

# 「滋賀県消費者基本計画（第4次）」

～みんなで学び、つくる 滋賀の消費者安全・安心社会～

令和3年(2021年)7月

滋 賀 県

# 目次

第1章 計画の基本的な考え方	1
1 計画改定の趣旨	1
2 計画の性格	1
3 SDGsの目標達成への貢献	2
4 計画の期間	2
第2章 消費生活をめぐる現状と課題	3
1 第3次計画期間中の主な取組および現状と課題	3
2 消費者を取り巻く社会情勢の変化・新たな課題	6
(1) 社会情勢の変化	6
(2) 国における消費者行政の現状	11
(3) 滋賀県における消費生活相談体制の状況	13
(4) 滋賀県における消費生活相談の状況	15
(5) 滋賀県における事業者指導等の状況	19
(6) 消費者教育の状況	20
第3章 消費者施策推進の基本方針	22
1 基本理念	22
2 目指す姿	22
3 基本方針	23
第4章 消費者施策の展開	24
基本方針Ⅰ 安全・安心な消費生活の確保	24
重点施策1 消費者取引の適正化	25
重点施策2 商品・サービスの安全性の確保	26
重点施策3 生活関連物資およびサービスの安定供給	28
基本方針Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援	30
重点施策4 主体的な消費者行動を促進する消費生活情報の発信・啓発	32
重点施策5 消費者の特性に応じた体系的な消費者教育・学習の推進	33
重点施策6 持続可能な社会を目指した消費者行動の推進	39
基本方針Ⅲ 消費者被害の防止と救済	43
重点施策7 消費生活相談体制の充実強化	44
重点施策8 社会的に不利な立場にある方への支援	46
重点施策9 法令違反事業者等への指導強化	48
第5章 関係機関・団体との連携強化等	49

1	各基本方針を推進するための連携強化	49
2	消費者等の意見の施策への反映と透明性の確保	50
<b>第6章</b>	<b>計画の推進体制と進行管理</b>	<b>51</b>
1	計画の推進体制	51
2	計画の進行管理	51
3	計画の見直し	51
○	計画における指標の目標	52
<b>&lt;資料編&gt;</b>		<b>53</b>
○	滋賀県消費生活条例	
○	策定経緯	
○	消費生活相談の状況	
○	用語解説	

# 第1章 計画の基本的な考え方

## 1 計画改定の趣旨

消費者政策は、滋賀県消費生活条例（以下「消費生活条例」という。）に定められているとおり、消費者の利益の擁護および増進に関する施策として、消費者の権利の尊重や自立の支援等の基本理念を定め、県民の消費生活の安定・向上を図ることを目的とするものです。

消費生活条例において、知事は「消費者施策の計画的な推進を図るため、消費者施策の推進に関する基本的な計画」（消費者基本計画）を策定し、「消費者施策に関する基本的な方向その他消費者施策の計画的な推進を図るために必要な事項」を定めると規定しています。

消費者基本計画は平成18年(2006年)に策定し、5年ごとに改定を行ってきました。平成28年(2016年)に策定した第3次計画では、平成28年度(2016年度)から令和2年度(2020年度)までの5年間を対象として、「安全・安心な消費生活の確保」、「『自ら考え行動する』消費者になるための支援」、「消費者被害の防止と救済」の3つの基本方針を示し、それぞれの方針ごとに重点施策を定め、これら施策の実施状況については、毎年度、検証・評価を行いながら、消費者に関する施策を総合的かつ計画的に進めてきました。

しかしながら、高齢化の一層の進行に伴う高齢者の消費生活相談件数の増加、ICT<sup>1</sup>（情報通信技術）の普及・発展や経済のグローバル化<sup>2</sup>などにより、消費者トラブルは複雑・多様化が進み、消費生活をめぐる状況は大きく変化しています。

さらに、平成30年(2018年)6月に成立した民法の一部を改正する法律により、令和4年(2022年)4月には成年年齢が18歳に引き下げられるため、18歳、19歳の若者が契約主体者となり積極的な社会参加が促される一方で、未成年者保護の対象から外れることとなります。このため、若年者の消費者教育の充実が喫緊の課題となっています。

また、平成27年(2015年)9月に「誰一人取り残さない」社会の実現に向け「持続可能な開発目標（SDGs）」が国連において採択され、消費者には自らの行動が社会に影響を与えることの認識や、持続可能な消費の実践が求められています。

こうした状況を踏まえ、第3次計画が令和2年度(2020年度)末をもって終了したことから、消費生活条例の基本理念のもと、消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題に対応した消費者政策をさらに推進していくため、「滋賀県消費者基本計画（第4次）」を策定します。

## 2 計画の性格

この計画の性格は次のとおりです。

- 消費生活条例第7条の2に基づき、消費者施策に関する基本的な方向や施策推進のために必要な事項を定め、消費者施策の計画的な推進を図るための計画

- 消費者教育の推進に関する法律第10条に基づく滋賀県における消費者教育を推進するための計画
- 滋賀県基本構想（平成31年(2019年)3月策定）および県の関連計画<sup>3</sup>との整合性を図るとともに、国において長期的に講ずべき消費者政策の大綱である「消費者基本計画（令和2年(2020年)3月閣議決定）」を踏まえた計画

### 3 SDGsの目標達成への貢献

SDGsは、平成27年(2015年)9月の国連サミットにおいて採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」で設定された2030年を年限とする国際目標であり、誰一人取り残さない持続可能な社会の実現のため、17のゴール（目標）と169のターゲットが定められています。本県は持続可能な滋賀の実現を目指すとともに、SDGsの達成を目指しています。

第4次計画では、消費者が主役となって、自らの行動により公正かつ持続可能な社会の形成に参画する「消費者市民社会」を目指し、体系的な消費者教育やエシカル消費を推進することにより、SDGsの12番目「つくる責任つかう責任」をはじめとした目標の達成を目指します。

《主な関連するゴール》



### 4 計画の期間

令和3年度(2021年度)から令和7年度(2025年度)までの5年間とします。

<sup>3</sup> 滋賀県多文化共生推進プラン、しがエネルギービジョン、滋賀県環境総合計画、滋賀県環境学習推進計画、滋賀県低炭素社会づくり推進計画、滋賀県廃棄物処理計画、滋賀県食品ロス削減推進計画、琵琶湖森林づくり基本計画、滋賀県地域福祉支援計画、滋賀県保健医療計画、滋賀県食育推進計画、レイカディア滋賀高齢者福祉プラン、滋賀県障害者プラン、滋賀県食の安全・安心推進計画、滋賀県環境こだわり農業推進基本計画、滋賀県酪農・肉用牛生産近代化計画、滋賀県住生活基本計画、滋賀県既存建築物耐震改修促進計画、滋賀の教育大綱（滋賀県教育振興基本計画）

## 第2章 消費生活をめぐる現状と課題

### 1 第3次計画期間中の主な取組および現状と課題

第3次計画は、平成28年度(2016年度)から令和2年度(2020年度)を計画期間とし、3つの基本方針と9つの重点施策を定め、消費者施策を展開してきました。

#### 基本方針Ⅰ 安全・安心な消費生活の確保

消費者被害の未然防止や被害拡大防止のため、また、商品やサービス、食品の安全や安心の確保に向けて、特定商取引法や景品表示法、消費生活条例等を適正に運用し、悪質事業者を対象に行政処分・指導を行いました。

また、商取引や表示の適正化を図るため、研修会等を実施して事業者に法令(条例・規則を含む。以下同じ。)遵守を促し、県民の安全な消費生活の確保に努めました。

#### 【課題】

- 特定商取引法および景品表示法に係る指導対象となった事業者は、主に法令のルールを知らない中小企業や個人事業者でした。特定商取引法については、事業者からの相談対応を行い、景品表示法については県内事業者向け講座を開催していますが、より多くの中小企業や個人事業者に対する適正なルールの周知が必要です。
- 県内の食中毒の原因物質はカンピロバクターが多く、カンピロバクター食中毒は鶏肉の生食(たたき、炙り、湯引き等表面のみ加熱されているものの中心部までは十分に加熱されていないものを含む。以下同じ。)が原因とされる事件が多いため、鶏肉の生食リスクを事業者と消費者に周知を行っていますが、食中毒発生件数が減少しないため、引き続き啓発が必要です。

#### 基本方針Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

消費者の権利を実現し、消費生活の安定と向上を図るためには、消費者が消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力を高めることが必要です。そのため、消費者が主体的に行動することができるような消費者教育や啓発に取り組みました。

情報発信にあたっては、しらがメールや広報誌、チラシ配布など対象に応じて媒体を使い分け、効果的な啓発に努めました。特に新型コロナウイルス感染拡大時、マスクの送りつけ商法や給付金を装った詐欺などの消費者被害防止のための啓発を迅速に行いました。

第3次計画は、消費者教育の推進に関する法律第10条に基づく滋賀県における消費者教育を推進するための計画と位置づけられたことから、学校や地域における消費者教育を重点的に取り組みました。

小・中学校においては、教育委員会と連携して副教材を作成・配布し学校を支援しました。高等学校においては、令和4年(2022年)4月に成年年齢が18歳に引き下げられることを見据え、教育委員会と連携し、高校生を対象とした消費者庁作成教材「社会への

扉」を用いた授業を平成30年度(2018年度)から順次開始したほか、高等学校教員や弁護士、金融広報アドバイザーなどと検討して教員向けパンフレットを作成し、県内の高等学校や特別支援学校の教員に配布しました。

また、消費生活相談員が弁護士と連携して行う出前講座や、金融広報委員会<sup>4</sup>の活動と連携し、地域における消費者教育に取り組みました。

持続可能な社会の実現に向けて、関係団体と連携し、キャンペーンや講座を開催し、人や社会、環境、地域に配慮して消費者が商品等を選択するエシカル消費の普及啓発に取り組みました。身近な行動から環境に配慮した取組を進めるため、マイバッグ等持参運動やグリーン購入<sup>5</sup>の普及啓発を図りました。また、食品販売事業者等と連携して「おいしが うれしが」キャンペーンに取り組み、地産地消<sup>6</sup>を推進するとともに、環境こだわり農業<sup>7</sup>の理念や取組について理解を促進するためのPR活動等を行い、環境こだわり農産物<sup>8</sup>の消費拡大を図りました。

さらに、持続可能な社会づくりに向けて主体的に行動できる人材の育成を目指し、環境学習・環境保全活動の支援を行いました。

また、令和元年(2019年)8月に「滋賀プラスチックごみゼロ・食品ロス<sup>9</sup>削減宣言」を行うなど、新たなテーマに取り組みました。

#### 【課題】

- 消費生活相談のうち3分の1以上が高齢者からの相談であり、高齢者を狙う悪質商法の手口も多様化しています。このため、高齢者をはじめとする情報が届きにくい方々に向けて、関係機関と連携した情報発信・啓発が必要です。
- パソコンやスマートフォンの普及に伴い、定期購入をはじめとするインターネット通販などインターネット取引に関連したトラブルが増加しています。特に、SNS<sup>10</sup>上の広告やSNSで知り合った人から誘われるなどSNSをきっかけにしたトラブルが増加しています。また、キャッシュレス決済<sup>11</sup>の普及に伴い、関連する相談も増加しています。このため、インターネット取引やキャッシュレス決済のトラブル防止のために情報発信・啓発が必要です。
- 新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、マスク等の送り付け、生活関連物資等の一時的な品薄、通信販売、旅行等の解約等の消費生活相談が増加しました。災害時や感染症拡大時に、生活様式の変化や新たなトラブルに対応した啓発を行うことや、緊急時における消費者の冷静な消費行動を呼びかけることが必要です。
- 若年者の消費生活相談は20歳を境に増加しており、特に高額な契約につながるマルチ商法、エステ、情報商材に関する相談が増加します。悪質事業者が未成年者取消権が使えなくなる20歳になったばかりの若年者をターゲットにしているためと考えられるため、今後も若年者への重点的な啓発が必要です。
- 成年年齢引下げにより、社会経験の浅い18歳、19歳に消費者被害が拡大することが懸念されるため、高校等への出前講座などによる若年者への消費者教育に重点的に取り組むとともに、学校現場等と連携し、学校全体で消費者教育に取り組むための支援が必要です。

- エシカル消費（p.10参照）の推進について、持続可能な社会の構築のため、より一層取組が必要です。
- 引き続き、消費者教育や環境学習を通じて、環境に配慮した消費者行動の推進に努めることが必要です。
- プラスチックごみゼロや食品ロス削減など新たな課題への取組が必要です。

### **基本方針Ⅲ 消費者被害の防止と救済**

消費者がどこに住んでいても相談を受けやすくするため、平成23年度(2011年度)から県内すべての市町に消費生活相談窓口が設置され、消費者トラブルに対し専門的な立場から助言やあっせんを行っています。

また、消費者行政活性化基金および消費者行政強化交付金等を活用し、市町の消費生活相談員の増員を行い、県内の相談体制の充実を図りました。

また、複雑・困難化する消費相談に的確に対応するため、県内の消費生活相談員等が各分野の専門知識を身につける機会を設け、相談員等のスキルアップを図ったほか、弁護士等の専門家との連携により、処理困難事案への対応を充実させました。

高齢者等の被害防止のため、関係団体等と連携して啓発資料を配布したほか、市町の消費者安全確保地域協議会の設置を支援しました。

悪質な法令違反事業者等に対しては、業務停止命令など厳正な処分を行い、被害の拡大防止を図りました。

#### **【課題】**

- 住民に身近な相談窓口における消費生活相談体制の維持が必要です。特に、国の交付金を活用し、相談員の配置を行っている市町については、交付金活用期間終了後の相談体制の維持が課題となっています。
- 相談員の高齢化や資格保有者が少ないことによる慢性的な担い手不足が課題です。
- 質の高い相談・救済を受けることができるよう、相談員のさらなるスキルアップが必要です。
- 高齢者等の消費者被害防止のため、消費者安全確保地域協議会が3市で設置されていますが、他の市町でも協議会設置が必要です。
- 高齢者等の見守りには、事業者にも一員になっていただくなど地域全体での体制づくりが必要です。
- 苦情相談の多い悪質事業者に対して、厳正な指導や処分を実施するため、国、他府県、警察とのさらなる連携強化が必要です。



## 2 消費者を取り巻く社会情勢の変化・新たな課題

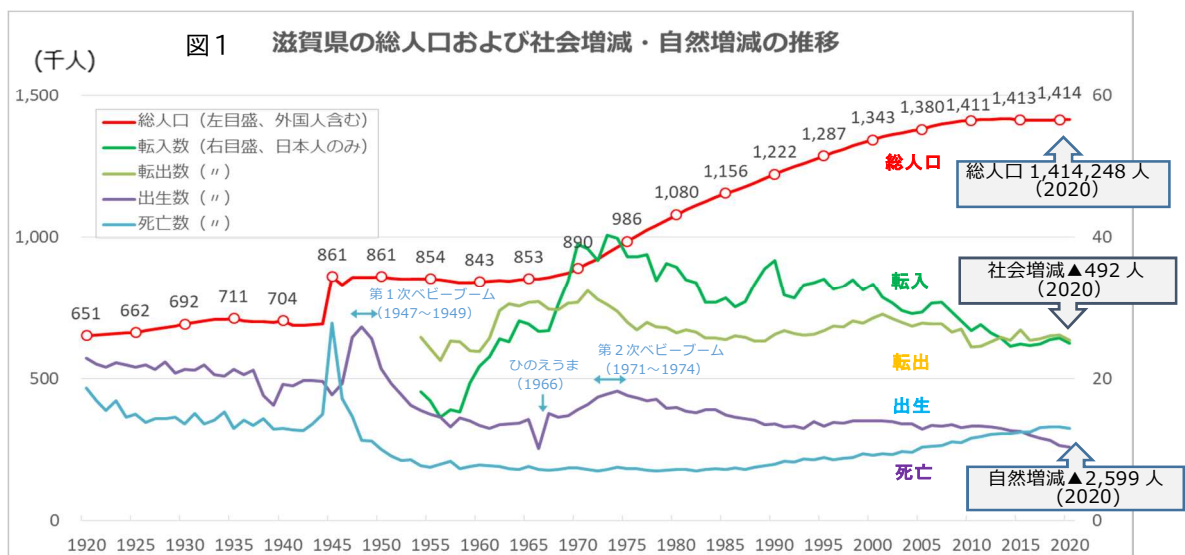
### (1) 社会情勢の変化

#### ア 人口減少と高齢化の進行

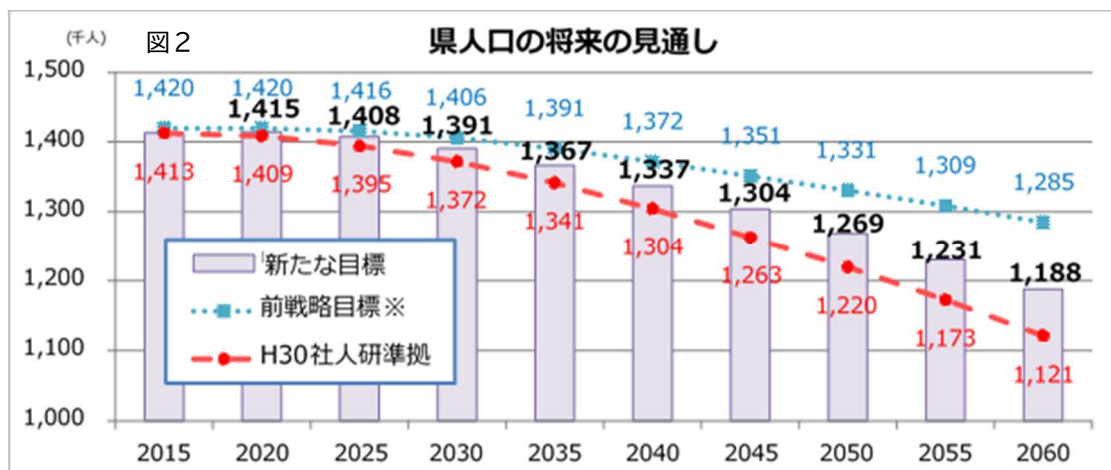
滋賀県の人口は、昭和42年(1967年)から増加し続け、平成20年(2008年)には140万人を超えました。しかし、平成25年(2013年)の約142万人をピークに近年は人口減少に転じています。国立社会保障・人口問題研究所(社人研)の推計によると、令和27年(2045年)の滋賀県の総人口は126.3万人とされており、平成27年(2015年)に比べて10.6%減少するとされています。

人口の構成比を見ると、滋賀県の高齢者の割合(高齢化率)は、平成27年(2015年)の24.2%から令和27年(2045年)には34.3%まで上昇するとされています。なお、高齢者人口は34.1万人から43.3万人へと30年間で約27%増加するとされています。

こうしたことから県では、「人口減少を見据えた未来へと幸せが続く滋賀総合戦略」を定め、人口減少が進む中であっても、多様な人々が集う「未来へと幸せが続く滋賀」をつくるための取組を推進していくこととしています。(図1～5)



資料:総務省「国勢調査」、「人口推計」、「住民基本台帳人口移動報告」、厚生労働省「人口動態統計」



資料:人口減少を見据えた未来へと幸せが続く滋賀 総合戦略

図3 人口の将来推計

	2015年 (平成27年)	2025年 (令和7年)	2040年 (令和22年)	2045年 (令和27年)
全国(千人)	127,095	122,544	110,919	106,421
滋賀県(千人)	1,413	1,395	1,304	1,263
全国増減率		▲ 3.6%	▲ 12.7%	▲ 16.3%
滋賀県増減率		▲ 1.3%	▲ 7.7%	▲ 10.6%

図4 滋賀県の年齢3区分および構成比

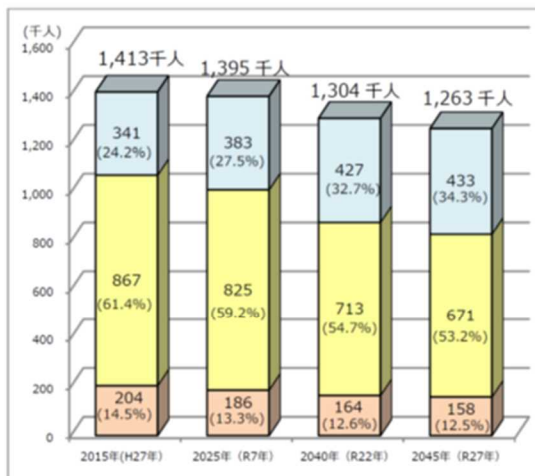
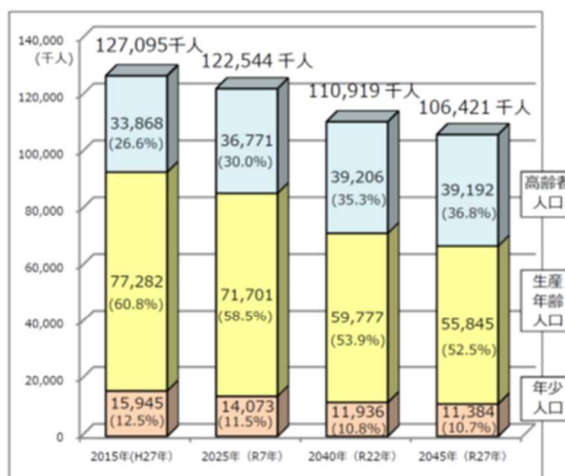


図5 全国の年齢3区分人口および構成比



※端数により各数値の合計が合致しない場合がある

【資料】総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計(平成30年推計)」

高齢者には、加齢や病気等による健康不安や判断能力の低下などにより、消費トラブルに巻き込まれる方もあり、高齢消費者の被害の防止と救済を図ることが急務となっています。

加えて、高齢者の増加に伴い、世帯主が65歳以上の高齢単独世帯の増加も見込まれています。高齢単独世帯は、周囲の目が届きにくいいため、消費者トラブルに巻き込まれやすく、加えて、誰にも相談できずに一人で抱え込み放置することで、一層深刻化する傾向があります。

また、全国的な傾向として、高齢者全体では、本人から相談が寄せられる割合は約8割ですが、認知症等の高齢者では2割にも満たない状況です。認知症等の高齢者の販売購入形態別の消費生活相談割合は、訪問販売が3割を超え、電話勧誘販売も2割近くなっています。したがって、単独世帯の高齢者や認知症等の高齢消費者の被害防止と早期発見に努め、地域社会全体で見守りを行うことが重要です。

## イ ICT（情報通信技術）の進展

情報通信技術の発達と情報通信機器・サービスの急速な普及により、インターネットを巡る状況は日々刻々と変化しています。平成29年(2017年)の滋賀県のインターネット利用率(個人)は82.3%(全国80.9%)となりました。また、端末別のインターネット利用率は「スマートフォン」は61.4%(全国59.7%)が最も高く、「パソコン」の54.1%(全国52.5%)の利用率を上回りました。(出典 総務省「通信利用動向調査」)

消費者にとっては膨大な情報を入手できるという利便性が増し、多くの選択肢を得た一方、自らの責任で必要な情報を選び出し、商品等を選択することが求められます。情報を読み解く能力が重要となるため、それらへの支援とともに、情報弱者となりがちな高齢者等不利な立場におかれる方への適切な対応も求められます。

## ウ インターネットを利用した消費者取引の増加など、商品や取引形態の複雑化・多様化

ICT(情報通信技術)の普及・発展に伴い、取引の基盤環境を提供するデジタル・プラットフォームが発達し、オンラインサービスを介した商取引である電子商取引が近年活発化しています。事業者・消費者間(B to C)の電子商取引はこの10年で大きく増加しており、消費者の契約行為の場として一般的になりました。

