネットワーク）の設置を促し、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組を推進していきます。



### 参考③ 実践的な消費者教育教材（岡山県作成）

#### ○発達段階別消費者教育教材

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、県内すべ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。



#### ○若者向け消費者啓発冊子

令和5(2023)年度に、大学生と共同で若者視点での身近な消費者トラブルと防止策を紹介する若者向けパンフレットを作成しました。



#### ○障害のある人向け消費者教育教材

知的・聴覚・視覚障害のある人のそれぞれの障害特性に応じた消費者教育教材を引き続き活用します。また、令和6(2024)年度には知的障害のある就労者や就労先向けの教材を作成し、ユーチューブで限定配信しています。



#### ○支援者向け消費者教育教材

令和5(2023)年度に、高齢者や障害がある人等の支援者向けに見守り形態ごとに気づきのポイント等を解説した消費者教育教材を作成しました。



#### ○「動画で学ぶ消費生活」の配信

聴覚障害のある人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、ユーチューブで配信しています。