国内の消費者向け電子商取引(事業者・消費者間)の市場規模は、平成21年(2009年)の6.7兆円から平成30年(2018年)には18.0兆円と、この10年間で3倍程度に増加しており、決済手段も、現金以外にクレジットカードや電子マネー<sup>12</sup>の使用など多様化しています。

県内の消費生活相談窓口に寄せられる電子商取引に関する相談件数も増加しており、平成30年度(2018年度)の特殊販売(店舗以外の販売形態)に関する相談は、販売形態購入別では40.9%と最も多く、その半数以上(65.7%)が通信販売によるものとなっています。(相談状況の詳細は後述。)

こうした取引形態の複雑化・多様化に対応できる相談体制の充実や消費者への周知・啓発が求められます。

## エ キャッシュレス決済の普及

近年、消費者の決済手段の多様化が進み、クレジットカードや電子マネーの利用が増加しています。キャッシュレス決済は利便性がある一方、県内のキャッシュレス決済に関する消費生活相談の件数も増加しています。

## オ 新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響

令和2年(2020年)1月以降、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、関連した消費生活相談が増加しました。令和2年(2020年)2月、3月には国内外旅行や航空

サービスのキャンセルに関する相談が多く寄せられました。また、2月以降、結婚式や貸衣装の解約・キャンセル料に関する相談も増加し、4月には、スポーツジムやスポーツクラブの解約、年会費の相談が多く寄せられました。

また、外出自粛に伴う消費行動の変化を受けて、インターネット通販や定期購入に関するトラブルが急増しており、消費者被害の未然防止のための情報発信や啓発が課題となりました。

一時的にトイレットペーパーの店頭在庫が減り、これに関する情報をインターネットやテレビ等で知った消費者があわてて購入することにより、本当に必要な消費者が購入できない状況が発生しました。このため、災害時や感染症拡大等の緊急時に、消費者に正しい情報に基づく冷静な消費行動をどのように呼びかけるのかが課題となりました。

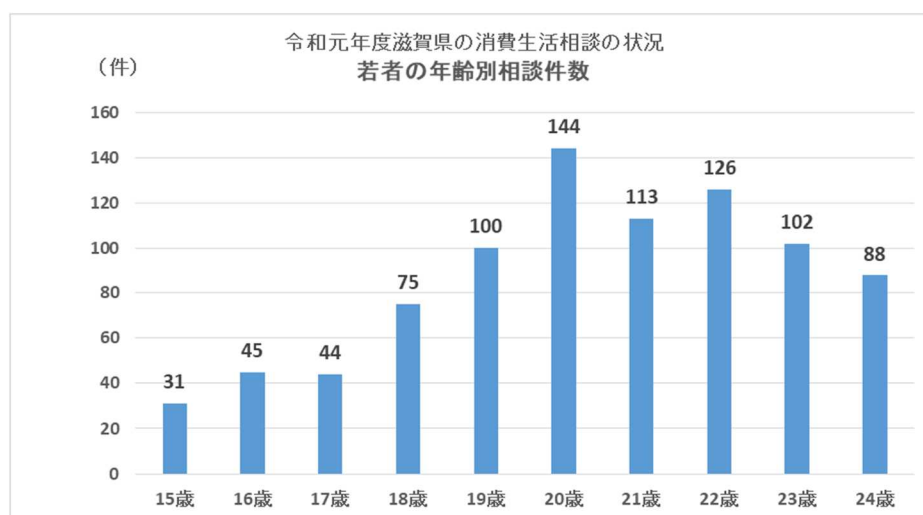
また、マスクの送り付けや、特別定額給付金に関する不審なメール（口座番号等の個人情報を求めるもの）、持続化給付金の不正受給を勧誘する事例が発生したことから、消費者がトラブルに巻き込まれないよう啓発を行いました。緊急時に消費者に正しい情報を迅速に伝えることが課題となりました。

## カ 成年年齢引下げ(令和4年(2022年)4月1日施行)に対応した消費者教育の推進

民法が改正され、令和4年(2022年)4月1日から成年年齢が18歳に引き下げられます。現在、20歳を境に消費生活相談が増加していますが、悪質事業者が民法上の未成年者取消権が使えなくなる20歳になったばかりの若年者をターゲットにしているためと考えられます。

同年における18歳および19歳の若年層は約220万人程度と推計されており、成年年齢引下げにより、これらの者が民法上の未成年者取消権を行使できなくなるにより、消費者トラブルの増加が懸念されるため、今後も若年者への重点的な消費者教育が必要です。(図6)

図6



## キ SDGsの目標達成に向けたエシカル消費の推進

平成27年(2015年)9月、「国連持続可能な開発サミット」において、17の目標と169のターゲットで構成される「持続可能な開発目標(SDGs)」を中核とする「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択され、平成28年(2016年)1月に正式に発効しました。本県は持続可能な滋賀を実現するとともに、SDGsの達成を目指しています。

SDGsの12番目のゴールでは「つくる責任 つかう責任(持続可能な生産消費形態を確保する)」が掲げられ、目標達成のターゲットとして「世界全体の一人当たりの食料廃棄を半減させ、生産・サプライチェーン<sup>13</sup>における食品ロスを減らす」、「廃棄物の発生を減らす」、「持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする」などが盛り込まれています。

本県ではかねてより、消費者が主役となって、自らの行動により公正かつ持続可能な社会の形成に参画する「消費者市民社会」を目指し、体系的な消費者教育やエシカル消費を推進してきましたが、SDGsの目標達成に向け、今後もより一層推進していく必要があります。

### エシカル消費

エシカル<sup>\*</sup>消費とは、地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動です。私たち一人一人が、社会的課題に気付き、日々の買物を通して、その課題の解決のために、自分で何ができるのかを考えてみることに、これが、エシカル消費の第一歩です。私たちが商品・サービスを選択する際に、「安心・安全」、「品質」、「価格」だけでなく「エシカル消費」という基準も大切です。

※ エシカル(ethical) = 倫理的な・道徳的な

### 【エシカル消費の主な具体例】

#### 人や社会への配慮

- 福祉作業所などの製品を買う
- フェアトレード<sup>14</sup>製品を選ぶ
- 寄附付き商品を選ぶ

#### 地域への配慮

- 被災地の製品を買う(応援消費)
- 地元で買い物をする(地域の活性化)
- 地元の製品を買う  
(地産地消、輸送エネルギーの削減)
- 伝統工芸品を手にとってみる

#### 環境への配慮

- 出かけるときにはマイバッグ、マイボトルを持っていく
- 必要なものを必要な分だけ買う(食品ロス削減)
- リユース、リサイクルできるものを選ぶ
- 使い捨てのものより、長く使えるかを重視して選ぶ
- 包装の少ないものやつめかえ品など、ごみの出にくいものを選ぶ
- グリーン購入、エシカル消費の目印になるマーク(認証ラベル)のある商品を選ぶ
- 近いところなら、自転車や徒歩で出かける

【参考】消費者庁パンフレット「みんなの未来にエシカル消費」

## (2) 国における消費者行政の現状

国における消費者行政は、消費者基本法の基本理念である「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」を基本に、高度情報化社会や国際化の進展、高齢化の一層の進行など消費者を取り巻く環境の変化に配慮しながら実施されています。

また、地方公共団体における消費者行政に対する国の支援の必要性や、社会・経済情勢の変化に柔軟に対応することの重要性を踏まえ、消費者基本法の基本理念のもとで、「消費者基本計画」が策定されています。令和2年度(2020年度)を初年度とする第4期消費者基本計画では、消費者政策の基本的方針を次のとおりとし、政府を挙げた計画的・一体的な取組が行われています。

**第4期消費者基本計画** 計画期間：令和2年度(2020年度)～6年度(2024年度)

<消費者政策において目指すべき社会の姿等>

- 消費者の安全・安心の確保
- 誰一人取り残さない社会的包摂の実現
- 未来の創造等に向けた消費生活の実現
- 多様な主体の連携による重層的な体制の整備

<消費者施策の基本的方向>

- ◆消費者被害の防止
- ◆消費者の自立と事業者の自主的取組の加速
- ◆協働<sup>15</sup>による豊かな社会の実現
- ◆デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応
- ◆「新しい生活様式」の実践や災害時への対応

なお、地方自治体に対しては、地方消費者行政強化作戦（平成27年(2015年)3月24日）を踏まえ、相談体制の空白地域解消や消費生活センターの設立促進、消費生活相談員の配置促進などの相談体制の質の向上等を目指す地方公共団体の取組を支援してきました。引き続き、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される地域体制を全国的に維持・拡充することを目指し、第4期消費者基本計画を踏まえ、地方消費者行政強化作戦を改定しました。

また、近年ではSDGsの理念である「誰一人取り残さない」持続可能な社会の実現に向けて、高齢者の消費者被害の防止やエシカル消費の普及・促進などに取り組んでいます。

また、令和4年(2022年)4月からの成年年齢引下げに向けて、平成30年(2018年)2月に消費者庁を含む関係4省庁合同で「若年者への消費者教育の推進に係るアクションプログラム」を策定し、若年者への消費者教育推進の取組を進めています。

平成29年(2017年)には、小・中学校の学習指導要領が改訂され、小学校の社会科および家庭科、中学校の社会科（公民的分野）および技術・家庭科（家庭分野）で消費者教育に関する内容の充実が図られました。平成30年(2018年)には、高等学校の学習指導要領が改訂され、成年年齢引下げを踏まえ、公民科および家庭科において、消費者教育に関する内容の充実が図られました。

消費者教育の充実とあわせて、主として若者に発生している消費者被害事例を念頭に置いた取消権の創設等を内容とする消費者契約法の一部改正も行われました。

#### 近年、制定・改定された消費者行政関連法等

##### <平成25年(2013年)>

- 食品表示法（制定）・・・食品衛生法、JAS法、健康増進法の食品表示規定を統合し、食品表示に関する包括的かつ一元的な制度を創設

##### <平成26年(2014年)>

- 景品表示法（改正）・・・行政の監視指導体制の強化、課徴金制度の創設等
- 消費者安全法（改正）・・・高齢者等への地域の見守りネットワークの構築、地方自治体における消費生活相談体制の強化等

##### <平成28年(2016年)>

- 消費者契約法（改正）・・・過量契約に係る取消権の創設等
- 特定商取引法（改正）・・・取引類型に訪問購入を追加、次々に法人を立ち上げて違反行為を行う事業者に対処するための業務禁止命令の創設、業務停止命令の期間の伸長等

##### <平成30年(2018年)>

- 消費者契約法（改正）・・・不当勧誘行為に対する取消権の創設等（成年年齢引下げを見据えた改正）



### (3) 滋賀県における消費生活相談体制の状況

#### ア 県域における消費生活相談窓口

消費者行政活性化基金を活用し、平成23年度(2011年度)には県内すべての市町に消費生活相談窓口が設置されました。これにより、消費者がどこに住んでいても相談を受けやすくなりました。

相談窓口および相談員設置状況 令和3年(2021年)3月1日現在

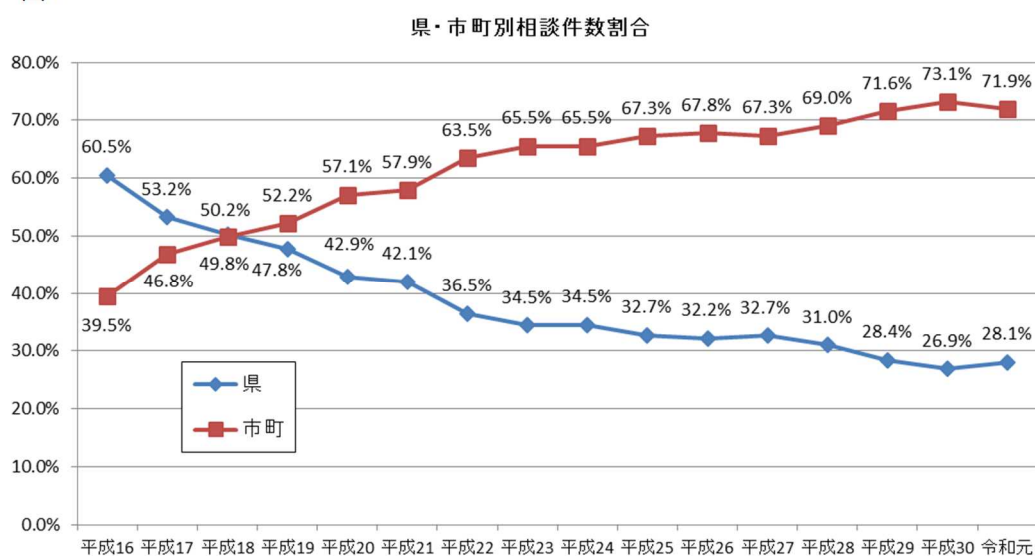
	窓口数	相談員数
県	1か所	10人
市町	19か所※1	31人※2

※1：全市町に設置

※2：13市(全市)で29人、2町で2人(4町では行政職員が対応)

市町における消費生活相談体制の充実とともに、身近な相談窓口である市町の消費生活相談窓口の相談受付件数は増加しています。県と市町の相談受付割合は、平成16年度(2004年度)に「県6割、市町4割」でしたが、令和元年度(2019年度)には「県3割、市町7割」となっています。(図7)

図7



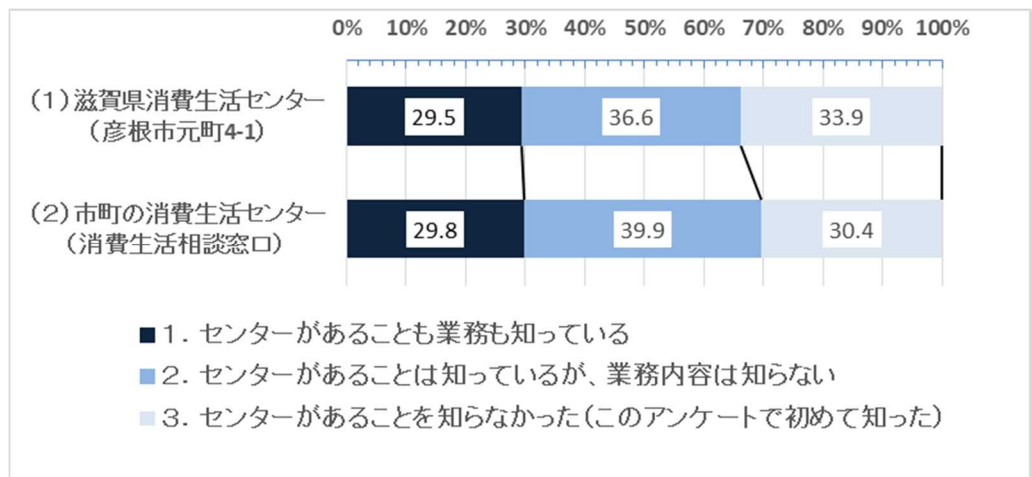
#### イ 消費生活センター(消費生活相談窓口)の認知度

令和2年度(2020年度)に実施した「県政モニターアンケート」によると、滋賀県に消費生活センターがあること、また、住んでいる市町に消費生活センター(消費生活相談窓口)があることを知っていると答えた人は、「滋賀県消費生活センター」は66.1%、「市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)」については69.7%となりました。特に、より身近な市町の窓口の認知度が高くなっています。ただし、消費生活センター等でどんな業務を行っているか、その内容まで知っている人の割合は、県、市町の消費生活センター(消費生活相談窓口)とも、29%前後にとどまっています。

(図8)



図8 n=336



### ウ 消費者ホットライン188の認知度

イと同じく、令和2年度(2020年度)に実施した「県政モニターアンケート」によると、消費者ホットライン<sup>16</sup>および188を知っていると答えた人は、「消費者ホットライン」は51.2%(図9)、「188」については33.3%(図11)となりました。また、年代により認知度に差があることがわかりました。(図10、図12)

図9 消費者ホットラインを知っていましたか  
n=336

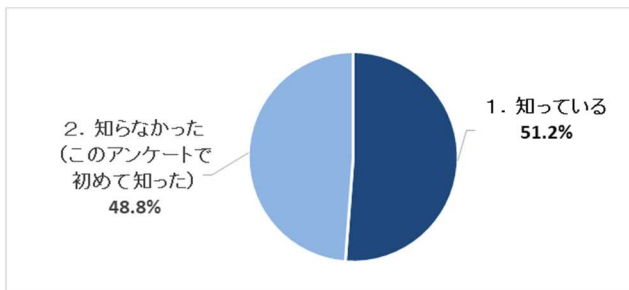


図11 188を知っていましたか  
n=336

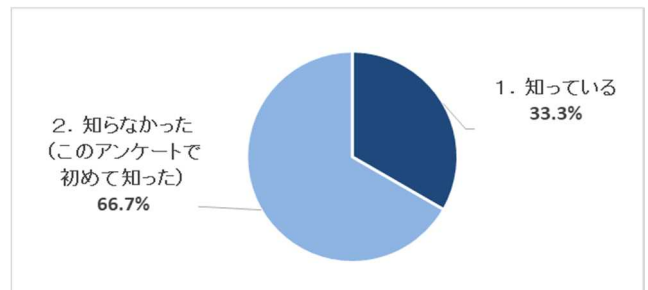


図10 (図9の年代別) n=336

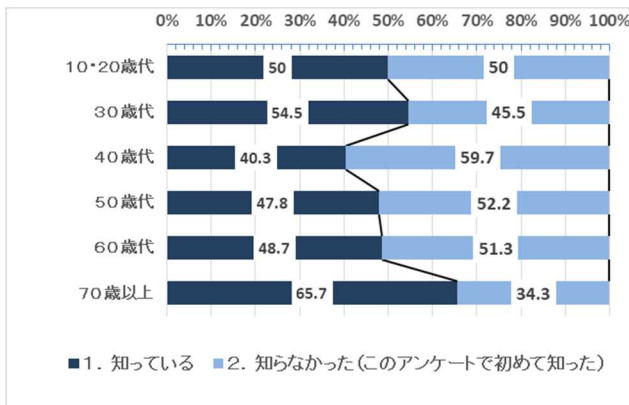
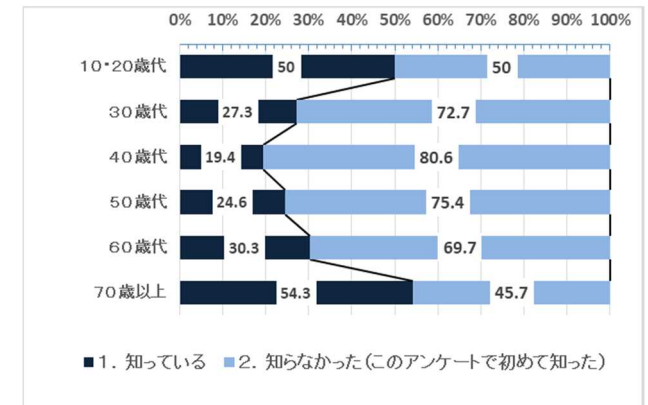


図12 (図11の年代別) n=336



## (4) 滋賀県における消費生活相談の状況

### ア 消費生活相談件数の推移

相談件数は、平成22年度(2010年度)以降、概ね12,000～13,000件台で推移していましたが、平成29年度(2017年度)から架空請求ハガキの相談が増加し、平成30年度(2018年度)の相談件数は平成19年度(2007年度)以来11年ぶりに15,000件を超えました。令和元年度(2019年度)は架空請求ハガキの相談が減少したため、13,416件となりました。(図13)



### イ 年代別相談件数割合の状況

高齢者(65歳以上)の相談件数は、平成30年度(2018年度)に前年度比24.8%増と急増し、令和元年度(2019年度)は前年度比19.7%減となったものの、相談件数全体に占める高齢者の相談件数の割合は、3年連続で30%を超えています。(図14)

高齢者は、被害に遭っていること自体に気づいていなかったり、被害に気づいても騙されたことを恥と感じ、誰にも話すことなく一人で抱え込んでいる傾向があります。寄せられた相談以上の消費者トラブルが潜んでいると考える必要があります。

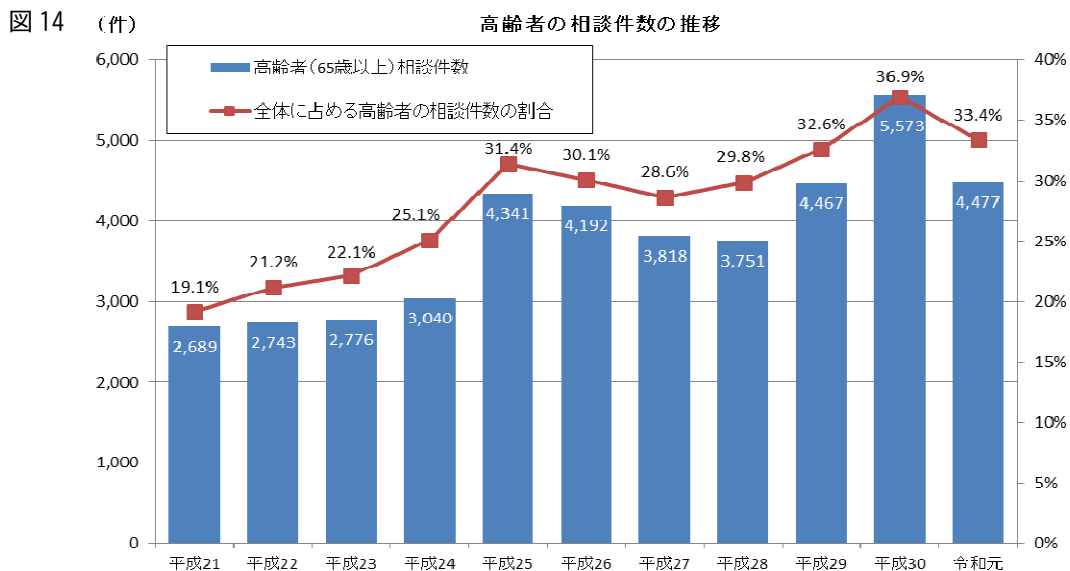
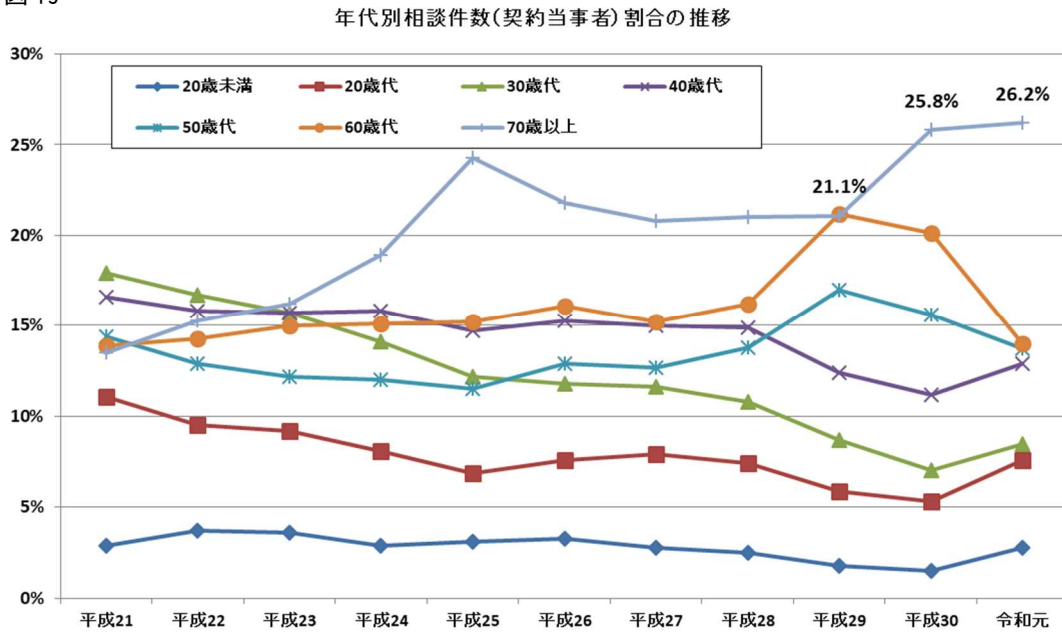


図 15



## ウ 相談内容の特徴

### <内容別の特徴>

令和元年度(2019年度)に寄せられた相談を商品・役務等別に見ると、「インターネット情報サービス(アダルト情報サイト、出会い系サイトなどインターネット上で得られる情報・サービス等)」に関する相談が前年度までに引き続いて最も多く、1,224件で全体の9.1%を占めています。架空請求ハガキに関する相談件数は、平成29年度(2017年度)および平成30年度(2018年度)に大きく増加しましたが、令和元年度(2019年度)は大きく減少しました。

### 相談件数の上位10品目

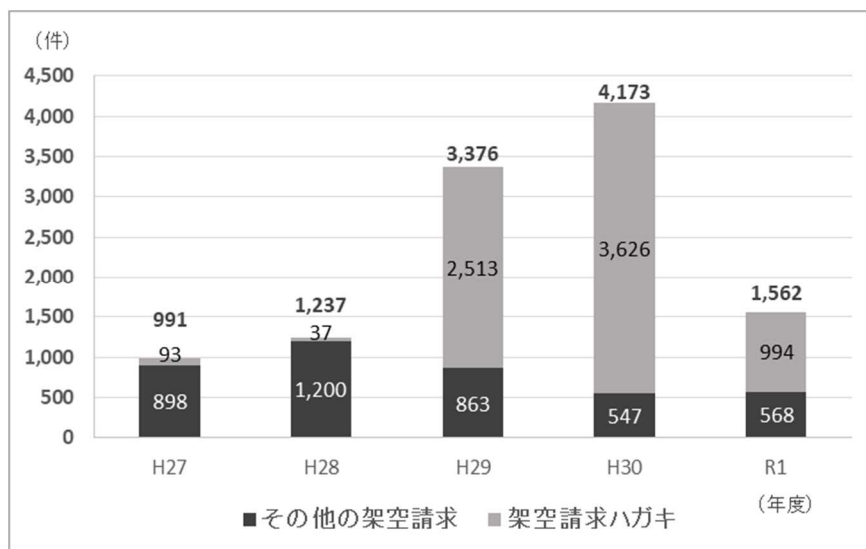
順位	令和元年度			平成30年度		
	商品・役務名	件数	うち苦情	商品・役務名	件数	うち苦情
1	インターネット情報サービス	1,224	1,193	ハガキによる架空請求	3,626	3,621
2	ハガキによる架空請求	994	990	インターネット情報サービス	1,308	1,284
3	健康食品	599	585	光回線・プロバイダ関連サービス	406	394
4	フリーローン・サラ金	440	406	フリーローン・サラ金	386	346
5	化粧品	380	371	健康食品	348	342
6	光回線・プロバイダ関連サービス	362	349	工事・建築	340	314
7	工事・建築	332	301	賃貸住宅	321	297
8	賃貸住宅	332	308	修理サービス	241	213
9	移動通信サービス	255	242	自動車	231	204
10	自動車	247	232	放送サービス	213	195

【高齢者(65歳以上)の相談が多い商品・役務(令和元年度)】

【若者(29歳以下)の相談が多い商品・役務(令和元年度)】

商品・役務名	相談件数	高齢者の割合	商品・役務名	相談件数	若者の割合
架空請求ハガキ	585	58.9%	インターネット情報サービス	218	17.8%
インターネット情報サービス	335	27.4%	化粧品	98	25.8%
健康食品	169	28.2%	健康食品	88	14.7%
光回線・プロバイダ関連サービス	130	35.9%	賃貸住宅	60	18.1%
工事・建築	109	32.8%	フリーローン・サラ金	60	13.6%
社会保険	100	62.9%	自動車	43	17.4%
生命保険	93	59.6%	内職・副業	37	66.1%
フリーローン・サラ金	87	19.8%	電気	36	17.3%
修理サービス	84	42.4%	理美容	36	47.4%
相続	84	58.3%	紳士・婦人洋服	30	22.4%

図 16 架空請求の相談件数の推移



### < 販売購入形態別の特徴 >

令和元年度(2019年度)に寄せられた相談において、通信販売や電話勧誘販売など、店舗以外の特殊販売に関する相談は46.2%となっており、特殊販売の半数以上が通信販売によるものとなっています。

特に、商品(役務を除く)のインターネット通販の相談が、令和元年度(2019年度)に前年度の1.6倍と急増しました。また、契約者の年齢構成は、平成26年度(2014年度)は20歳代から40歳代が多かったのですが、令和元年度(2019年度)は40歳代から60歳代の割合が多くなっており、幅広い年代がインターネット通販に関する相談をしています。(図17、図18)

図 17

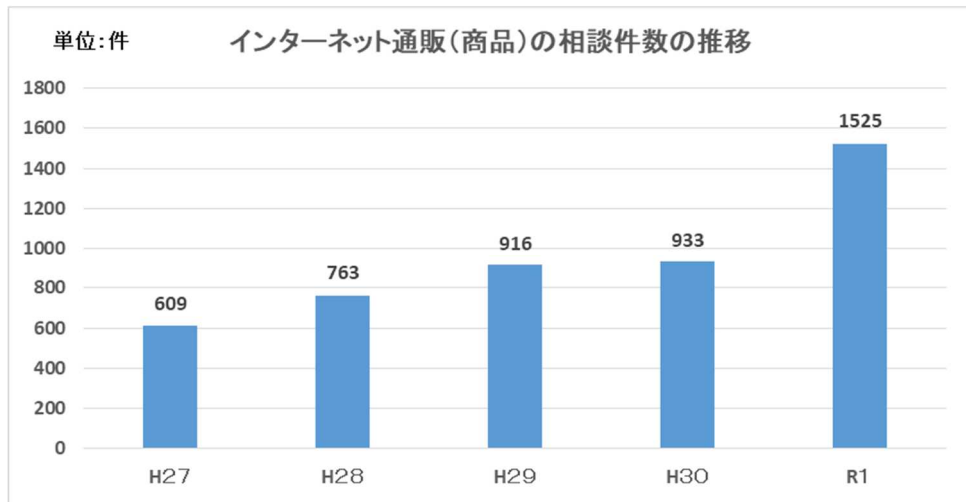
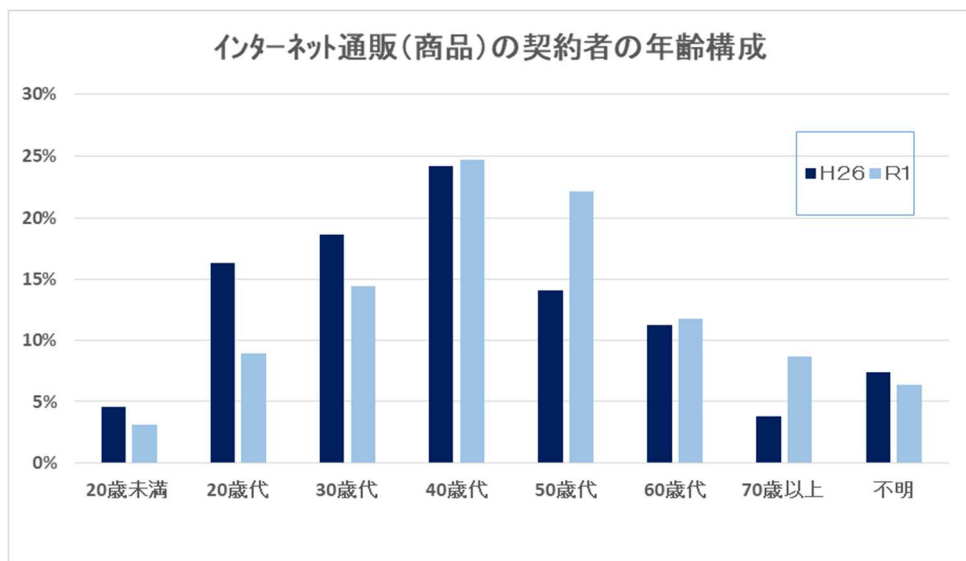


図 18



## エ 危害・危険に関する相談の状況

商品や役務で身体に危害が及んだという「危害」の相談は、令和元年度(2019年度)は128件で、前年度と比べ11件増加しました。このうち、食料品が41件と一番多く、医療や美容エステなどの保健・福祉サービスに関するものが28件、化粧品や医療機器などの保健衛生品に関するものが27件とそれぞれ多くなっています。食料品と保健衛生品に関する相談が増えているのは、健康食品や化粧品の定期購入に関する相談が増加しているためです。

また、身体に危害を受けるおそれのある「危険」の相談については、令和元年度(2019年度)は38件でした。

【危害・危険に関する相談件数】

(件数)

年度	平成22	平成23	平成24	平成25	平成26	平成27	平成28	平成29	平成30	令和元
危害	76	110	89	146	131	119	114	110	117	128
危険	58	42	46	123	71	68	40	46	37	38

## (5) 滋賀県における事業者指導等の状況

### ア 事業者に対する行政処分、指導等

消費者が、自主的かつ合理的な判断のもとに商品やサービスを選択できるようにするため、また、安全な商品・サービスの確保のため、県では消費生活相談情報を基に、消費生活条例や特定商取引法、景品表示法、家庭用品品質表示法等に基づき監視するとともに、法令違反ならびにそのおそれのある行為を行っている事業者に対しては、行政処分・指導を行っています。

特に、食品に関する表示については、食品表示法等関連する法令を所管する国の機関や県の他部局とともに現地確認を行うなど、連携を図っています。

#### 行政処分・指導の実施状況

年 度		平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	計
特定商取引法・消費生活条例	処分	1件	0件	1件	0件	0件	2件
	指導	0件	2件	1件	0件	1件	4件
景品表示法	注意等	1件	1件	2件	6件	2件	12件

#### 立入検査の実施状況

年 度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	計
家庭用品品質表示法	62件	53件	48件	35件	34件	232件

### イ 特殊詐欺の発生

特殊詐欺とは、被害者に電話をかけるなどして、対面することなく信頼させ、指定した預貯金口座への振込その他の方法により、不特定多数から現金等をだまし取る犯罪（現金を脅し取る恐喝およびキャッシュカード詐欺盗<sup>注1</sup>を含む。）の総称であり、その代表的なものが、オレオレ詐欺<sup>注2</sup>、架空料金請求詐欺<sup>注3</sup>、および還付金詐欺<sup>注4</sup>です。

滋賀県では、令和2年(2020年)に88件発生し、被害金額は1億5千万円余りに上りました。発生件数は前年より38.9%（56件）減少し、被害金額は、前年から56.7%（約1億9,800万円）の減となりました。しかし、65歳以上の高齢者の被害件数は60件と全体の68.2%、被害金額については、約1億900万円と被害総額の71.9%を占めています。

注1：警察官や銀行協会等の職員を装って被害者に電話をかけ、「キャッシュカードが不正に利用されている」などと言い被害者の自宅を訪れ、持参した封筒にキャッシュカードを入れさせた上、隙を見て、別のカードが入った同種の封筒とすり替えるなどして、同キャッシュカードを窃取するもので、法律上は窃盗であるが、キャッシュカード手交型と同視し得ることから、特殊詐欺の内数に計上する。

注2：親族、警察官、弁護士等を装い、親族が起こした事件・事故に対する示談金等を名目に金銭等をだまし取る（脅し取る）詐欺

注3：未払いの料金があるなど架空の事実を口実とし金銭等をだまし取る（脅し取る）詐欺

注4：税金還付等に必要手続きを装って被害者にATMを操作させ、口座間送金により財産上不法の利益を得る電子計算機使用詐欺等の詐欺

## (6) 消費者教育の状況

### ア 国における消費者教育の推進

消費者教育推進法に基づき策定された「消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）」（平成25年6月閣議決定、平成30年3月変更）では、「誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供し、効果的に推進する。」ことを、消費者教育を推進する方向としており、「幅広い担い手（国・地方、行政・民間、消費者自身）の支援、育成、担い手間の連携、情報共有の促進」により、これを推進していくとしています。

また、地方公共団体は、社会的状況や経済的状況に応じた施策を策定して実施するものとし、地域特性に応じた消費者教育推進計画の策定や各種施策への自主的・自立的な取り組みを行うものとしています。

さらに、都道府県には、広域的な観点からの市町村支援および市町村間の消費者教育の格差を埋める役割を担うほか、教育委員会との共同事業の実施をはじめ、福祉、衛生、環境等の行政各部との情報共有や連携が求められています。

また、令和4年(2022年)4月の成年年齢引下げを見据えて、消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁が連携し「若年者の消費者教育の推進に関するアクションプログラム」（平成30年(2018年)2月決定、同年7月改定）を作成し、平成30年度(2018年度)から令和2年度(2020年度)の3年間を集中強化期間として取組を推進しています。

平成29年(2017年)には、小・中学校の学習指導要領が改訂され、小学校の社会科および家庭科、中学校の社会科（公民的分野）および技術・家庭科（家庭分野）で消費者教育に関する内容の充実が図られました。平成30年(2018年)には、高等学校の学習指導要領が改訂され、成年年齢引下げを踏まえ、公民科および家庭科において、消費者教育に関する内容の充実が図られました。

### イ 滋賀県における消費者教育の現状

学校や地域における消費者教育の推進を図るため、小中学校においては、インターネットの普及に伴う消費者問題を中心に、授業に活用できる副教材（ゆめ・ふれ愛成長確認シート）の作成・配布を行っています。また、高等学校においては、各校の消費者教育に使用できる教材（消費者庁作成：社会への扉）を配布・活用しています。

最近の消費者トラブルに基づき、消費者被害の防止・救済、自立した消費者として適切な意思決定に基づいて行動することや責任ある消費について考察し、工夫できるように取り組んでいます。

一方、地域における消費者教育の推進に関しては、くらしの情報セミナーや出前講座を中心に取り組んでいるほか、滋賀県金融広報委員会と連携した金融経済講演会等を実施しています。



## ゆめ・ふれ愛成長確認シート



## 社会への扉(消費者庁作成)



## ウ エシカル消費の推進

エシカル消費は、公正で持続可能な社会の実現に近づく消費者一人一人の消費選択行動であり、「消費者市民社会」の実現にもつながるものです。また、エシカル消費を推進することは、SDGsの目標のひとつ「つくる責任つかう責任」等の達成にもつながります。

このため、関係団体と連携し、キャンペーンやリーダー養成講座、セミナーを開催し、エシカル消費の普及・啓発を図りました。

令和2年(2020年)2月に実施した県政モニターアンケートでは、「エシカル消費または倫理的消費という言葉を知っていましたか」という認知度に関する設問に対する回答は、「内容も含めて知っていた」は17.5%、「言葉をきいたことはある」は24.3%でした。また、レジ袋持参をはじめとした何らかのエシカル消費を実践している消費者の割合は95.7%であり、エシカル消費という言葉が知らなくても、すでに実践している県民が多いことが分かりました。

### グリーン購入+エシカルキャンペーン



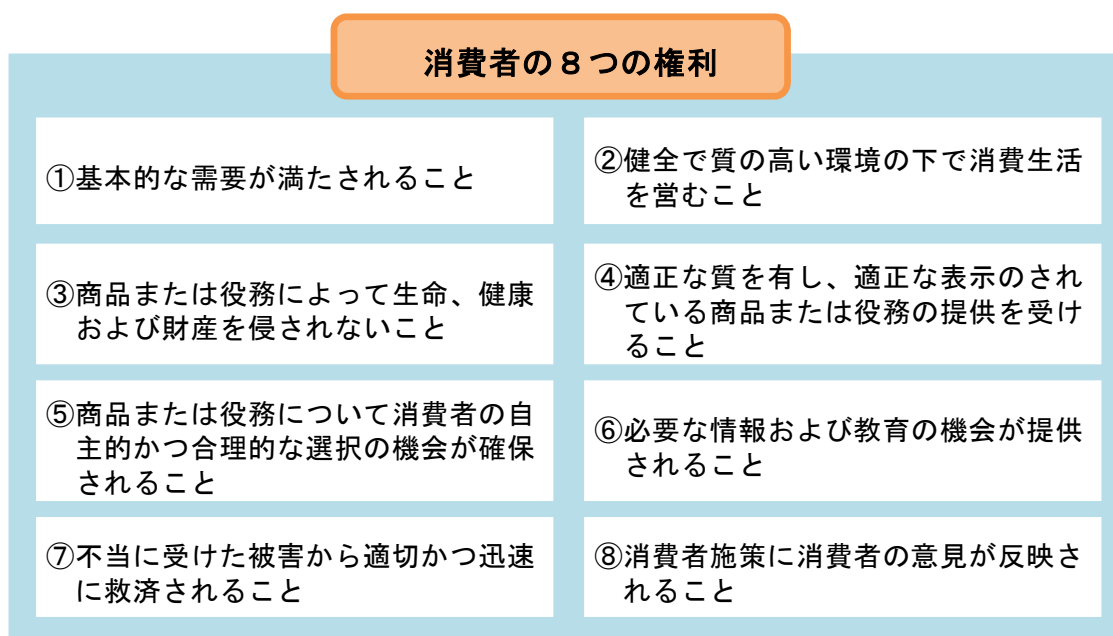


## 第3章 消費者施策推進の基本方針

### 1 基本理念

滋賀県では第3次計画まで、県民の消費生活の安定と向上に向けて、消費生活条例に掲げる基本理念である、県、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体との相互信頼を基調としつつ、次に掲げる「消費者の8つの権利の尊重」と「消費者が自らの利益の擁護および増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援すること」を基本として消費者施策を推進してきました。

第4次計画でもこの基本理念を継承するとともに、滋賀県基本構想の基本理念「変わる滋賀 続く幸せ」を実現するため、これまでの取組に加えてさらに消費者教育の充実を図り、消費者行政を総合的に推進します。



### 2 目指す姿

<目指す姿>

**みんなで学び、つくる滋賀の消費者安全・安心社会**

1の基本理念のもと、すべての県民が消費者としての基本的な権利を確立し、安全・安心な消費生活を営むことができるようにするためには、消費者団体や事業者団体等、地域の多様な主体と行政が、それぞれの強みを生かして連携することが必要です。

また、県民一人一人が消費者としての「自立」の力を身に付けるだけに止まらず、より良い社会、公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画することは、消費者教育推進法に盛り込まれた「消費者市民社会」の構築につながるものです。

第4次計画では、基本的に第3次計画の内容を継承した上で、令和4年(2022年)4月に実施される成年年齢引下げ等、社会情勢の変化に対応しながら、よりの確な情報発信や消費者の特性に応じた体系的な消費者教育の推進に重点を置いて取り組みます。そのためには、消費者だけでなく、行政、事業者など多様な主体が一体となって、消費者市民社会の構築に取り組むことが重要ですので、目指す姿を「みんなで学び、つくる滋賀の消費者安全・安心社会」として施策推進の基本方針を定め、施策の着実な推進を図ります。

#### 【消費者市民社会】

消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会  
(消費者教育推進法第2条)

### 3 基本方針

前述の基本理念および目指す姿の実現に向けて、また、消費者を取り巻く現状等を踏まえた消費者施策を推進するための基本的な方向として、次の3つの基本方針を掲げ、それぞれに重点施策を設けることにより、計画の着実な推進を図ります。

#### 基本方針Ⅰ 安全・安心な消費生活の確保

重点施策1 消費者取引の適正化

重点施策2 商品・サービスの安全性の確保

重点施策3 生活関連物資およびサービスの安定供給

#### 基本方針Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

重点施策4 主体的な消費行動を促進する消費生活情報の発信・啓発

重点施策5 消費者の特性に応じた体系的な消費者教育・学習の推進

重点施策6 持続可能な社会を目指した消費者行動の推進

#### 基本方針Ⅲ 消費者被害の防止と救済

重点施策7 消費生活相談体制の充実強化

重点施策8 社会的に不利な立場にある方への支援

重点施策9 法令違反事業者等への指導強化

## 第4章 消費者施策の展開

### 基本方針Ⅰ 安全・安心な消費生活の確保

県民の安全・安心な消費生活を確保するためには、消費者と事業者間の、情報量等の格差の是正を図り、公正な商取引を確保する必要があります。

また、消費者がより主体的で豊かな消費生活を営むためには、消費者が自主的かつ合理的に商品やサービスを選択できる十分な情報が、適切な広告や表示により提供されるなど、取引が適正に行われる環境を整備することが必要です。

さらに、消費者が商品・サービスにより生命や身体および財産に被害を受けることなく安心して生活するためには、衣食住をはじめとする生活に関わる商品やサービスの安全性が確保され、消費者事故や消費者被害が発生した場合には迅速に情報が消費者に提供されることが重要です。

消費者の安全・安心の確保は、消費者の利益の擁護・増進に最も基本的な施策であることから、各種法令に基づく事業者指導や消費者事故の情報提供等により、消費者が安心して商品やサービスの提供を受けることができるよう取り組みます。

#### 基本方針Ⅰ 安全・安心な消費生活の確保

##### 重点施策1 消費者取引の適正化



- (1) 取引等の適正化
- (2) 広告・表示等の適正化

##### 重点施策2 商品・サービスの安全性の確保

- (1) 商品・サービスの安全性の確保
- (2) 食の安全・安心の確保
- (3) 消費者事故情報等の収集・提供

##### 重点施策3 生活関連物資およびサービスの安定供給

#### ■基本方針Ⅰ SDGsのゴール・ターゲットとの関連

ゴール	ターゲット	重点施策
 2 飢餓をゼロに	2.1 飢餓を撲滅し、安全で栄養のある食料を得られるようにする	重点施策2 商品・サービスの安全性の確保
 12 つくる責任 つかう責任	12.3 持続可能な開発および自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識をもつようになる	重点施策3 生活関連物資およびサービスの安定供給

	<p>持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する</p>	<p>16.b 差別のない法律、規則、政策を推進し、実施する 16.10 情報への公共アクセスを確保し、基本的自由を保障する</p>	<p>重点施策1 消費者取引の適正化 重点施策3 生活関連物資およびサービスの安定供給</p>
--	---	--	---

## 重点施策1 消費者取引の適正化

### (1) 取引等の適正化

消費者と事業者との間の公正な商取引を確保し、消費者が適切な商品やサービスの選択ができ、消費者被害を防止するため、法令に違反する行為を行っている事業者や、特定商取引法等の法令についての認識が不十分なまま法令違反のおそれのある行為を行っている事業者に対しては、特定商取引法や消費者安全法等に基づき、事業者の指導監督・立入検査等を行います。あわせて、法律の改正等に当たってはわかりやすい情報提供に努めるとともに、消費者関連法遵守のための注意等を適時行い、事業者からの特定商取引法等に関する相談に対し、助言等を行うことにより、取引等の適正化を図ります。

#### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
特定商取引法・消費生活条例等の適正運用	特定商取引法や消費生活条例等に基づく事業者指導を積極的に行い、悪質事業者に対する指導等の強化を図ります。複数の府県にまたがる消費者被害も多発していることから、国や他の都道府県との連携を図り、事業者指導の効果を高めます。
割賦販売法等の適正運用	割賦販売法等に基づき、事業者に対し立入検査を実施し、指導監督を行います。
貸金業者の指導監督	貸金業法に基づき、貸金業者の業務の適正な運営の確保および資金需要者等の利益の保護を図るため、指導や立入検査を実施します。
建設業者の指導監督	建設業を営む者の資質の向上等を図ることにより、建設工事の適正な施工を確保するとともに、住宅瑕疵担保履行法に基づき、建設業者に係る特定住宅瑕疵担保責任を金銭的に担保し、発注者の保護を図ります。
宅地建物取引業者の指導監督	宅地建物取引業務の適正化を図るため、宅地建物取引業法に基づき業者に対する指導監督を行うことにより、公正な取引の確保と消費者の保護を図ります。
健康福祉サービス評価システムの推進	健康福祉サービスの質の向上と利用者のサービス選択に資するため、自己評価を促進するとともに、評価調査者養成研修や評価機関の認証などを行い、第三者評価の実施に取り組みます。

## (2) 広告・表示等の適正化

広告や表示は、消費者が商品の購入やサービスの利用の際に、合理的で適切な選択を行うための基礎となる情報であることから、事業者に対し調査や指導、立入検査を実施するとともに、適正な広告や表示の仕方について情報提供等を行うなど、広告・表示の適正化を図ります。

特に、食品表示等の不正事案の多発を受けて景品表示法が改正され、事業者側には表示管理体制の強化が求められ、県には措置命令等の権限が付与されています。不適正な表示を行う事業者に対して、行政処分や指導を適切に実施していく必要があります。

### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
景品表示法に基づく表示指導	景品表示法に基づき、適正な広告・表示を行うよう事業者に対する指導を強化します。また、景品表示法に関する説明会を開催する等、法や制度の周知により、表示の適正化を図ります。
食品表示法に基づく表示指導	原材料名や期限表示、食品添加物およびアレルギー等の表示について、食品の製造・販売施設への立入検査等を行い、表示の適正化を図ります。
家庭用品品質表示法に基づく表示指導	家庭用品品質表示法に基づき、立入検査の実施や販売業者等に対する表示事項遵守の指示を行うことにより、家庭用品の品質に関する表示の適正化を図ります。
米穀の適正流通の推進	米穀の出荷販売事業者等への巡回調査・指導を行うことにより、主要食糧法および米トレーサビリティ法に基づく米穀の適正流通の推進を図ります。
計量法に基づく検査等	取引や証明に使用する計量器（はかり）の定期検査の実施や商品量目（内容量）立入検査等を行うことにより、正確な計量の確保に努めるとともに、適正計量の周知徹底を図ります。

## 重点施策2 商品・サービスの安全性の確保

### (1) 商品・サービスの安全性の確保

商品やサービスの安全性の確保は、消費者が安心して消費生活を送るための重要な事項です。各種法令に基づく立入調査等を実施するなど、庁内各部署と連携して消費者の安全・安心対策に取り組めます。

### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
危険物・高圧ガス等に対する保安対策	<ul style="list-style-type: none"><li>・危険物の貯蔵・取扱いおよび消防設備機器の安全を図るため、講習会等を実施します。</li><li>・高圧ガス（LPガス等）による災害を防止するため、事業所・販売店に対する立入検査や保安講習会の開催等を実施します。</li><li>・火薬類による事故の防止や、粗悪な電気用品（工事）等による危害を防止するため、販売店等に対し、立入検査や保安講習会の開催等を実施します。</li></ul>



消費生活用製品の安全の確保	特定製品の販売業者や特定保守製品の取引事業者に対して立入検査を行うなど、消費生活用製品の安全を確保するよう努めます。
びわ湖材産地証明事業	県内産木材が適正に消費者に提供されるよう、県産木材取扱業者の審査・認定・登録、登録業者への指導・検査、産地証明、流通量の把握、情報の提供、普及啓発等を行うことにより、安心と信頼の分別・表示管理システムの運用に努めます。
家庭用品安全対策の推進	有害物質を含有する家庭用品について監視および検査を行い、健康被害の防止に努めます。
建築物等の安全対策	構造・設備・敷地・用途が適法な建築物が提供されるよう、建築士事務所や建築工事事業者、指定確認検査機関等に対する講習会を開催するとともに、建築基準法に定める中間検査や完了検査、定期点検の実施等にかかる指導を実施します。
医薬品等の安全の確保	消費者に有効かつ安全な医薬品等を供給するため、医薬品製造業者等に対する監視指導の実施や、医薬品等の品質検査を行います。
医療サービスの安全の確保	医療安全や医療機関に関する相談に対応し、患者・家族と医療関係者・医療機関との信頼関係の構築を支援します。
毒物劇物の安全対策	毒物劇物による保健衛生上の危害防止を図るため、毒物劇物営業者等に対する監視指導等を実施します。
生活衛生施設等の監視指導	生活衛生営業施設および遊泳用プールが衛生的に整備管理されるよう、生活衛生営業施設等に対する許可・確認・検査および立入検査・指導を行います。

## (2) 食の安全・安心の確保

「食」は、命と健康に直結するものであり、食の安全は県民が安心して健康に暮らしていくためには欠かすことができない問題です。

食中毒の予防や食品の衛生管理、食品添加物の検査等を行うとともに、消費者・事業者に対し食品衛生知識の向上を図り、食の安全・安心の確保に取り組みます。

### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
食の安全確保推進事業	食の安全・安心を確保するため、食の安全情報の提供やシンポジウム・意見交換会等の開催などにより食の安全・安心に関する正確で分かりやすい情報を発信するとともに、滋賀県食品衛生監視指導計画に基づき計画的に監視指導を実施します。
食の安全・安心強化対策事業	食の安全・安心事業を強化するため、大規模な食中毒を想定した模擬訓練、飲食店等の自主衛生管理の推進、消費者の意向を反映した買い上げ検査と情報提供を実施します。
食中毒予防対策事業	食中毒予防の正しい知識および情報を周知するとともに、食中毒の発生リスクが高い飲食店等に対して事故防止対策を重点的に指導します。
食品・添加物試験検査事業	食品、添加物等の規格基準検査や農畜産物の残留農薬検査、アレルギー含有食品の検査、遺伝子組換え食品の検査等を行い、県民に提供される食品の安全確保に努めます。
食品表示法に基づく表示指導	原材料名や期限表示、食品添加物およびアレルギー等の表示について、食品の製造・販売施設への立入検査等を行い、表示の適正化を図ります。

食肉衛生検査事業	と畜場に搬入される獣畜に対して、と畜検査員による検査を行うとともに、関係業者への衛生指導・検査を行い食肉の安全確保を図ります。
食鳥肉衛生対策事業	食鳥処理場の衛生確保および食鳥検査方法の向上に努め、食鳥肉の安全確保を図ります。
食品安全監視センター事業	特定食品等製造等施設に対して、HACCP <sup>17</sup> の適切な運用管理を指導することにより、食品等事業者の衛生管理レベルの維持・向上を図ります。
農業生産工程管理手法（GAP <sup>18</sup> ）普及促進事業	県産農産物に対する消費者の信頼を高めるため、県産農産物の安全性の確保等を目指して、農業生産工程管理（GAP）手法の普及に努めます。
環境こだわり農産物認証制度の運営	化学合成農薬、化学肥料の使用量を慣行の5割以下に減らし、かつ農業濁水の流出を防止するなど琵琶湖をはじめとする環境への負荷を減らした技術で栽培された農産物を「環境こだわり農産物」として県が認証し、生産者が自身の取り組みを伝えることにより、消費者の商品選択の判断に役立てます。
しがの米麦大豆安全安心確保事業	実需者・消費者の安心感を確保するため、米・麦・大豆の品質調査（安全分析）を行う生産者団体の取組を支援します。
生産物の安全対策の推進	農薬や動物用・水産用医薬品、家畜用飼料について、適正な使用がなされるよう立入検査や巡回指導を実施します。

### （3）消費者事故情報等の収集・提供

リコール情報や関係機関からの注意喚起情報および重大事故情報等を広く収集し、県民の生命、身体に危害が及ぶ恐れのある商品やサービスについて、消費者への周知を図ります。また、消費生活相談のうち、生命・身体に関する事故情報については、<sup>バイオ</sup>PIO-<sup>ネット</sup>NET<sup>19</sup>（全国消費生活情報ネットワーク・システム）等を通じて速やかに関係省庁に報告し、事故防止に役立てます。

#### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
リコール情報・重大事故情報等の収集・提供	リコール情報、関係機関からの注意喚起情報および重大事故情報等を広く収集し、各種媒体を通じて速やかな提供、周知を図ります。
消費生活用製品の安全の確保（(1)再掲）	特定製品の販売業者や特定保守製品の取引事業者に対して立入検査を行うなど、消費生活用製品の安全を確保するよう努めます。

## 重点施策3 生活関連物資およびサービスの安定供給

豊かで安定した県民生活のためには、物価が安定し、物資が安定的に供給される必要があります。県民の生活に必要な物資およびサービス（生活関連物資等）について、大規模な災害発生等、価格高騰の恐れがある緊急時には、生活関連物資の調査を行い、市場の状況を把握します。

また、生活関連物資の価格が高騰した際に、買占めや売惜しみなど安定した供給を阻害する不適正な行為が行われた場合には、関係法令や条例に基づき、不適正な行為の是正を勧告するなど、生活関連物資の安定した供給の確保に努めます。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
物価情報に関する統計情報の提供	消費生活上重要な商品の小売価格およびサービスの料金を調査し、消費者物価指数として公表します。また、定期的に消費者物価指数等の情報提供を行い、物価動向の周知を図ります。



## 基本方針Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

インターネット関連の消費者問題の増加や悪質商法の手口の多様化により、消費者被害は若者から高齢者まであらゆる年代に発生しています。消費者が消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力を育成するため、ライフステージや消費者の特性等に応じた情報発信・啓発や消費者教育・学習を推進します。

消費者教育・学習の推進にあたっては、「消費者の自立の支援」と「消費者市民社会の形成」を基本的な考え方として取り組みます。第4次計画では、消費者と多様な主体が「みんなで学び、つくる」ようさらに連携を図ります。

また、持続可能な社会の実現のため、消費者が消費行動を通じて、より良いくらし、より良い社会の形成に主体的に参画し、発展に寄与できるよう積極的に支援し、連携・協働（つながり）による消費者市民社会の構築を目指します。

### 基本方針Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

#### 重点施策4 主体的な消費者行動を促進する消費生活情報の発信・啓発

- (1) 消費者の特性に配慮した情報発信・啓発
- (2) 災害発生・感染症拡大等緊急時の情報発信・啓発
- (3) インターネット等に関連する消費者行動への対応

#### 重点施策5 消費者の特性に応じた体系的な消費者教育・学習の推進

- (1) 消費者教育・学習の機会拡大と体系的な消費者教育の推進
- (2) 若年者向け消費者教育の強化
- (3) 特性に応じた消費者教育
- (4) 消費者教育の担い手（人材）の育成と支援

#### 重点施策6 持続可能な社会を目指した消費者行動の推進

- (1) エシカル消費の推進
- (2) 環境に配慮した消費者行動の推進
- (3) 環境学習・環境保全活動の支援
- (4) 消費者市民社会の構築に向けた気運づくり

## ■基本方針Ⅱ SDGsのゴール・ターゲットとの関連

ゴール	ターゲット	重点施策
 <p>あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる</p>	1.5 脆弱層の人々の強靱性を構築する	重点施策4 主体的な消費者行動を促進する消費生活情報の発信・啓発
 <p>すべての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する</p>	4.5 脆弱層が教育や職業訓練に平等にアクセスできるようにする 4.7 教育をとおして持続可能な開発に必要な知識・技能を得られるようにする	重点施策5 消費者の特性に応じた体系的な消費者教育・学習の推進 重点施策6 持続可能な社会を目指した消費者行動の推進
 <p>包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用を促進する</p>	8.7 強制労働・奴隷制・人身売買を終わらせ、児童労働をなくす	重点施策6 持続可能な社会を目指した消費者行動の推進
 <p>各国内及び各国間の不平等を是正する</p>	10.2 すべての人の能力を強化し、社会・経済・政治への関わりを促進する	重点施策5 消費者の特性に応じた体系的な消費者教育・学習の推進
 <p>持続可能な生産消費形態を確保する</p>	12.8 持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする	重点施策6 持続可能な社会を目指した消費者行動の推進
 <p>気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる</p>	13.3 気候変動対策に関する教育、啓発、人的能力及び制度機能を改善する	重点施策6 持続可能な社会を目指した消費者行動の推進
 <p>陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する</p>	15.1 陸域・内陸淡水生態系及びそのサービスの保全・回復・持続可能な利用を確保する	重点施策6 持続可能な社会を目指した消費者行動の推進
 <p>持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する</p>	16.7 適切な意思決定を確保する 16.10 情報への公共アクセスを確保し、基本的自由を保障する	重点施策4 主体的な消費者行動を促進する消費生活情報の発信・啓発

## 重点施策4 主体的な消費者行動を促進する消費生活情報の 発信・啓発

消費者が自主的かつ合理的な判断のもとに商品やサービスを選択し、安全・安心な消費生活を送るためには、悪質商法の手口や消費者事故情報など、消費者に必要な情報を迅速に提供されること、また、消費者が必要とする時に簡単に入手できることが求められます。消費者が消費生活に関する情報を収集しやすい環境を整えるとともに、身近な消費者問題について関心を持てるような啓発を行います。

また、災害発生時など消費者が消費生活において不安を抱くような社会情勢下では、消費者が混乱を来すことのないよう、迅速で適切な情報提供に努めます。

### (1) 消費者の特性に配慮した情報発信・啓発

消費者が自主的かつ合理的に商品やサービスを選択できるよう、関係機関と連携して、高齢者、若年者、障害者、外国人県民等<sup>20</sup>の年齢や特性に応じた的確な情報発信・啓発を行います。

特に、重点施策8で後述する、社会的に不利な立場にある高齢者等への支援を行う際には、関係団体等と連携して効果的な啓発を行います。

情報発信にあたっては、最新の消費生活相談状況に基づき、実際の被害事例を示しながら、消費者が必要とする情報をわかりやすく提供します。

#### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
消費者の特性に応じたわかりやすい情報の発信	幅広い世代に対する消費者啓発とともに、高齢者、若者、障害者、外国人県民など、その年齢層や特性に応じた媒体を活用して、実際の被害事例など消費生活に関する情報をわかりやすく提供します。
啓発資料等の作成および配布	消費者の年齢層や特性に応じ、様々な場面で活用できる啓発資料等を作成・配布します。
啓発資料等の貸出および情報の提供	消費者教育や啓発のために役立つ情報を県のホームページに掲載するとともに、教材等を希望者に貸し出します。

### (2) 災害発生・感染症拡大等緊急時の情報発信・啓発

災害や感染症拡大によるトラブルに対応した啓発を行い、消費者の不安を取り除くことや、商品の品薄等に対する冷静な消費行動への呼びかけに努めます。

あわせて、平時から生活必需品の備蓄など災害に備える必要性や、災害時には正確ではないデマなどが発生しやすいため、消費者が正確な情報を選択できるように日頃から啓発を行います。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
災害発生・感染症拡大等緊急時の情報発信・啓発	災害や感染症拡大による消費者トラブル未然防止のための啓発を消費者の年齢層や特性に応じた媒体を活用して行います。 商品の品薄等が発生した場合、正しい情報に基づく冷静な消費行動を周知します。
平時から災害に備える必要性の啓発	平時から生活必需品の備蓄など災害に備える必要性や、災害時の正確な情報の選択について、日頃から消費者に啓発します。

### (3) インターネット等に関連する消費者行動への対応

パソコンやスマートフォンの普及に伴い、インターネット通販に関連する消費生活相談が増加しています。特に、新型コロナウイルス感染症に伴う外出自粛や在宅勤務の影響により、インターネット通販に関するトラブルが急増しました。消費者にとっては利便性が増した一方で、内容を確認しないまま契約したり、SNSや動画投稿サイトの広告から誘引されトラブルになることが多くなっています。また、近年、消費者の決済手段の多様化が進み、キャッシュレス決済に関する消費生活相談も増加しており、慣れない決済手段に関する知識を必要としている方がおられます。

このため、インターネットの利用や情報化の進展に伴う消費者トラブルについて情報発信・啓発を行い、トラブルの未然防止に努めます。また、キャッシュレス決済など新たな決済方法に関して、消費者の年齢や特性に応じた方法を用いて、そのメリットと併せてリスクについて啓発を行います。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
インターネット等に関連した消費者トラブルに関する情報発信・啓発	最新の消費者トラブルの状況に応じて、消費者被害の未然防止のため、消費者の年齢層や特性に応じた媒体を活用して情報発信を行います。
キャッシュレス決済など新たな決済方法に関する啓発	最新の決済方法について、メリットと併せてリスクについて、広報誌や関係団体と連携した講座において啓発します。

## 重点施策5 消費者の特性に応じた体系的な消費者教育・学習の推進

消費者が、民法に規定される「同時履行の抗弁権」などの契約に関する基礎知識を身に付けることが、消費者自身を守ることに繋がります。また、消費者が「契約」とあわせて「お金」や「暮らしの安全」に関する知識を理解し、消費者トラブルにあったときは消費生活相談窓口にご相談できるよう消費者教育を推進し、安全・安心な消費生活の実現を目指します。

平成24年(2012年)12月に施行された消費者教育推進法では、「消費者教育」および「消費者市民社会」の定義が示され、消費者教育の推進にあたっては、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢や障害の有無等の特性、学校、地域、家庭、職域等の場の特性等に応じた適切な方法により、多様な主体や他施策と連携を図りつつ効果的に行われなければならないこととされています。

## (1) 消費者教育・学習の機会拡大と体系的な消費者教育の推進

誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、幼児期から高齢期までの各段階に応じた消費者教育を様々な場で受けることができる機会や学びあう機会を、幅広い主体と連携しながら提供し、体系的教育を効果的に推進します。

消費者教育の推進にあたっては、消費生活センターを拠点として、多様な主体が連携・協働した体制づくりを行い、様々な場における外部人材を活用した効果的な消費者教育に取り組みます。

このため、令和2年度(2020年度)から滋賀県消費生活センターに消費者教育コーディネーターを配置し、学校、消費者団体、事業者・事業者団体、大学等と連携を図り、地域全体の消費者教育を推進します。

### ① 学校等における消費者教育の推進

消費者被害に遭わない等「生きる力」を育むため、学習指導要領に基づき、各学校等における消費者教育を推進します。

平成29年(2017年)には、小・中学校の学習指導要領が改訂され、小学校の社会科および家庭科、中学校の社会科(公民的分野)および技術・家庭科(家庭分野)について、平成30年(2018年)には、高等学校の学習指導要領が改訂され、成年年齢引下げを踏まえ、公民科および家庭科において、消費者教育に関する内容の充実が図られました。

このため、小・中学校においては、教育委員会と連携して作成・配布した副教材を活用して、引き続き学校の消費者教育を支援します。高等学校においては、教育委員会と連携し、高校生を対象とした消費者庁作成教材「社会への扉」を用いた授業を県内すべての高等学校(特別支援学校の高等部を含む)で行うことを目指すとともに、研修会等を通じて、教員の消費者教育を支援します。

また、消費者としてより社会との関連が深まり、経済活動の範囲も広がる大学生や専修学校等の学生には、消費者問題に関する情報等を提供するとともに、大学等の設置主体に対しては、消費者教育の自主的な取組を促進します。

学校等の消費者教育の推進にあたっては、教育委員会や関係団体等との連携を図り、今後の効果的な消費者教育について検討していきます。

学校等の消費者教育と連携して、家庭においては、小遣いや買い物の手伝い等を通して、子どもが金銭や物を大切にする意識を身に付けることや、インターネットやスマートフォンの使い方を親子で話し合うことが大切です。子どもの年齢に応じた啓発資料等を提供し、家庭における消費者教育を支援します。



【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
学校における外部人材の活用	県消費生活センター等の相談員や弁護士等、消費者教育に関する外部講師による出前講座を活用し、消費者教育を推進します。
消費生活に関する啓発資料の提供や教材の作成	消費生活に関する啓発資料や、学校等で使いやすい教材を作成し、提供します。
消費者教育を推進する教員への支援	教員等を対象に、消費者教育に関するモデル授業の実施等、研修機会や実践事例情報を提供します。
家庭における消費者教育の支援	学校等の消費者教育と連携し、子どもの成長過程に応じた啓発資料等の提供など、保護者と子どもが話し合う機会づくりに取り組み、家庭における消費者教育を支援します。
消費者教育に関する情報提供	国の関係省庁等が作成した教材や資料、先進事例等について情報提供を行います。
大学等に対する消費者教育推進の要請および支援	大学等の入学オリエンテーションや出前講座において、動画やDVD貸出等を活用し学生を対象とした啓発を実施します。消費者教育の重要性についての認識を共有できるよう、大学等の設置者との意見交換等を通じて、消費者教育の自主的な取組を促進します。
消費生活に関する啓発資料等の提供	消費生活に関する啓発資料や教材を作成し、提供します。

②地域や職域等における消費者教育の推進

消費者の特性（高齢者、障害者等）に応じた消費者被害の状況や、自治会や老人会などの地域や職域等の消費者教育を実施する場等を踏まえ、消費者被害の防止に向けて、消費者の特性や様々な場に応じた方法で消費者教育を推進します。

実施にあたっては、消費生活相談員が行う出前講座や金融広報委員会の活動と連携して、地域のニーズにあわせた消費者教育に取り組みます。

<地域>

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
高齢者等を対象とした講習会等の実施	老人会等への出前講座等、高齢者を対象とした効果的な講習会等を実施します。
高齢者等を対象とした効果的な情報提供	高齢者等の消費者被害状況等を踏まえ、関係団体や警察等と連携して効果的な情報提供に努めるとともに、相談窓口の周知を図ります。
高齢者等を対象とした消費者被害防止啓発等の実施	県内の様々な場所において高齢者向けの消費者被害防止パネル展等の啓発活動を行い、消費者被害の事例等について情報提供を行います。
高齢者等の見守り支援者の育成	民生委員・児童委員や介護関係者等地域の見守り支援者に対して研修の機会を設け、消費者トラブル事例や対応策を伝えることにより見守り意識の向上を図ります。
消費者被害の未然防止・拡大防止に向けた各種広報の実施	自治会や地域のグループ等を対象とした消費生活相談員や金融広報委員会の出前講座等を実施します。
関係団体と連携した消費者教育の推進	市町や関係団体との連携による消費者イベントや講演会、啓発等を実施します。

## <職域>

### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
事業者等に対する従業者への消費者教育推進	事業者に対して、消費生活に関する研修等の開催等、従業者への消費者教育の推進を図ります。 従業者の消費生活講座等への参加を呼びかけます。
消費者志向経営等に関する情報提供	顧客の声を生かした消費者への情報提供を行うよう事業者等に呼びかけます。 事業者への消費生活に関する啓発資料や関連情報を提供します。 先進的な取組について、広くPRを行います。

### ③多様な主体と連携した消費者教育の推進

消費者教育を効果的に推進するためには、県やそれぞれの消費者教育を行う主体が単独で取り組むのではなく、県と多様な主体が連携することが必要です。

消費者団体や消費者リーダー育成講座修了者との連携については、エシカル消費等に関する講演会の開催や消費者向けイベントにおける啓発を引き続き連携して行い、幅広い対象者に向けた消費者教育を推進します。

また、住民に身近な消費生活相談窓口である市町と連携して、地域における消費者教育を推進します。

環境学習、食育、食品ロス削減等を所管する庁内関係部局とは、持続可能な消費の実践を目指す消費者教育との関わりが深いことから、相互に連携を図ることでそれぞれの取組の効果を高めます。

併せて、金融経済教育や法教育等、幅広く日常の消費生活に関連する教育に関する施策は、消費者教育と重なる部分が多くあることから、これらの教育に関わる関係団体等とも連携しながら、取組を進めます。

### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
関係団体と連携した消費者教育の推進(②再掲)	市町や関係団体との連携による消費者イベントや講演会、啓発等を実施します。
(重点施策6において後述) エシカル消費の推進	多様な主体と連携し、人や社会、環境、地域に配慮した消費行動を推進し、エシカル消費を実践する消費者を育成します。
(重点施策6において後述) 体系的な環境学習推進事業	環境学習の体系的・総合的な推進を図るため、幼児の自然体験型環境学習や小・中・高等学校等におけるエコ・スクールの実践等を支援します。
食育の推進	滋賀県食育推進計画に基づき、消費者、事業者、行政等の多様な主体が連携し、食育を推進します。
(重点施策6において後述) 食品ロス削減の推進	滋賀県食品ロス削減推進計画に基づき、消費者、事業者、行政等の多様な主体が連携し、食品ロス削減に取り組みます。
金融広報委員会と連携した消費者教育	金融広報委員会の出前講座等と連携し、地域や職域における消費者教育を推進します。

弁護士会と連携した消費者教育	弁護士会と共催し、弁護士や消費生活相談員を高校や特別支援学校に派遣し、講演会を実施します。
----------------	---

## (2) 若年者向け消費者教育の強化

消費生活相談は20歳になると増加しており、悪質事業者が未成年者取消権が使えなくなる20歳になったばかりの若年者をターゲットにしているためと考えられます。成年年齢が引き下げられると、より社会経験が少ない若年者が被害者になるだけでなく、自らがマルチ商法等の勧誘者として加害者になる恐れもあることから、若年者への重点的な啓発が必要です。

このため、令和4年(2022年)4月の成年年齢引下げを見据え、教育委員会や学校現場と連携し、学習指導要領に基づき行われる消費者教育を推進します。併せて、引き続き高等学校での出前講座等で啓発を行います。

また、地域や職域において、消費生活に関する講座等を実施し、若年者向け消費者教育を推進します。

### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
学校における外部人材の活用((1)再掲)	県消費生活センター等の相談員や弁護士等、消費者教育に関する外部講師による出前講座を活用し、消費者教育を推進します。
消費生活に関する啓発資料の提供や教材の作成((1)再掲)	消費生活に関する啓発資料や、学校等で使いやすい教材を作成し、提供します。
消費者教育を推進する教員への支援((1)再掲)	教員等を対象に、消費者教育に関するモデル授業の実施等、研修機会や実践事例情報を提供します。
消費者被害の未然防止・拡大防止に向けた各種広報の実施((1)再掲)	自治会や地域のグループ等を対象とした消費生活相談員や金融広報委員会の出前講座等を実施します。
関係団体と連携した消費者教育の推進((1)再掲)	市町や関係団体との連携による消費者イベントや講演会、啓発等を実施します。
事業者等に対する従業者への消費者教育推進((1)再掲)	事業者に対して、消費生活に関する研修等の開催等、従業者への消費者教育の推進を図ります。従業者の消費生活講座等への参加を呼びかけます。

## (3) 特性に応じた消費者教育

高齢者や障害者等の消費者被害の状況を踏まえ、消費者の特性に応じた方法で消費者教育を推進します。

### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
高齢者等を対象とした講習会等の実施((1)再掲)	老人会等への出前講座等、高齢者を対象とした効果的な講習会等を実施します。
高齢者等を対象とした効果的な情報提供((1)再掲)	高齢者等の消費者被害状況等を踏まえ、関係団体や警察等と連携して効果的な情報提供に努めるとともに、相談窓口の周知を図ります。



高齢者等を対象とした消費者被害防止啓発等の実施((1)再掲)	県内の様々な場所において高齢者向けの消費者被害防止パネル展等の啓発活動を行い、消費者被害の事例等について情報提供を行います。
高齢者等の見守り支援者の育成((1)再掲)	民生委員・児童委員や介護関係者等地域の見守り支援者に対して研修の機会を設け、消費者トラブル事例や対応策を伝えることにより見守り意識の向上を図ります。
特別支援学校における消費者教育の推進	特別支援学校で活用できる冊子を作成・配布し、特別支援学校での消費者教育を支援します。
外国人県民向け消費生活に関する情報提供	外国人県民向け相談窓口と連携し、広報紙やSNS等を活用し、トラブル防止のため、契約に関する消費生活情報など、多言語による注意喚起を図ります。

#### (4) 消費者教育の担い手（人材）の育成と支援

県民誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で消費者教育を受けることができるためには、学校や地域、職域等で消費者教育を実施できる担い手が必要です。そのため、消費生活センターを消費者教育を担う人材育成の拠点として位置づけ、消費者講座等の講師を務めることが多い消費生活相談員等への研修等の充実を図ります。また、学校における消費者教育を担う教員に対して、研修会等を通じた教育能力の向上を図ります。教育能力の向上にあたっては、消費者庁新未来創造戦略本部の先進的な取組を参考に教員を支援します。また、教員を国民生活センター等の研修に派遣し、教育能力の向上を図ります。

そのほか、消費者団体その他の関係機関に対し、消費者教育を担う人材の育成等についての自主的な取組を促すなど、幅広い人材の育成に努めるとともに、大学等と連携して学生等の地域の消費者教育活動への積極的な参画を促進します。

また、専門人材の育成・支援とあわせて、消費者講座への参加者等を対象に、自らの学習を周囲への啓発や高齢者等への見守りに活かしてもらうよう働きかけるなど、消費者教育のすそ野の広がりも目指します。

##### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
消費生活に係る人材の育成	消費生活に関する講座の実施等により、専門資格の取得や消費生活に関わる人材の育成を支援します。
消費者教育の拠点整備	消費生活センターが消費者教育の普及啓発および人材育成の拠点となるよう検討を進めます。
学校における人材育成	学校における消費者教育の向上を図るため、教員等を対象とした消費者教育に関する研修や講座等を実施します。消費者庁新未来創造戦略本部の先進的な取組を参考に教員を支援します。教員を国民生活センター等の研修に派遣し、教育能力の向上を図ります。
地域・職域における人材育成	地域や職域における人材の育成のため、研修会や講座を通じた地域力の向上に取り組みます。

大学における人材育成の検討	大学等と連携した人材育成の取組について検討します。大学で実施する教員免許状更新講習において、消費者教育をテーマに取り入れてもらうよう働きかけるとともに、実践的な内容となるよう必要な支援を行います。
---------------	--

## 重点施策6 持続可能な社会を目指した消費者行動の推進

SDGsの12番目の目標「つくる責任つかう責任」をはじめ、地域経済の活性化を担う主体としての消費行動を実践する消費者を育成し、持続可能な社会を目指します。

このため、多様な主体と連携して、エシカル消費や環境に配慮した消費行動を推進し、消費者市民社会の構築に向けた気運づくりに努めます。

### (1) エシカル消費の推進

日本の経済全体（GDP：国内総生産）の約6割が家計からの支出であり、個人の消費が社会に与える影響は決して小さなものではありません。消費者が「人を傷つけないもの」「環境に配慮したもの」を選べば、それらをつくった企業を応援することになり、それらの企業は「より人を傷つけない」「もっと環境に配慮した」商品やサービスを提供するようになります。消費者は自らの行動が社会全体に大きな影響を与えていることに理解を深め、行動を選択していくことが大切です。

SDGsの12番目の目標「つくる責任つかう責任」をはじめ、SDGsがめざす持続可能な社会を構築するため、人や社会、環境、地域に配慮した消費者行動を推進し、エシカル消費を実践する消費者を育成します。

エシカル消費は、消費者が今まで意識せずに行っていた地産地消やマイバッグ持参等の消費行動と重なるものがあります。消費者がエシカル消費を意識して取り組むことにより、消費者が主役となって、自らの行動により公正かつ持続可能な社会の形成に参画する「消費者市民社会」の実現につながります。

エシカル消費は様々な取組と関連するため、関係機関等、多様な主体と連携し、エシカル消費の理念および消費者行動について分かりやすい啓発を行います。

### (2) 環境に配慮した消費者行動の推進

滋賀県では、環境の保全に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、「環境総合計画」を策定していますが、平成31年(2019年)3月策定の「第五次滋賀県環境総合計画」では、目指す将来の姿を「琵琶湖をとりまく環境の恵みといのちを育む持続可能で活力あふれる循環共生型社会」としており、その将来像を実現するため、計画の目標を「環境と経済・社会活動をつなぐ健全な循環の構築」としています。目標の達成に向けて「共生」「守る・活かす・支える」「協働」の3つの視点を通して、「琵琶湖をとりまく環境保全と自然の恵みの活用」、「気候変動への対応・環境負荷の低減」、「持続

可能な社会を支える学びと暮らしの定着」、「国際的な協調と協力」の4つの施策の柱のもと、10の分野ごとに取組を進めています。

さらに、2050年までに二酸化炭素の排出量を実質ゼロにする「しがCO<sub>2</sub>ネットゼロ」の実現に向けて、県民、事業者等多様な主体と連携して、持続可能な社会を次世代に引き継ぐための取組を加速しています。

また、豊かな食生活の裏側で生じている食品ロスも問題になっています。日本の米の年間収穫量（平成29年(2017年)、約780万トン）の約78%にも匹敵する食品ロス（平成29年度(2017年度)推計で年間約612万トン）の約半分は家庭から発生しています。また、食品関連事業者から発生する食品ロスについても、その背景には、消費者側の鮮度や品質に対する過度な意識があると考えられることから、消費者が食品ロス削減に対する認識を深められるような啓発が必要です。令和元年(2019年)10月には「食品ロスの削減の推進に関する法律」が施行され、本県においても、食品ロス削減に向けた様々な取組を「三方よし<sup>21</sup>!!でフードエコ・プロジェクト」として展開しているほか、令和3年3月には「滋賀県食品ロス削減推進計画」（令和3年度(2021年度)～令和7年度(2025年度)）を策定しました。

なお、滋賀県の食に関する施策については、「滋賀県食の安全・安心推進計画」や「滋賀県食育推進計画」により、食の安全・安心の確保や食育について、総合的かつ計画的に推進しています。

前述のエシカル消費の推進とあわせて、グリーン購入やプラスチックごみ削減、食品ロス削減をはじめ、「しがCO<sub>2</sub>ネットゼロ」の実現に向けた取組など、環境に配慮した消費者行動の推進に努めます。

#### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
地球温暖化 <sup>22</sup> 対策推進事業	・家庭での節電やCO <sub>2</sub> 排出削減行動の実践、定着を図るため、市町等と連携した節電・省エネ提案会を実施します。 ・民間団体の地域における低炭素社会づくりに関する活動の促進を図ります。
びわ湖・カーボンクレジット <sup>23</sup> 普及促進事業	CO <sub>2</sub> の排出削減・吸収量取引であるJ-クレジット制度 <sup>24</sup> を活用した商品の普及啓発を行います。
スマート・エコハウス普及促進事業	家庭においてエネルギーを「減らす」「創る」「賢く使う」取組を総合的に広めるため、個人の既築住宅において、太陽光発電や蓄電池、高効率給湯器等の「スマート・エコ製品」を設置する取組に対して補助を行います。
食品ロス削減の推進	滋賀県食品ロス削減推進計画に基づき、消費者、事業者、行政等の多様な主体が連携し、食品ロス削減に取り組みます。
ごみゼロしが推進事業	消費者、事業者、行政が一体となって買い物によって生じるごみの削減を推進するため、マイバッグ携帯や食品ロス削減、グリーン購入等について広く普及啓発を行います。
滋賀グリーン活動ネットワークの支援	グリーン購入の実践促進、普及啓発、連携推進等を行う一般社団法人滋賀グリーン活動ネットワークを支援し、本県におけるグリーン購入の促進を図ります。

### (3) 環境学習・環境保全活動の支援

環境に配慮した消費者行動を推進するため、環境学習を推進するとともに、環境保全活動の支援を行います。県では、環境学習の体系的・総合的および効果的な推進を図ることを目的として、「滋賀県環境学習推進計画」を策定しています。

#### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
体系的な環境学習推進事業	環境学習の体系的・総合的な推進を図るため、幼児の自然体験型環境学習や小・中・高等学校等におけるエコ・スクールの実践等を支援します。
環境学習センター事業	琵琶湖博物館環境学習センターを拠点に、県民、NPO <sup>25</sup> 等、事業者等が取り組む環境学習が効果的に実施されるよう、環境学習に関する情報や交流機会の提供、環境学習関連施設間の連携等の支援を行います。
低炭素社会づくり学習支援事業	地球温暖化問題に対する正しい知識の習得および省エネ行動を促進するため、学校や地域における低炭素社会づくり授業・講座を開催します。
環境美化活動推進事業	環境保全に関する県民意識の高揚および実践のため、団体が実施する環境美化活動を支援します。
「びわ湖の日」活動推進事業	7月1日「びわ湖の日」を中心に、県民等による環境への関わりを促進します。
地産地消の推進・環境こだわり農産物の消費拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農産物直売所の活性化、地場農産物の利用促進、卸売市場を通じた地場農産物の流通促進など、地産地消を推進します。</li> <li>・環境こだわり農業の理念や取組についての理解促進を図り、その消費拡大を図ります。</li> </ul>

### (4) 消費者市民社会の構築に向けた気運づくり

滋賀県には、琵琶湖をはじめとする環境を守ってきた県民意識の高さと、過去から受け継がれてきた実践行動の土壌があります。琵琶湖で大規模な赤潮が発生した昭和50年代、琵琶湖を守るために県民が主体となって始まった「石けん運動<sup>26</sup>」は、県民の意思の強い表れであり、「商品の選択により、身近な水環境を守る」という、生活行動の中で展開された実践行動の一つでした。これは、消費者の消費行動を通して社会を変える、いわば“消費者市民”の先駆けともいえます。

また、近江商人の経営理念「三方よし」という滋賀で培われ、全国に誇るべき思想もあります。

滋賀の地で脈々と受け継がれてきたこの歴史を踏まえ、市町や消費者団体、事業者等、幅広い主体とそれぞれの専門や得意分野を活かしながら連携・協働を図り、より良い暮らし、より良い社会の形成に消費者自らが主体的に参画し、持続可能な社会の形成に寄与できるよう積極的に啓発を行い、消費者市民社会の構築に向けた気運づくりに努めます。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
市町や消費者団体、事業者、関係団体等、幅広い主体と連携した「消費者市民社会」に関する情報提供や広報活動の実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活等に関するイベントや講演会を通じた啓発を行い、消費者市民社会の考え方について周知を図ります。</li> <li>・消費者、事業者、社会の三者「三方よし」の消費スタイルを提案します。</li> <li>・環境学習、食育、金融教育、法教育、防災教育等と連携した取組を進めます。</li> </ul>

## 基本方針Ⅲ 消費者被害の防止と救済

消費者には、不当に受けた被害から適切かつ迅速に救済される権利があり、消費者契約法や特定商取引法等により不当な勧誘や契約から守られています。

消費生活相談窓口では、安全・安心な消費生活を確保するために、悪質商法による消費者被害の未然防止と迅速かつ適正な救済を行うとともに、相談者に対し、これらの法令に基づく消費者の権利や対処法への理解を深めていただくための助言を行っています。しかしながら、一人暮らしの高齢者の増加や近隣との接触の希薄さなど、消費者被害に遭っても相談につながりにくい状況があります。

相談を受ける消費生活相談窓口の体制も、市町により複数の専門相談員が配置されている市の窓口もあれば、専門相談員がいない窓口など様々です。また、技術革新等による商品やサービスの変化、取引形態の多様化、巧妙化する悪質業者の手口の出現などに伴い、相談内容は複雑化・多様化しており、新たに生じる消費者問題への機動的な対応が求められます。

県は、市町では対応が困難な専門的・広域的な事案について、それぞれの市町のニーズに合わせた支援を行いながら、市町と連携して消費生活相談および啓発、事業者指導を実施していきます。また、必要に応じて弁護士等、専門家の力を活用します。

特に、高齢者被害に対しては、被害金額が大きく高齢者の生活を脅かし、社会全体に与える影響が大きいことから、高齢者等が悪質な事業者のターゲットにならないよう、見守り活動を行う福祉関係団体等との連携に取り組みます。

さらに特定商取引法や消費生活条例に違反する販売行為等を行う事業者に対しては行政指導を行うとともに、被害の拡大防止のため消費者に対する情報提供を迅速に行います。指導に従わない、もしくは詐欺的行為等を繰り返すような悪質事業者に対しては、業務停止命令等の対応を的確に行います。

### 基本方針Ⅲ 消費者被害の防止と救済

#### 重点施策7 消費生活相談体制の充実強化

- (1) 県の消費生活相談体制の充実強化
- (2) 市町の消費生活相談体制の充実強化

#### 重点施策8 社会的に不利な立場にある方への支援

- (1) 的確な情報提供
- (2) 見守り体制の充実強化

#### 重点施策9 法令違反事業者等への指導強化



## ■基本方針Ⅲ SDGsのゴール・ターゲットとの関連

ゴール	ターゲット	重点施策
 <p>あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる</p>	<p>1.3 貧困層・脆弱層の人々を保護する</p> <p>1.5 脆弱層の人々の強靱性を構築する</p>	<p>重点施策7 消費生活相談体制の充実強化</p> <p>重点施策8 社会的に不利な立場にある方への支援</p>
 <p>各国内及び各国間の不平等を是正する</p>	<p>10.3 機会均等を確保し、成果の不平等を是正する</p>	<p>重点施策7 消費生活相談体制の充実強化</p> <p>重点施策8 社会的に不利な立場にある方への支援</p> <p>重点施策9 法令違反事業者等への指導強化</p>
 <p>持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する</p>	<p>16.4 組織犯罪をなくす</p> <p>16.b 差別のない法律、規則、政策を推進し、実施する</p>	<p>重点施策9 法令違反事業者等への指導強化</p>
 <p>持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化</p>	<p>17.17 効果的な公的・官民・市民社会のパートナーシップを推進する</p>	<p>重点施策8 社会的に不利な立場にある方への支援</p>

### 重点施策7 消費生活相談体制の充実強化

消費者がトラブルにあったときに相談できる身近な消費生活相談窓口体制の充実・強化を図ります。平成27年(2015年)7月から消費生活相談ダイヤル(消費者ホットライン)は3ケタ化(188番)されました。県内全域で相談窓口の認知度をさらに高め、利用向上につなげていきます。

#### (1) 県の消費生活相談体制の充実強化

県消費生活センターが、県内の消費生活相談窓口の中核として、消費者被害の未然防止・拡大防止のため、PI0-NETを活用した相談情報の早期集約と有効活用を図るとともに、高度で複雑な相談を適切に処理できるよう、相談員のさらなるスキルアップを図ります。

また、県全体としての問題解決能力の向上を図るため、市町の相談員や職員を対象とした相談業務研修の充実をめるとともに、県と市町の相互連携を深めていきます。

あわせて、国や市町と連携して消費生活相談員の担い手確保に努めます。



【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
県消費生活センターの窓口機能の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高度で複雑な相談を適切に処理できる相談対応技術の向上を図ります。</li> <li>・インターネット相談を実施するなど、多様な相談体制を図ります。</li> <li>・土曜日の相談対応を継続し、県民の利便性を図るとともに、市町の相談体制を補完します。</li> </ul>
相談情報の早期の集約と有効活用	消費者被害の未然防止・拡大防止のため、市町と協力してPIO-NET入力を迅速化し、蓄積された情報を早期に集約し、その内容を県内各消費生活相談窓口や関係機関に迅速にフィードバックするとともに、消費者への啓発や事業者指導へと活用します。
県・市町相談窓口の認知度向上、利用促進	広報紙やホームページ等を活用し、県内相談窓口のより一層の周知を図り、窓口の利用を促進します。
弁護士会等の専門機関等との連携	弁護士等専門家との連携による高度な相談に対応する体制を強化します。 また、必要に応じ、専門分野（建築・繊維・機械・電気・化学・薬剤）の県消費生活センター兼務職員を活用する他、医療安全相談室等の県の専門相談窓口と連携します。
相談業務研修の充実	県内の相談員等を対象として、相談対応技術を向上させるための研修を企画・実施するなど、研修機会の充実を図ります。
消費生活相談員の担い手確保	専門資格のある消費生活相談員の担い手を確保するため、国や市町と連携して広報等を行い、資格取得を促進します。

## （２）市町の消費生活相談体制の充実強化支援

「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり」に向けて、消費者にとって最も身近な市町における消費生活相談窓口体制の維持および強化を図るため、市町への適切な助言等によるサポート、相談窓口間の情報共有の推進や、研修会開催による相談員のスキルアップ等の支援を行います。

【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
市町の相談体制の充実強化への支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相談体制の整備に向けて、消費生活相談員の配置を促進します。</li> <li>・相談対応技術向上のための研修を企画・実施するなど研修機会を充実させ、市町相談員のスキルアップを図ります。</li> <li>・市町の相談担当者へ巡回訪問やオンラインを活用した支援を行います。</li> <li>・県消費生活センターに市町の消費生活相談窓口業務をサポートする「市町ヘルプデスク」を設置し、市町単独では処理が困難な事案の処理や、消費者啓発、事業者指導等について、市町の消費生活相談窓口に対して必要な支援を行います。</li> </ul>
県および市町相談窓口の連携強化、情報共有の推進	相談対応事例や悪質事業者の新たな手口等の情報共有を推進し、相談窓口間の連携を強化することにより、相談対応の質的向上を図ります。
市町相談窓口の認知度向上、利用促進	広報紙やホームページ等を活用し、県内相談窓口のより一層の周知を図り、窓口の利用を促進します。

県と市町の連携による消費者啓発の実施	啓発イベントの開催やチラシ等の配布について協力し、地域における消費者啓発を行います。
--------------------	--

## 重点施策8 社会的に不利な立場にある方への支援

高齢者や障害者、生活困窮者、ひとり親世帯、外国人県民等で、情報が得にくく情報量が限られる方や、生活や健康に不安を抱えている方等、社会的に不利な立場にある方は、消費生活上特に配慮が必要です。

特に、高齢者(65歳以上)については、消費生活相談に占める相談件数割合が、平成29年度(2017年度)から令和元年度(2019年度)において3年連続で30%を超えており、被害の未然防止や被害の拡大防止のための情報提供、身近な支援者等との連携などの取組を進めます。また、加齢や病気等による健康不安や判断能力の低下などにより、消費者トラブルに巻き込まれる場合もあることから、未然防止・拡大防止を図るための取組を行う必要があります。

また、障害者等について、令和2年版消費者白書によると、全国的な消費生活相談の傾向として、本人から相談が寄せられる割合をみると、消費生活相談全体では約8割であるのに対し、障害者等に関する相談では約4割という状況です。相談内容は判断力不足や契約内容への理解不足でトラブルになっているケースが目立ちます。

日本に在住している外国人に関する全国的な消費生活相談の件数は、比較的少ない状況にありますが、その要因としては言語の問題や消費生活相談窓口の認知度が低いこと等が考えられます。

### (1) 的確な情報提供

高齢者をはじめとする社会的に不利な立場にある方が消費者被害に遭わないよう、講習会や出前講座等を通じた啓発を強化します。また、事業者や福祉関係団体、警察等と連携して、消費者被害に遭わないための対応策等の情報が一人一人に行き届くよう、工夫をしてきめ細かな提供に努めます。

#### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
高齢者等を対象とした講習会等の実施(重点施策5再掲)	老人会等への出前講座等、高齢者を対象とした効果的な講習会等を実施します。
関係団体等との連携による効果的な情報提供	高齢者等の消費者被害状況等を踏まえ、高齢者等一人一人に情報が行き届くよう、関係団体との協定や警察との連携による効果的な情報提供に努めるとともに、相談窓口の周知を図ります。
高齢者等を対象とした消費者被害防止啓発等の実施(重点施策5再掲)	県内の様々な場所において高齢者向けの消費者被害防止パネル展等の啓発活動を行い、消費者被害の事例等について情報提供を行います。
警察と連携した悪質商法や特殊詐欺に関する情報提供	悪質商法や特殊詐欺に関する情報を警察と県消費者行政部局が共有し、多発が予想される手口等について迅速な情報提供を行います。

消費者の特性に応じたわかりやすい情報の発信 (重点施策4再掲)	幅広い世代に対する消費者啓発とともに、高齢者、若者、障害者、外国人県民など、その年齢層や特性に応じた媒体を活用して、実際の被害事例など消費生活に関する情報をわかりやすく提供します。
啓発資料等の作成および配布 (重点施策4再掲)	消費者の年齢層や特性に応じ、様々な場面で活用できる啓発資料等を作成・配布します。
啓発資料等の貸出および情報の提供(重点施策4再掲)	消費者教育や啓発のために役立つ情報を県のホームページに掲載するとともに、教材等を希望者に貸し出します。

## (2) 見守り体制の充実強化

高齢者や障害者等であって社会的に不利な立場にある方の消費者被害をくい止めるためには、地域包括支援センターをはじめとした福祉等の関係機関と連携し、家族や近隣住民をはじめ、民生委員・児童委員や介護関係者、事業者等、日頃から関わりが深い人たちの見守りが重要となってきます。そのため、市町における福祉や防災分野などの既存のネットワークを活用した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、見守り体制充実のための支援を行います。国やすでに消費者安全確保地域協議会を設置した自治体を講師として、協議会設置の具体的な方法や取組事例を情報提供するなど、地域の実情に応じた取組が進むよう市町を支援します。

また、高齢者や障害者が安心して暮らせるように、滋賀県社会福祉協議会を中心に、権利擁護に関するさまざまな取組を行います。

### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
高齢者や障害者等の見守り体制の整備促進	民生委員・児童委員や介護関係者等、様々な機関・団体と連携を強化し、高齢者等が消費者被害に遭わないよう見守る体制の整備を働きかけることにより、被害の早期発見や被害情報の迅速な把握につなげます。 市町の見守り体制整備のため、国や他の自治体を講師として、消費者安全確保地域協議会設置の具体的な方法や取組事例を情報提供します。
高齢者や障害者等の見守り支援者の育成	民生委員・児童委員や介護関係者等地域の見守り支援者に対して研修の機会を設け、消費者トラブル事例や対応策を伝えることにより見守り意識の向上を図ります。
見守りのための資料の配布	消費者庁と連携し、見守り支援者・団体や、警察、見守り講座参加者等に高齢者等を見守る際の注意点や専門家へつなぐための解説を記載した資料を配布します。
警察と連携した悪質商法や特殊詐欺に関する情報提供 (1)再掲)	悪質商法や特殊詐欺に関する情報を警察と県消費者行政部局が共有し、多発が予想される手口等について迅速な情報提供を行います。
「高齢者等の消費者被害110番」等の開設	高齢者等の特別相談電話を期間を設けて開設し、集中的に相談窓口を周知すること等により、相談の掘り起こしを図ります。

## 重点施策9 法令違反事業者等への指導強化

近年、詐欺的な行為等の違法行為を行う事業者や、行政機関から指導を受けたにも関わらず同様の違反行為を繰り返す、あるいは社名を変えて違反行為を繰り返す悪質な事業者等が後を絶ちません。こうした特に苦情相談の多い悪質事業者に対しては、国や他都道府県、警察ともさらに緊密に連携し、行政処分や指導などの厳正な対処を行い、被害の拡大防止と被害の未然防止を図ります。

### 【具体的な取組】

実施取組	取組の内容
特定商取引法、景品表示法、消費生活条例等に関する事業者指導の強化	専門検査員により、事業者への指導を適正に行うとともに、違法行為を繰り返す事業者に対しては、行政処分を行います。
消費者被害に関する情報提供体制の構築	警察との連携を強化し、詐欺的な行為等による消費者被害に関する情報提供体制を構築することにより、消費者被害の未然防止につなげます。
国・他都道府県との連携強化	国や他都道府県との連携を強化し、広域的に違法行為を行う事業者に対しては、複数機関での情報共有を図るとともに、同時に調査を行い、指導や行政処分を実施します。

## 第5章 関係機関・団体との連携強化等

社会的な課題が複雑・多様化している中、県民ニーズに応じた施策を展開する上では、行政がこれまでの公共的サービスのあり方を見直し、行政間の連携はもちろん、行政以外の関係団体と連携・協働することがさらに重要になります。そのため、あらゆる施策を展開する上で、連携や協働を意識して行うことが求められています。

消費者問題の解決に向けては、行政機関や消費者団体・弁護士会等の関係団体が様々な取組を行っていますが、これらの取組をより効果的に県内全域に広めていくため、関係する機関や団体など、幅広い主体と情報共有を図り、それぞれの専門や得意分野を活かしながら連携・協働していきます。

### 1 各基本方針を推進するための連携強化

#### 基本方針Ⅰ 安全・安心な消費生活の確保

消費者取引の適正化のための事業者指導にあたっては、消費者からの相談等を受けて、市町、庁内関係部局、警察と連携し情報収集等を行い、消費者庁など国の機関や他都道府県と連携して調査・指導を行います。

商品・サービスの安全性の確保については、事業者団体、消費者団体、庁内関係部局等、国と連携のうえ、情報収集・調査を行い、消費者へ情報提供を行います。

生活関連物資およびサービスの安定供給については、法令を所管する国と連携し、必要に応じて事業者の協力をいただき、消費者へ啓発を行います。

#### 基本方針Ⅱ 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

消費者への情報発信にあっては、国や市町と情報交換を図りながら、消費者の特性に応じて、様々な関係団体や庁内関係部局と連携して行います。

消費者教育は、学校をはじめ、教育委員会、関係団体、国、市町等と連携し、消費者や学校等の現場のニーズを組み取って推進します。

特に、エシカル消費の推進など消費者市民社会の構築に向けた気運づくりのためには、多様な主体と連携を図りながら進めることが重要です。連携を進めるにあたっては、消費者教育をはじめとする消費者施策の実施主体間のネットワークを広げるよう、積極的な情報交換や交流の場（機会）づくりに努めます。

#### 基本方針Ⅲ 消費者被害の防止と救済

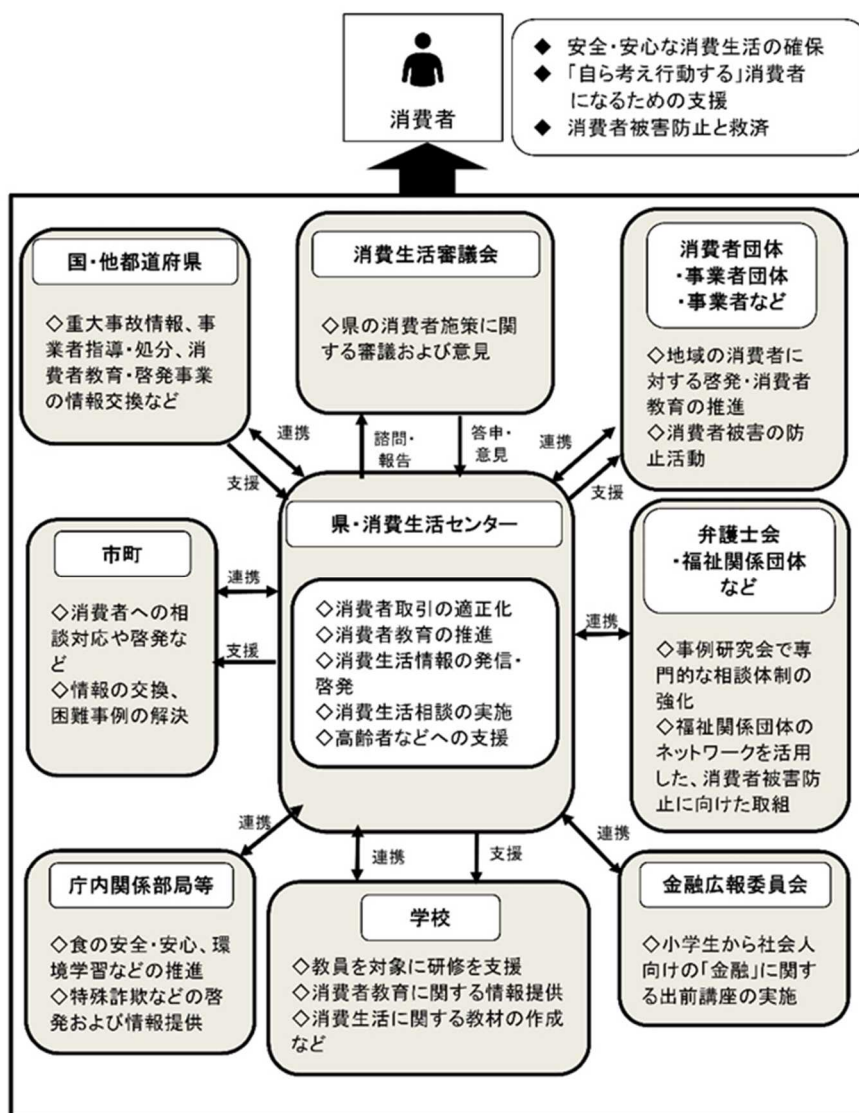
消費生活相談体制について、国と連携して相談員のスキルアップのための研修や、市町の相談窓口に必要な助言を行うなど、充実支援を行います。多重債務<sup>27</sup>問題等の高度な法律的判断を必要とする相談事案については、弁護士会、司法書士会、法テラス等と連携し、消費者の問題解決に努めます。

また、社会的に不利な立場にある方への支援は、民生委員や福祉関係団体等と連携した見守り活動や、消費者団体、事業者団体、警察と連携して啓発を行うほか、消費者安



全確保地域協議会の設置について、国と連携して市町を支援します。

法令違反事業者に対しては、国、他都道府県、警察と連携し厳正な処分を行います。



## 2 消費者等の意見の施策への反映と透明性の確保

消費生活条例では、消費者の権利として、消費者施策に消費者の意見が反映されることと規定しています。

知事の附属機関として設置されている滋賀県消費生活審議会において、消費者施策についての重要事項の調査・審議等を行うとともに、滋賀県消費者基本計画の改定に当たっては、県民政策コメント制度<sup>28</sup>の活用等により消費者や消費者団体等の意見を反映するよう努めます。また、県政モニターアンケートにおける消費者の意見を分析し、施策へ反映するよう努めます。

併せて、消費者行政全般にわたる透明性を確保するため、消費者施策や滋賀県消費生活審議会における審議状況をホームページ等で公表します。



## 第6章 計画の推進体制と進行管理

---

### 1 計画の推進体制

県民活動生活課および滋賀県消費生活センターが中心となり、庁内の消費者施策を実施する部局等からなる滋賀県消費者行政推進連絡調整会議において、全庁的な総合調整・意見交換・進捗管理を行い、計画の推進を図ります。

### 2 計画の進行管理

計画に基づく施策の実効性の確保および主要な施策の実施状況を把握するため、第4次計画における指標の目標を設定し、毎年度、点検・評価を行います。また、その点検・評価結果を滋賀県消費生活審議会に報告し、意見を聴取した上で、今後の施策への反映に努めます。

### 3 計画の見直し

消費者を取り巻く社会経済環境の変化に対応するため、必要に応じて計画の見直しを行います。

## 計画における指標の目標

	指標			備考欄
	項目	現状(令和元年度)	目標(令和7年度)	
I 安全・安心な消費生活の確保	1 事業者向け景品表示法に係る講座における理解度	95.9%	100% (各年度)	講座参加者へのアンケート調査
	2 食品製造工場および飲食店等の「衛生管理計画」の作成状況の確認と指導	— (令和3年度から実施)	100% (各年度)	(第2次)滋賀県食の安全・安心推進計画(各年度の許可継続施設に対する確認率)
II 「自ら考え行動する」消費者になるための支援	3 しらしがメール/LINEの「消費生活情報」登録者数	27,000人	30,000人	
	4 教育者向けの支援に関し、今後役に立つと回答した教育者の割合	—	100% (各年度)	支援を行った方へのアンケート調査
	5 消費者教育教材「社会への扉」等を活用した、実践的な消費者教育を実施する高等学校(特別支援学校の高等部を含む)の割合	82.2%	100%	若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム(消費者庁、文部科学省、金融庁、法務省)
	6 「エンカル消費」の実践として、地産地消を心掛ける消費者の割合	67.6% (令和2年度)	80%	県政モニターアンケート
	7 食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合	78.3% (令和2年度)	80%	滋賀県食品ロス削減推進計画 県民アンケート
	8 家庭系食品ロスの年間発生量(推計)(県内の家庭から発生した食品ロスの年間発生量)	2.8万t (平成29年度)	2.5万t(令和5年度) 2.1万t(令和12年度)	滋賀県食品ロス削減推進計画
III 消費者被害の防止と救済	9 「消費者ホットライン188」を知っていると回答した消費者の割合	33.3% (令和2年度)	50%	県政モニターアンケート
	10 県消費生活センターによるあっせん解決率	90%	90%以上 (各年度)	
	11 消費者安全確保地域協議会設置市町の県内人口カバー率	9%	50%	地方消費者行政強化作戦2020(消費者庁)
	12 県・市町の消費生活相談員の研修参加率	92.7%	100% (各年度)	地方消費者行政強化作戦2020(消費者庁)

# 資料編

- 滋賀県消費生活条例
- 策定経緯
- 消費生活相談の状況
- 用語解説

# 滋賀県消費生活条例

(昭和50年12月19日滋賀県条例第43号)

第1章 総則(第1条—第7条の2)

第2章 滋賀県消費生活審議会の設置

(第8条—第12条)

第3章 消費生活の安全等(第13条—第29条)

第4章 消費者被害の救済(第30条—第37条)

第4章の2 消費生活センターの組織および運営等

(第37条の2—第37条の7)

第5章 生活必需物資の需給の確保および価格の安定

(第38条—第44条)

第6章 補則(第45条—第51条)

## 第1章 総則

(目的)

**第1条** この条例は、消費者と事業者との間の情報の質および量ならびに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護および増進に関し、消費者の権利の尊重およびその自立の支援その他の基本理念を定め、県、事業者および事業者団体(以下「事業者等」という。)ならびに消費者および消費者団体(以下「消費者等」という。)の責務を明らかにするとともに、県が実施する施策について必要な事項を定めることにより、県民の消費生活の安定および向上を図ることを目的とするとともに、消費者安全法(平成21年法律第50号。以下「法」という。)第10条第1項の規定に基づく消費生活センターの組織および運営ならびに情報の安全管理に関する事項を定めるものとする。

(基本理念)

**第2条** 前条の目的を達成するための県の基本的かつ総合的な施策(以下「消費者施策」という。)は、県、事業者等および消費者等の相互の信頼を基調として、かつ、次に掲げる消費者の権利を尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護および増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

- (1) 消費生活における基本的な需要が満たされること。
- (2) 健全で質の高い環境の下で消費生活を営むこと。

(3) 消費生活に係る商品または役務によって生命、健康および財産を侵されないこと。

(4) 消費生活において、適正な質を有し、適正な表示のされている商品または役務の供給を受けること。

(5) 消費生活に係る商品または役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保されること。

(6) 消費生活において必要な情報および教育の機会が提供されること。

(7) 消費生活において不当に受けた被害から適切かつ迅速に救済されること。

(8) 消費者施策に消費者の意見が反映されること。

**2** 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

**3** 消費者施策は、高度情報通信社会および国際化の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。

(県の責務)

**第3条** 県は、前条の消費者の権利の尊重およびその自立の支援その他の基本理念(以下「基本理念」という。)にのっとり、消費者施策を推進するものとする。

**2** 県は、消費生活の安定および向上に関し、市町との連携を図るとともに、市町が実施する消費生活の安定および向上に関する施策について必要な助言および協力を行うものとする。

**第4条** 削除

(事業者等の責務)

**第5条** 事業者等は、基本理念にかんがみ、事業者の供給する商品および役務について、次に掲げる責務を有する。

(1) 消費者の安全および消費者との取引における公正を確保すること。

(2) 消費生活に必要な物資について、その価格の安定および流通の円滑化に努め、消費者への安定的な供給を確保すること。

(3) 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。

(4) 消費者との取引に関して、消費者の知識、経験および財産の状況等に配慮すること。

(5) 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速

に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。

(6) 消費者施策に積極的に協力すること。

- 2 事業者等は、消費者の意向を事業者の事業活動に反映させるよう努めるとともに、事業者が供給する商品および役務について品質等を向上させ、事業者の事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

(消費者等の責務)

**第6条** 消費者は、自ら進んで、消費生活に関して、必要な知識を修得し、および必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

- 2 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集および提供ならびに意見の表明、消費者に対する啓発および教育、消費者の被害の防止および救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定および向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

(環境への配慮)

**第7条** 事業者等は、消費生活に係る商品および役務の供給に当たっては、省資源・省エネルギーを目指した商品および環境に悪影響を与えるおそれの少ない商品の開発または販売に努めるとともに、環境を汚染する物質の削減に努めなければならない。

- 2 消費者は、消費生活を営む上で、省資源・省エネルギー、環境に悪影響を与えるおそれの少ない商品の使用および環境を汚染する物質の削減に努めなければならない。
- 3 県は、健全な消費生活を推進するため、省資源・省エネルギー等環境への配慮に関し、知識の普及、情報の提供その他必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(消費者基本計画)

**第7条の2** 知事は、消費者施策の計画的な推進を図るため、消費者施策の推進に関する基本的な計画（以下「消費者基本計画」という。）を策定するものとする。

- 2 消費者基本計画には、消費者施策に関する基本的な方向その他消費者施策の計画的な推進を図るために必要な事項を定めるものとする。
- 3 知事は、消費者基本計画を策定するに当たっては、あらかじめ県民の意見を反映することができ

るよう、必要な措置を講ずるものとする。

- 4 知事は、消費者基本計画を策定するに当たっては、あらかじめ滋賀県消費生活審議会の意見を聴くものとする。
- 5 知事は、消費者基本計画を策定したときは、これを公表するものとする。
- 6 前3項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

## 第2章 滋賀県消費生活審議会の設置

(設置)

**第8条** 知事の諮問に応じ、県民の消費生活の安定および向上を図るための重要事項を調査審議し、ならびに知事の求めに応じ、消費者の苦情等を解決するためのあつせんまたは調停を行うため、滋賀県消費生活審議会（以下「審議会」という。）を設置する。

- 2 審議会は、前項に規定する事項に関し、知事に建議することができる。

(組織)

**第9条** 審議会は、委員15人以内で組織する。

- 2 審議会に、特別の事項を調査審議し、または苦情等の特別の事案のあつせんもしくは調停を行うため必要があるときは、臨時委員若干人を置くことができる。

- 3 委員および臨時委員は、次に掲げる者のうちから、知事が委嘱する。

- (1) 消費者
- (2) 事業者
- (3) 学識経験を有する者

- 4 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

- 5 臨時委員は、当該特別の事項の調査審議または特別の事案のあつせんもしくは調停が終了したときは、解嘱されるものとする。

(専門部会)

**第10条** 審議会は、必要に応じ、専門部会を置くことができる。

(委任)

**第11条** 審議会の運営に関し必要な事項は、規則で定める。

**第12条** 削除

## 第3章 消費生活の安全等

### 第1節 危害の防止

(安全性の確保)

**第13条** 事業者等は、消費者に供給する商品または役務の安全性を確保するため、常に、自主的に監視、点検等必要な措置を講ずるよう努めなければならない。

(危険な商品等の供給の禁止)

**第14条** 事業者等は、消費者の健康を損ない、もしくは損なうことが明らかになり、または消費者の身体もしくは財産に危害もしくは損害を及ぼし、もしくは及ぼすことが明らかになった商品または役務（以下「危険な商品等」という。）を供給してはならない。

(安全性に疑いのある商品等の立証要求等)

**第15条** 知事は、事業者等が供給する商品または役務が消費者の健康を損ない、または消費者の身体もしくは財産に危害もしくは損害を及ぼす疑いがあると認定したときは、当該事業者等に対しその旨を通知し、期限を定めてその認否について回答を求めるものとする。

2 知事は、事業者等が前項の通知に対し、否認する旨の回答をしたとき、または定められた期限までに回答をしなかつたときは、当該事業者等に対し、当該商品または役務が安全であることを資料の提出その他の方法により立証するよう要求するものとする。

3 知事は、事業者等が前項に規定する要求に応じない場合においてその理由がないと認定したとき、または事業者等が同項の規定により行つた立証によつては当該商品または役務が安全であることを十分に確認することができないと認定したときは、当該事業者等に対し、再度立証するよう要求するものとする。

4 知事は、第1項または前項の規定による認定をしようとするときは、審議会の意見を聴かなければならない。

5 知事は、第3項の規定による要求をしようとするときは、あらかじめ、当該事業者等に対しその旨を通知し、意見の聴取を行わなければならない。ただし、当該事業者等が正当な理由なく意見の聴取に応じないときは、意見の聴取を行わないで要求することができる。

6 知事は、消費者の健康、身体または財産の安全を確保するため必要があると認めるときは、第1項および第3項の規定による認定の内容および立証の内容を県民に明らかにするものとする。

(危険な商品等の排除)

**第16条** 事業者等は、消費者に供給する商品または役務が危険な商品等であることが明らかになったときは、法令または他の条例に特別の定めがある場合を除き、直ちにその旨を知事に報告するとともに、当該危険な商品等の製造または供給の中止、回収その他危害または損害の拡大防止のために必要な措置および品質、機能等の改善その他安全の確保のために必要な措置を講じなければならない。

2 知事は、事業者等が供給する商品または役務が危険な商品等であると認定したときは、法令に定める措置をとる場合を除き、当該事業者等に対し、当該危険な商品等の製造または供給の中止、回収その他危害または損害の拡大防止のために必要な措置および品質、機能等の改善その他安全の確保のために必要な措置をとるべきことを指示するものとする。

3 知事は、前項の規定による認定および指示をしようとするときは、審議会の意見を聴かなければならない。ただし、事業者等が前条第1項の規定による通知に対し、是認する旨の回答をしたときは、この限りでない。

4 事業者等は、第1項の規定により自ら講じた措置およびその結果ならびに第2項の規定による知事の指示に基づいて講じた措置およびその結果について、速やかに知事に報告しなければならない。

5 知事は、消費者の健康、身体または財産の安全を確保するため必要があると認めるときは、第2項の規定による認定の内容を県民に明らかにするものとする。

## 第2節 取引等の適正化

(規格の適正化)

**第17条** 事業者等は、規格を定めることにより消費者の利益の擁護および増進に寄与すると認められる商品または役務について、適正な規格を定めるよう努めなければならない。

2 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、特に必要と認める商品または役務について規則で規格を定めることができる。

(計量の適正化)

**第18条** 事業者等は、商品の供給に当たり消費者が不利益を被ることのないよう、量目の明示および適正な計量の確保に努めなければならない。

2 事業者等で規則で定めるものは、消費者の利用に供するための計量器を設置しなければならない。  
(広告その他の表示の適正化)



**第19条** 事業者等は、消費者が商品の購入もしくは使用または役務の利用に際し適切な選択等を誤ることがないように、事業者の供給する商品または役務の品質、規格その他の内容および価格その他の取引条件（以下「内容等」という。）について適正な広告その他の表示を行うよう努めなければならない。

- 2 事業者等は、前項の広告その他の表示に関し必要な基準を定めるよう努めなければならない。
- 3 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、特に必要と認める商品または役務について、規則で、第1項の広告その他の表示に関し必要な基準を定めることができる。

（不当な広告その他の表示の禁止）

**第20条** 事業者等は、事業者の供給する商品および役務の内容等について、虚偽もしくは誇大なまたは消費者に誤認を与えるような表示を行ってはならない。

（包装の適正化）

**第21条** 事業者等は、その供給する商品について消費者に誤認を与え、または内容物の保護もしくは品質の保全に必要な限度を超える包装を行わないよう努めるとともに、包装に関し必要な基準を定めるよう努めなければならない。

- 2 知事は、特に必要があると認めるときは、規則で包装に関し必要な基準を定めることができる。

**第22条** 削除

（不当な取引行為の禁止）

**第23条** 事業者等は、消費者との間で行う商品または役務の取引に関し、次の各号のいずれかに該当する行為で規則で定めるものを行ってはならない。

- （1）消費者に対し、不実のことを告げ、誤信を招く情報を提供し、威迫し、心理的に不安な状態に陥れ、執ように説得する等の不当な方法で、契約の締結を勧誘し、または契約を締結させる行為
- （2）消費者に対し、著しく不利益をもたらす不当な内容の契約を締結させる行為
- （3）消費者に対し、契約（契約の成立について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を不当に強要し、または契約に基づく債務の履行を拒否し、もしくは正当な理由なく遅延させる行為
- （4）消費者に対し、消費者の正当な根拠に基づく契約の解除、取消し等を妨げ、または解除、

取消し等によつて生ずる債務の履行を拒否し、もしくは正当な理由なく遅延させる行為

- （5）消費者に対し、商品もしくは役務の販売等をする事業者またはその取次店等実質的に販売等をする事業者からの商品または役務の購入等を条件または原因として信用の供与をする契約または保証を受託する契約（以下「与信契約等」という。）について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、もしくは締結させ、または消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を強要する行為  
（アフターサービスの適正化）

**第24条** 事業者等は、商品の供給後、消費者から当該商品の修理、交換等の要求があつた場合において、その要求に正当な理由があるときは、これに応じるよう努めなければならない。

- 2 事業者等は、その供給した商品で消費者自らが廃棄することが困難なものについては、これを回収し、適正に処理するよう努めなければならない。  
（基準等の設定等の手続）

**第25条** 知事は、第17条第2項に規定する規格、第18条第2項に規定する事業者等、第19条第3項に規定する広告その他の表示に関する基準、第21条第2項に規定する包装に関する基準ならびに第23条に規定する行為を定め、変更し、または廃止しようとするときは、審議会の意見を聴かなければならない。

（基準等の適合義務）

**第26条** 事業者等は、消費者に対し、第17条第2項に規定する規格、第19条第3項に規定する広告その他の表示に関する基準および第21条第2項に規定する包装に関する基準に適合しない商品または役務を供給してはならない。

- 2 知事は、事業者等が次の各号のいずれかに該当すると認めるときは、当該事業者等に対し、その改善のために必要な措置を執るべきことを指示することができる。

- （1）第18条第2項の規定に違反して計量器を設置しないとき。
- （2）第20条の規定に違反して広告その他の表示を行つたとき。
- （3）第23条の規定に違反して取引を行つたとき。
- （4）前項の規定に違反して消費者に商品または役務を提供したとき。

3 事業者等は、前項の規定による知事の指示に基づいて講じた措置およびその結果について、速やかに知事に報告しなければならない。

4 知事は、事業者等が第2項各号のいずれかに該当する場合であつて、その被害の発生および拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該事業者等の住所および氏名または名称、その行為の方法および内容その他の必要な情報を県民に明らかにするものとする。

(不当な取引行為等に関する調査)

**第26条の2** 知事は、事業者等が前条第2項各号のいずれかに該当する疑いがあると認めるときは、その実態等について必要な調査を行うものとする。

(合理的な根拠を示す資料の提出)

**第26条の3** 知事は、第20条に規定する広告その他の表示に該当するか否か、または第23条第1号に規定する不実のことを告げる行為をしたか否かを判断するため必要があると認めるときは、当該事業者等に対し、期間を定めて、当該広告その他の表示または告げた事項の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者等が当該資料を提出しないときは、第26条第2項の規定の適用については、当該事業者等は第20条に規定する広告その他の表示を行い、または第23条第1号に規定する不実のことを告げる行為をしたものとみなす。

### 第3節 消費者啓発等

(消費者啓発の推進)

**第27条** 知事は、消費者が的確な価値判断能力および適正な選択能力を有し、自ら消費生活の安定および向上を図ることができるよう、あらゆる機会を通じて、消費生活に関する知識の普及、情報の提供等教育啓発活動を推進するとともに、消費者が学習するための環境条件を整備するよう努めるものとする。

(消費者等の組織化の促進等)

**第28条** 知事は、消費生活の安定および向上を図るため、健全かつ自主的な消費者等の組織化が促進され、およびその活動が推進されるよう必要な支援を行うものとする。

(消費生活に関する協定の指導)

**第29条** 知事は、消費生活の安定および向上を図る目的をもって、自主的に消費者等と事業者等との間に協定が締結されようとする場合において、当事者のいずれかから申出があるときは、必要な限

度において指導するものとする。

## 第4章 消費者被害の救済

### 第1節 消費者苦情の処理

(苦情等の処理)

**第30条** 事業者等は、商品または役務の供給その他事業者等と消費者との取引に関して生じた消費者の苦情または相談（以下「苦情等」という。）に誠意をもつて応じ、これを適切かつ迅速に処理しなければならない。

2 知事は、消費者から苦情等の申出があつたときは、速やかにその原因、内容等を調査し、当該苦情等を解決するために必要があると認めるときは、あつせん等必要な措置を講ずるものとする。

3 知事は、前項の規定による措置を講ずるために必要があると認めるときは、事業者等または関係者から関係資料を提出させ、または必要な事項の報告もしくは説明を求めることができる。

(苦情等の処理体制の整備)

**第31条** 事業者等で規則で定めるものは、規則で定めるところにより、苦情等の受付および処理をするために必要な体制（以下「苦情処理体制」という。）を整備しなければならない。

2 知事は、事業者等が前項の規定に違反して苦情処理体制を整備しないときは、当該事業者等から必要な事項について説明を求めるとともに、当該事業者等に対し、苦情処理体制の整備に関し必要な措置をとるべきことを指示することができる。

3 知事は、苦情等の適切かつ迅速な解決を図るため、必要な苦情処理体制を整備するものとする。

(消費生活相談員の設置)

**第32条** 削除

(市町等への助言等)

**第33条** 知事は、市町その他の団体が実施する苦情等の受付およびその処理が適正に行われるよう、必要な助言、情報の提供等を行うものとする。

(審議会のあつせん、調停)

**第34条** 知事は、第30条第2項の規定によるあつせんその他の措置によっては当該苦情等を解決することが困難であると認めるとき、または当該苦情等の解決に専門的、技術的な判断、知識等を必要とするときは、審議会に対し、あつせんまたは調停を求めることができる。

2 審議会は、あつせんまたは調停のために必要があると認めるときは、当該苦情等に係る事業者等、

消費者等その他の関係者の出席を求め、その意見を聴き、または関係資料等の提出を求めることができる。

3 審議会は、必要があると認めるときは、当該苦情等の解決に関し調停案を作成し、当事者に対し、その受諾を勧告することができる。

4 前項の規定により調停案の受諾について勧告を受けた当事者は、その勧告のとき提示された期日までに、諾否を審議会に回答しなければならない。  
(苦情等の公表)

**第35条** 知事は、苦情等について県民に広く周知させる必要があると認めるときは、審議会の意見を聴いて、当該事業者名、苦情等の原因およびその内容その他必要な事項を公表することができる。

## 第2節 訴訟の援助

(訴訟資金の貸付等)

**第36条** 知事は、商品または役務の供給その他の事業者等との取引によって被害を受けた消費者が、当該事業者等を相手方として訴訟を提起する場合または当該事業者等から訴訟を提起された場合において、当該訴訟が次に掲げる要件のすべてを満たし、かつ、審議会において適当であると認めるときは、当該消費者に対し、当該訴訟に要する費用の資金の貸付けその他の当該訴訟を遂行するために必要な援助を行うことができる。

(1) 審議会による調停によっても解決されない苦情等であること。

(2) 同一または同種の被害が相当数発生し、または発生するおそれがあること。

(3) 1件当たりの被害額が規則で定める額以下の被害に係るものであること。

(貸付金の返還等)

**第37条** 前条の規定により資金の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したときは、当該資金を県に返還しなければならない。ただし、知事が特に必要があると認めるときは、規則で定めるところにより、当該資金の全部または一部の返還を免除し、または猶予することができる。

## 第4章の2 消費生活センターの組織および運営

(法第10条の2第1項の条例で定める事項)

**第37条の2** 法第10条の2第1項の条例で定める事項は、次条から第37条の7までに定めるところによる。

(名称および所在地等の告示)

**第37条の3** 知事は、消費生活センターの名称および所在地ならびに法第10条の3第2項に規定する消費生活相談の事務を行う日および時間を告示するものとする。これらを変更したときも、同様とする。

(職員の配置等)

**第37条の4** 消費生活センターに、所長、消費生活相談員その他所要の職員を置く。

2 前項の消費生活相談員は、第30条第2項に規定する業務その他の消費生活に関する必要な業務を行うものとする。

3 第1項の消費生活相談員は、法第10条の3第1項の消費生活相談員資格試験に合格した者(不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律(平成26年法律第71号)附則第3条の規定により当該消費生活相談員資格試験に合格した者とみなされる者を含む。)またはこれと同等以上の専門的な知識および技術を有すると知事が認める者でなければならない。

(消費生活相談員の人材および処遇の確保)

**第37条の5** 知事は、任期を定めて消費生活相談員を任用する場合には、任期ごとに客観的な能力実証を行った結果として同一の者を再任することができることその他の消費生活相談員の専門性に鑑み適切な人材および処遇の確保に必要な措置を講ずるものとする。

(研修の機会の確保)

**第37条の6** 知事は、消費生活センターの職員に対し、その資質の向上のための研修の機会を確保するものとする。

(情報の安全性の確保)

**第37条の7** 知事は、法第8条第1項各号に掲げる事務の実施により得られた情報の漏えい、滅失または毀損の防止その他の当該情報の適切な管理のために必要な措置を講ずるものとする。

## 第5章 生活必需物資の需給の確保および価格の安定

(流通機構の整備の促進)

**第38条** 知事は、県民の日常生活に必要な物資(以下「生活必需物資」という。)の円滑な流通を図るため、事業者等が行う流通機構の整備について指導および援助に努めるものとする。

(情報の収集および提供)

**第39条** 知事は、生活必需物資について、必要に応

じてその価格および需給の動向ならびに流通の実態について調査し、これを県民に周知させるよう努めるものとする。

- 2 事業者等は、前項に規定する調査に協力しなければならない。

(事業者等に対する協力要請)

**第40条** 知事は、前条に規定する調査の結果、生活必需物資の価格および需給の実態が適正を欠くおそれがあると認めるときは、その原因等を究明し、必要があるときは、当該生活必需物資の価格の安定および供給の確保について、事業者等に協力を求めるものとする。

(重要物資の指定)

**第41条** 知事は、生活必需物資が不足し、もしくはその価格が著しく高騰し、またはそのおそれがあり、県民生活に重大な影響を及ぼすと認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、その価格の安定および供給の確保を図る必要がある物資を重要物資として指定するものとする。

- 2 知事は、前項の規定により重要物資を指定したとき、またはこれを解除したときは、速やかにその旨を告示するものとする。

(重要物資の監視)

**第42条** 知事は、重要物資の価格および需給の動向を監視するものとする。

(重要物資の調査)

**第43条** 知事は、事業者等が重要物資の円滑な流通を不当に妨げ、または適正な利得を著しく超える価格で重要物資を販売している疑いがあると認めるときは、当該事業者等に対して、当該重要物資の在庫量、原価等について調査することができる。

(勧告)

**第44条** 知事は、前条の規定による調査の結果、重要物資の価格の安定および円滑な供給を妨げる原因が事業者等にあると認めるときは、当該事業者等に対し、当該重要物資の価格の安定または円滑な供給について必要な措置を講ずるよう勧告することができる。

## 第6章 補則

(試験、検査の実施等)

**第45条** 知事は、消費生活の安定および向上に資するため、必要があると認めるときは、商品または役務について試験、検査等を行うとともに、必要に応じてその結果について県民に情報を提供する

ものとする。

(立入調査等)

**第46条** 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、第15条第1項もしくは第3項の規定による認定、第16条第1項の規定による措置の実施状況の調査、同条第2項、第26条第2項もしくは第31条第2項の規定による指示の遵守状況の調査または第26条の2、第43条もしくは第48条第3項の規定による調査のため必要があると認めるときは、当該事業者等に対し、報告もしくは関係資料の提出を求め、またはその職員に、その事務所、営業所その他の事業所に立ち入らせ、必要な帳簿、書類その他の物件を調査させ、もしくは関係者に質問させることができる。

- 2 前項の規定により立入調査をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係人の請求があつたときは、これを提示しなければならない。

- 3 第1項の規定による立入調査の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解してはならない。

(国等への措置要請)

**第47条** 知事は、この条例の目的を達成するために必要があると認めるときは、国および関係地方公共団体ならびに県外事業者等に対して、適切な措置をとるよう要請し、または協力を求めるものとする。

(知事への申出)

**第48条** 何人も、事業者等がこの条例の定めを遵守していないため、または県がこの条例に定める措置をとっていないため消費者の利益が害され、または害されるおそれがあるときは、知事に対し、その旨を申し出て、適切な措置をとるべきことを求めることができる。

- 2 前項の申出は、次に掲げる事項を記載した申出書を提出してしなければならない。

- (1) 申出をする者の氏名または名称および住所または居所

- (2) 求める措置の内容およびその根拠となる条項

- (3) 当該措置をとるべきであると思料する理由

- (4) その他参考となる事項

- 3 知事は、前項の規定による申出があつたときは、必要な調査を行い、その申出の内容が事実であると認めるときは、この条例に基づいて適切な措置をとらなければならない。

(公表)

**第49条** 知事は、事業者等が次の各号のいずれかに該当し、かつ、事業者等に正当な理由がないと認めるときは、事業者等の氏名または名称、当該事実その他必要な事項を公表することができる。

- (1) 第15条第2項もしくは第3項の規定による立証を虚偽の資料もしくは方法により行つたとき、または同条第3項の規定による要求に応じないとき。
- (2) 第16条第2項、第26条第2項または第31条第2項の規定による指示に従わないとき。
- (3) 第16条第4項、第26条第3項または第30条第3項の規定による報告をせず、または虚偽の報告をしたとき。
- (4) 第30条第3項または第46条第1項の規定による関係資料の提出をせず、または虚偽の関係資料を提出をしたとき。
- (5) 第34条第2項の規定による審議会への出席をせず、または同項の規定による関係資料等の提出をせず、もしくは虚偽の関係資料等の提出をしたとき。
- (6) 第34条第4項の規定による諾否の回答をしなかつたとき。
- (7) 第44条の規定による勧告に従わないとき。
- (8) 第46条第1項の規定による立入調査を拒み、妨げ、または忌避したとき。

(適用除外)

**第50条** 第3章第1節の規定は、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号）第2条第1項に規定する医薬品および同条第9項に規定する再生医療等製品については、適用しない。

**2** 第3章第1節および第2節、第4章ならびに第5章の規定は、次に掲げるものについては、適用しない。

- (1) 医師、歯科医師その他これらに準ずる者により行われる診療行為およびこれに準ずる行為
- (2) 法令により、またはこれに基づいて規制されている商品または役務の価格

(規則への委任)

**第51条** この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

付則以下 省略

## 策定経緯

写

滋 県 活 生 第 4 0 0 号  
令和2年(2020年)9月10日

滋賀県消費生活審議会  
会長 東 珠 実 様

滋賀県知事 三日月 大造

### 滋賀県消費者基本計画の改定について（諮問）

滋賀県消費生活条例（昭和50年滋賀県条例第43号）第7条の2の規定に基づき、滋賀県消費者基本計画の改定に当たって、貴審議会の意見を求めます。

#### （諮問の趣旨）

本県においては、消費生活の安全と向上を図るため、平成17年度に滋賀県消費生活条例を改正し、平成18年度に「滋賀県消費者基本計画」を策定しました。その後、第2次計画（平成23年度～平成27年度）、第3次計画（平成28年度～令和2年度）と改定し、消費者施策を総合的かつ計画的に推進してきました。なお、第3次計画からは、消費者教育の推進に関する法律第10条に規定される「滋賀県消費者教育推進計画」としても位置づけています。

前回の改定後、高齢化の一層の進行に伴う高齢者の消費生活相談件数の増加、高度情報通信社会の進展や経済のグローバル化などにより、消費者トラブルは複雑・多様化が進み、消費生活をめぐる状況は大きく変化しています。

さらに、平成30年6月に成立した「民法の一部を改正する法律」により、令和4年4月には成年年齢が18歳に引き下げられるため、18歳、19歳の若者が契約主体者となり積極的な社会参加が促される一方で、未成年者保護の対象から外れることとなります。このため、若年者の消費者教育の充実が喫緊の課題となっています。

また、平成27年9月に「誰一人取り残さない」社会の実現に向け「持続可能な開発目標（SDGs）」が国連において採択され、消費者には自らの行動が社会に影響を与えることの認識や、持続可能な消費の実践が求められています。

現計画は令和2年度を終期としていることから、こうした消費者を取り巻く環境の変化等を踏まえ、県が令和3年度からの新たな計画を策定するため、意見を求めるものです。



写

滋 県 生 審 第 1 号  
令和3年(2021年)2月18日

滋賀県知事 三日月 大造 様

滋賀県消費生活審議会  
会長 東 珠 実

滋賀県消費者基本計画の改定について (答申)

令和2年(2020年)9月10日付け滋県活生第400号で諮問のありました滋賀県消費者基本計画の改定について、当審議会では審議の結果を別添のとおり取りまとめましたので答申します。

つきましては、この答申を基にして消費者基本計画を改定され、時代にふさわしい消費者施策を総合的かつ計画的に推進されることを期待します。

## ○計画の検討経過

令和2年（2020年）	
6月 8日	第61回滋賀県消費生活審議会（第3次計画総括の審議）
9月10日	第62回滋賀県消費生活審議会（第3次計画最終総括、諮問、計画骨子案の審議）
10月 5日	滋賀県議会総務・企画常任委員会（計画改定について）
11月 6日	第63回滋賀県消費生活審議会（計画素案の審議）
12月15日	滋賀県議会総務・企画常任委員会（計画改定について）
令和3年（2021年）	
1月29日	第64回滋賀県消費生活審議会（答申案の審議）
2月18日	答申
3月19日	県民政策コメント（パブリックコメント）の実施（～4月18日）
7月12日	滋賀県議会総務・企画・公室常任委員会（第4次計画案について）
7月末	計画策定

## ○県民政策コメント（パブリックコメント）の実施

「滋賀県消費者基本計画（第4次）原案」を公表し、意見を募集したところ、3団体より4件のご意見をいただきました。

実施期間	令和3年3月19日～令和3年4月18日
公表場所	県ホームページ、県庁（県民活動生活課、県民情報室）、県合同庁舎行政情報コーナー、県立大学（交流センター）、県立図書館
受付方法	郵便、ファクシミリ、電子メール、しがネット受付サービス
ご意見のあった 主な項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・災害時における消費者トラブルについて</li> <li>・成年年齢引下げを踏まえた学校等における消費者教育について 等</li> </ul>

### 滋賀県消費生活審議会委員名簿

区分	氏名	所属機関名等
消費者	市村 あつ	特定非営利活動法人 消費者ネット・しが副理事長
	井上 多佳子	滋賀県地域女性団体連合会副会長
	岡田 啓子	滋賀県生活協同組合連合会専門委員
	香田 雅子	公募委員 ※令和2年7月31日まで
	林 吾一	公募委員 ※令和2年7月31日まで
	潁川 尚子	公募委員 ※令和2年8月1日から
	丸山 高信	公募委員 ※令和2年8月1日から
事業者	岡澤 則子	滋賀県商工会議所女性会連合会会長 ※令和2年7月31日まで
	田中 ひろ子	滋賀県商工会議所女性会連合会副会長 ※令和2年8月1日から
	寺井 純子	滋賀県商工会女性部連合会副会長
	佐々木 裕	日本チェーンストア協会関西支部参与 ※令和3年2月16日まで
	小椋 秀男	日本チェーンストア協会関西支部参与 ※令和3年3月2日から
学識経験者	東 珠実	椋山女学園大学現代マネジメント学部教授（会長）
	有村 国知	滋賀県町村会（愛荘町長）
	瀬領 真悟	同志社大学法学部教授（副会長） ※令和2年7月31日まで
	宮井 雅明	立命館大学法学部教授 ※令和2年8月1日から
	宮本 和宏	滋賀県市長会（守山市長） ※令和3年6月10日まで
	栢木 進	滋賀県市長会（野洲市長） ※令和3年6月28日から
	山本 隆司	立命館大学政策科学部教授 ※令和2年7月31日まで
	木村 和成	立命館大学法学部教授 ※令和2年8月1日から
	若林 三奈	龍谷大学法学部教授（副会長）
	和合 佐登恵	弁護士

# 消費生活相談の状況

県および市町の消費生活相談窓口で令和元年度に受け付けた消費生活相談の概要を取りまとめたものです。

## 特徴

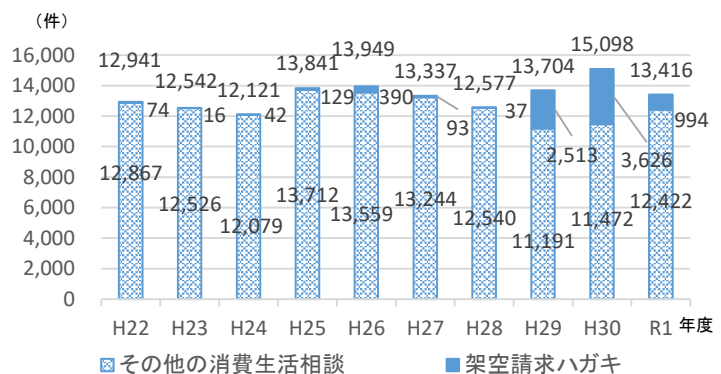
- 高齢者の相談は引き続き高水準で推移
- 若者の消費生活トラブルが増加
- 定期購入に関する相談が急増、過去最多
- 「モノなしマルチ商法」に関する相談が増加
- 新型コロナウイルスの影響による消費者トラブルの増加

## I 総括

### 1 相談件数

令和元年度の滋賀県内の消費生活相談受付件数は13,416件で、前年度比で11.1%減少しました。平成30年度に3,626件と相談件数の約4分の1を占めていた「架空請求ハガキ」の相談が、令和元年度は994件、前年度比72.6%減となったことが主な要因です。「架空請求ハガキ」を除いた相談件数は12,422件で、前年度比8.3%増となっています【図表1】。

【図表1】 県内相談窓口に寄せられた相談件数の推移



### 2 年齢別相談件数の割合

相談件数を契約者の年齢別に見ると、70歳代が17.2%と最も多く、次いで60歳代(14.0%)、50歳代(13.7%)、40歳代(12.9%)と続きます【図表2】。

### 3 商品・サービス別相談状況

商品・サービス別では、インターネット情報サービスが最多となりました。サイト閲覧中に有料の認識がないままタップしたところ高額料金を請求されたという相談や、未成年者がオンラインゲームで高額な課金をしていたという相談等がみられます。また、定期購入トラブルの増加に伴い、健康食品に関する相談は前年度比約1.7倍、化粧品に関する相談は前年度比約1.8倍と大幅に増加しています【図表3】。

【図表2】年齢別相談件数の割合

年齢層	相談割合
80歳以上	9.0%
70歳代	17.2%
60歳代	14.0%
50歳代	13.7%
40歳代	12.9%
30歳代	8.5%
20歳代	7.6%
20歳未満	2.8%
不明	14.3%

【図表3】商品・サービス別相談状況

令和元年度			30年度
順位	商品・役務名	件数	件数
1	インターネット情報サービス	1,224	1,308
2	架空請求ハガキ	994	3,626
3	健康食品	599	348
4	フリーローン・サラ金	440	386
5	化粧品	380	210
6	光回線・プロバイダ関連サービス	362	406
7	工事・建築	332	340
7	賃貸住宅	332	321
9	移動通信サービス	255	194
10	自動車	247	231

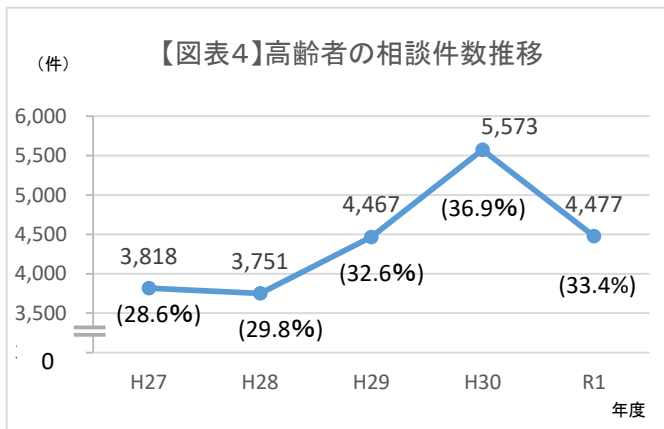
※インターネット情報サービス:アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲームなどインターネットを通じて得られる情報・サービスのこと

## II 特徴的な相談内容

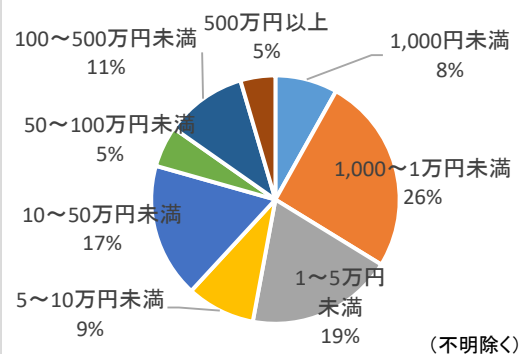
### 1 高齢者の消費生活相談件数と割合

高齢者（65歳以上）の相談件数は4,477件で、昨年度から1,096件減少し、平成29年度と同程度となりました。しかし全相談に占める高齢者の割合は33.4%で全体の3分の1となり、引き続き高水準で推移しています【図表4】。

高齢者が実際に支払った金額の平均（平均既支払額）は、10万円以上が約4割を占め、特に100万円以上の高額な相談では建築関係や生命保険関係、ファンド型投資商品の相談等が目立ちました【図表5】。



【図表5】高齢者の既支払額の割合



#### 【事例】

無料で浄水器の点検を行うと電話があり、契約している業者だと思いを承した。業者が来て、点検後に「水がサビだらけなので買い替えたほうが良い」と強引に新しい浄水器を売りつけられた。高額なため解約したい。

#### センターからの助言

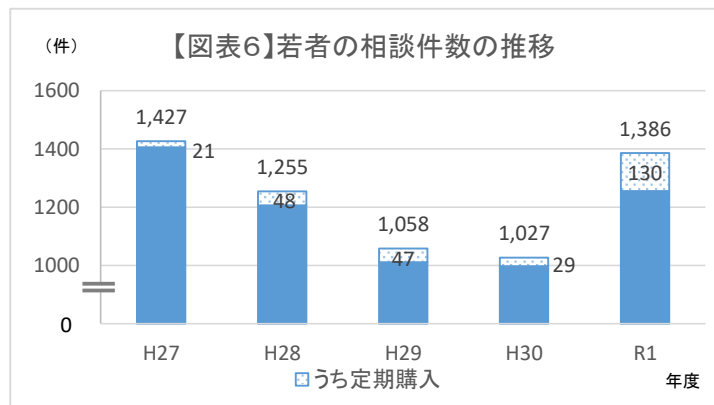
点検後のセールスを目的として、無料点検を装う業者がいます。無料だからといって安易に依頼せず、家族や周囲の人に相談しましょう。まず、契約している業者に確認し、知らない業者が来訪しても安易に家に入れないでください。必要なければ勧誘されてもきっぱり断ること、不安を煽るようなことを言われても鵜呑みにしないことも大切です。

契約してしまった後でもクーリング・オフできる場合があるので、消費生活センターに相談しましょう。

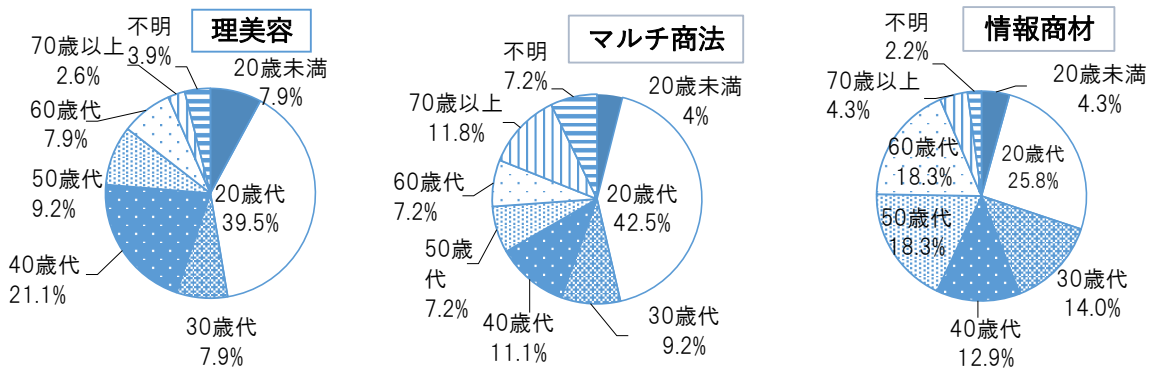
### 2 若者の消費生活トラブルが増加

若者（29歳以下）の相談件数は1,386件で（全体の10.3%）で、前年度と比較して35%増加しました。大きな要因の一つとして、定期購入に関する相談が急増したことが挙げられます【図表6】。

また、高額な契約に繋がる理美容や、大きな被害を受けることのあるマルチ商法、情報商材に関する相談でも若者からの相談が高い割合を示しています【図表7】。

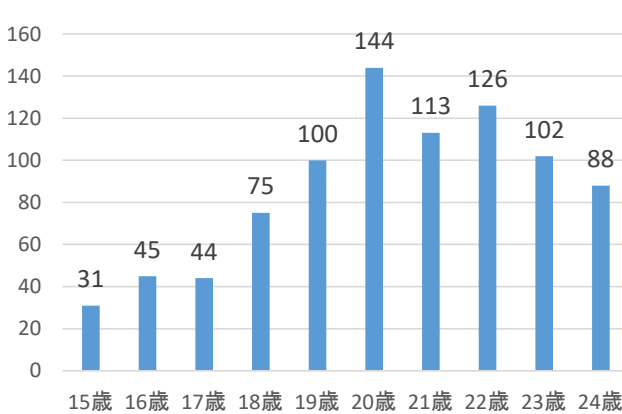


【図表7】若者に多い相談の年齢別割合



※理美容：理髪店、美容院、エステ等で行うサービス。医師でない人が行う植毛・育毛、ネイルアートなども含む。  
 ※マルチ商法：商品・サービスを契約して、次は自分がその組織の勧誘者となって紹介料報酬等を得る商法。人を紹介することで組織が拡大していくのが特徴。  
 ※情報商材：インターネットの通信販売等で、副業、投資やギャンブル等で高額収入を得るためのノウハウ等と称して販売されている情報のこと。

【図表8】若者の年齢別相談件数



15～24歳の年齢別相談件数をみると、20歳が144件で最多となっています【図表8】。

民法の未成年取消権が適用されなくなる20歳の若者を狙ったトラブルも多く、19歳から20歳になったとたんに相談件数が大幅に増加しています。

若者の場合、トラブルに遭ってもどこに相談したらよいのかわからない等で問題が顕在化しにくい傾向にあります。令和4年4月に民法改正により成年年齢が引き下げられることで、社会的経験の浅い若者が成年となり、さらにトラブルが拡大することが懸念されます。

【事例】

SNSに見知らぬ大学生から「月100万円以上稼ぐ方法を教える」とメッセージが届いた。呼び出されたカフェで、「簡単な作業で副業にぴったり」と情報商材（高額収入を得るためのノウハウ）の購入を勧誘された。「すぐに返済できる」と言い、契約金額の50万円は消費者金融で借金して支払うように言われた。契約後、指示された作業を何時間しても全く収入にならない。

センターからの助言

「情報商材」は「簡単に高額収入を得る方法」を強調されますが、楽しく簡単にもうかるような話はありません。

情報商材は契約前に中身を確認することができないため、怪しいと思ったら連絡しないようにしてください。少しでも疑問があればすぐに契約せず、業者の連絡先等も必ず確認しておくことが重要です。

相手の言うことを鵜呑みにせず、クレジットカードの高額決済や借金をしてまで契約しないようにしましょう。なお、情報商材をクレジットカードで契約した場合でトラブルが生じた際は、直ちにカード会社に連絡をして事情を説明しましょう。



### 3 定期購入に関する相談が急増、過去最多

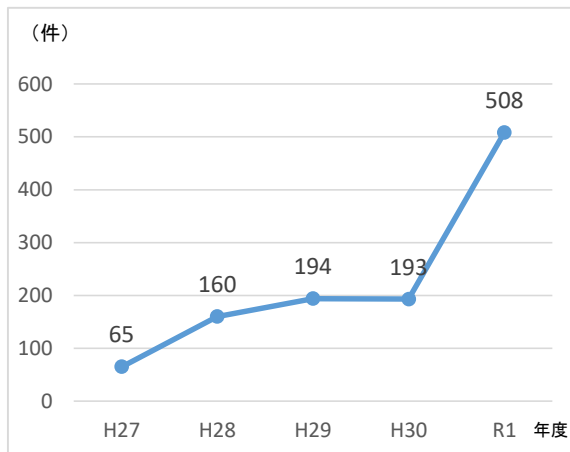
1回限りのお試しのつもりで注文したら、複数回の購入が条件だったという「定期購入」に関する相談件数は、若者を中心に全年齢層で急増して508件となり、前年度から約2.6倍に増加し、過去最多となりました【図表9】。

商品の内訳は、「健康食品」322件(63.4%)と「化粧品」が186件(36.6%)となっています。

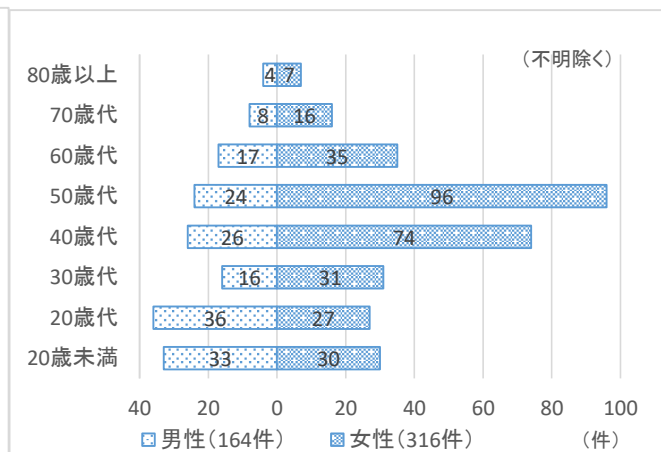
契約者の年代別でみると、50歳代が120件(23.6%)と最も多く、次いで40歳代100件(19.7%)となっています。一方で、若者の相談も目立ち、20歳代が63件(12.4%)、20歳未満の相談も63件(12.4%)寄せられており、美容に関心を持ち始める年代である中高生からの相談も多くみられます。

性別でみると女性が316件で6割以上を占めていますが、20歳代、20歳未満では女性より男性の割合がやや多くなっています【図表10】。これらの若い男性層では、「脱毛剤」「化粧品」「美容に関する健康食品」などの相談が多くみられました。

【図表9】 定期購入の相談件数推移



【図表10】定期購入の契約当事者の性別・年代別件数



すべての年齢層で増加している定期購入に関する相談ですが、特に29歳以下の若年層の増加が目立つ理由として、SNSの普及が大きく影響していると考えられます。手軽に購入ができるため、SNSや動画投稿サイトの広告から誘引されて、「お試し」のつもりで申し込み、定期購入のトラブルに遭うケースが多くあります。

#### 【事例】

SNSの「お試し価格300円」という広告を見て、ダイエットサプリを注文した。商品が届いた10日後にまた同じ商品が届き、4万円の請求書が入っていた。業者に問い合わせると「定期購入で申し込んでいる。2回目まで買わないと解約できない」と言われた。

#### センターからの助言

これらの広告は初回無料や通常よりも非常に安い価格で表示されていて、消費者が1回限りであると誤解して購入するケースが目立ちます。特にスマホの小さい画面では、定期購入であることや解約条件がわかりにくいケースがあります。

●注文前に、「定期購入が条件になっていないか」「支払う総額はいくらか」など契約内容をしっかり確認しましょう。

●通信販売はクーリング・オフ制度がありませんので、解約や返品ができるか確認しておきましょう。健康食品や化粧品は、使用してみると身体に合わない場合や、期待している効果が得られない場合もあるので注意が必要です。

●注文画面を印刷やスクリーンショットで保存しておきましょう。

●未成年者が契約した場合など契約を取り消しできる場合もありますので、トラブルになった場合は、消費生活センターに相談しましょう。

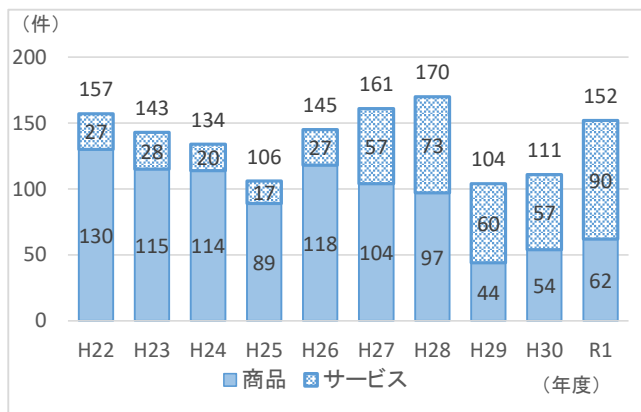
## 4 「モノなしマルチ商法」に関する相談が増加

マルチ商法に関する相談件数は、前年度と比較して36.9%増加しました。

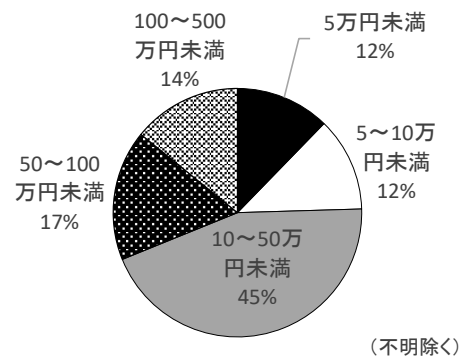
マルチ商法に関する相談の内訳をみると、かつては健康食品や化粧品などの「商品」を扱うケースが主でしたが、近年は、ファンド型投資商品や副業などの「サービス」を扱うマルチ商法、いわゆる「モノなしマルチ商法」が増えています。平成22年度にはマルチ商法全体の2割にも満たなかった「モノなしマルチ商法」が、令和元年度には全体の6割にまで拡大しました【図表11】。

「モノなしマルチ商法」は、消費者の交友関係を利用してファンド型投資商品や副業などを持ち掛ける商法で、若者を中心に相談が増えています。

【図表11】 マルチ商法に関する相談件数の推移



【図表12】 マルチ商法の契約購入金額別割合



マルチ商法に関する相談の契約購入金額別割合をみると、10万円以上50万円未満が45%と最多で、中でもアフィリエイトなどの「内職・副業」、格安の海外旅行や各種福利厚生などの「複合サービス会員権」に関する相談が目立ちました。

100万円以上の契約では仮想通貨の購入や、海外事業への投資といった「ファンド型投資商品」に関する相談が寄せられています【図表12】。

※アフィリエイトとは、ホームページやブログに商品やサービスの広告記事を掲載して収入を得る仕組みの一種。広告記事を見た人が所定の条件でその商品やサービスを購入し売り上げがあると、その一部が収入になる。

### 【事例】

高校時代の部活の先輩から、もうかる良い話があるとファミレスに呼び出された。そこには別の人物もいて、その人物から説明を受けた。「会員になると日常生活のさまざまな困りごとを解決するアプリが使える。さらに知人にそのアプリを紹介し、紹介した人が会員になれば紹介料が得られる」というものだった。熱心に勧めるので断り切れず、3口30万円をクレジットカードで決済し契約してしまった。よく考えるとアプリの実態やサービスの内容がよくわからない。友人を勧誘することも苦痛なので解約したい。

### センターからの助言

「モノなしマルチ商法」は、もうかることばかりが強調されますが、仕組みや契約内容がよくわからないという特徴がみられます。「お金がない」と断ろうとしても、「すぐ元が取れる」などと言ってクレジットカードで支払わされたり、消費者金融で借金をさせられたりすることもあります。

簡単に稼げるような話はありません。トラブルに遭わないためにも実態や仕組みがわからない契約はしないようにしましょう。友人や知人からの紹介で断りにくくても、きっぱりと断ることが大切です。万が一、契約してしまった場合でも、クーリング・オフや中途解約ができる場合がありますので、消費生活センターに相談しましょう。

## 滋賀県における新型コロナウイルス関連の消費生活相談の概要(令和2年1月～10月)

### 1 相談件数の推移と相談者の性別・年齢

令和2年1月～10月の滋賀県内の消費生活相談件数は、対前年比約6%増の11,330件でした。その内、新型コロナウイルス関連の消費生活相談件数は1,082件で、全相談件数の約1割を占めており、月別では4月をピークに5月以降は減少しています。(図1)

また、相談者の性別をみると、男性は392件、女性は463件でした。相談者の年齢は40歳代～70歳代が多くなっています。(図2)

図1 新型コロナ関連月別件数(令和2年)

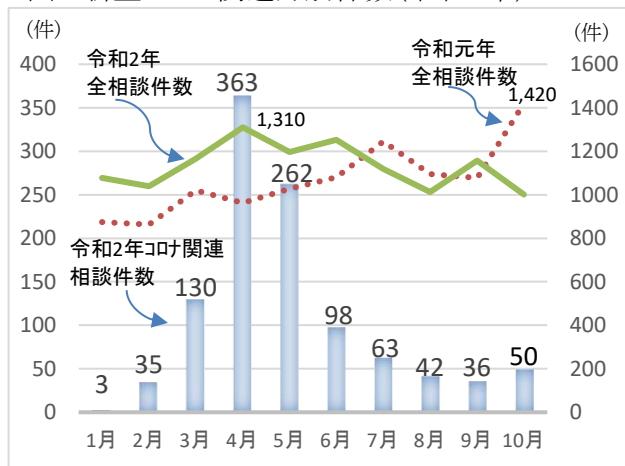
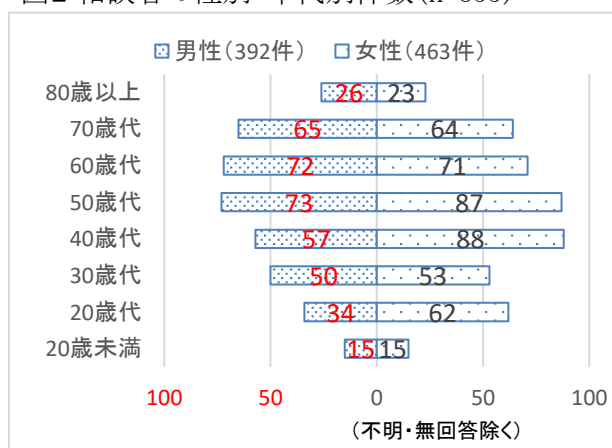


図2 相談者の性別・年代別件数(n=855)



R2.12.2日時点集計

### 2 商品(役務含む)別相談件数

図3 相談月別、商品(役務含む)別相談件数(上位5位)

商品(役務含む)別相談件数を見ると、各月ともマスク等の「保健衛生品その他」の相談が多くみられましたが、6月以降は大幅に減少しました。

2、3月には旅行や航空サービスのキャンセルの相談が多く寄せられ、旅行関連の相談が2割を超えました。

4月には、スポーツジムなどの解約や休会費、あるいは結婚式のキャンセル料などの相談が多く寄せられるようになりました。

2月		3月		4月	
商品・役務等	件数割合(%)	商品・役務等	件数割合(%)	商品・役務等	件数割合(%)
保健衛生品その他	7 (20.0)	保健衛生品その他	19 (14.6)	保健衛生品その他	114 (31.4)
海外旅行	6 (17.1)	航空サービス	15 (11.5)	結婚式	14 (3.9)
航空サービス	4 (11.4)	ちり紙類	13 (10.0)	スポーツ施設利用	9 (2.5)
国内旅行	4 (11.4)	海外旅行	12 (9.2)	スポーツ・健康教室	9 (2.5)
結婚式	2 (5.7)	貸衣装	5 (3.9)	賃貸アパート/フリーローン・サラ金	14 (3.9)
計	35 (100.0)	計	130 (100.0)	計	363 (100.0)

5月		6月		7月	
商品・役務等	件数割合(%)	商品・役務等	件数割合(%)	商品・役務等	件数割合(%)
保健衛生品その他	91 (25.1)	保健衛生品その他	38 (10.5)	保健衛生品その他	11 (3.0)
スポーツ・健康教室	10 (2.8)	結婚式	4 (1.1)	航空サービス	4 (1.1)
他の医療用具	8 (2.2)	消毒殺菌剤	4 (1.1)	コンサート	3 (0.8)
結婚式	8 (2.2)	賃貸アパート	3 (0.8)	スポーツ施設利用/結婚式	2 (0.6)
消毒殺菌剤	7 (1.9)	航空サービス/スポーツ・健康教室	6 (1.7)		
計	262 (100.0)	計	98 (100.0)	計	63 (100.0)

### 3 相談事例とアドバイス

【事例1】注文した覚えのないマスクが届いた。

→注文した覚えのない商品は受け取らないようにしましょう。万が一受け取ってしまった場合は、14日間保管した後、処分することができます。

**【事例2】 ネット通販で消毒液を注文したが届かない。**

→外出自粛の影響でネット通販を利用する機会が増え、トラブルが急増しています。まずは通販サイトに配送状況をご確認ください。ただし、偽ショッピングサイトも確認されていますので、いつもと異なるサイトを利用する際は特にご注意ください。

**【事例3】 旅行や航空券、スポーツジム、結婚式場などをキャンセル・退会したら解約料を請求された。**

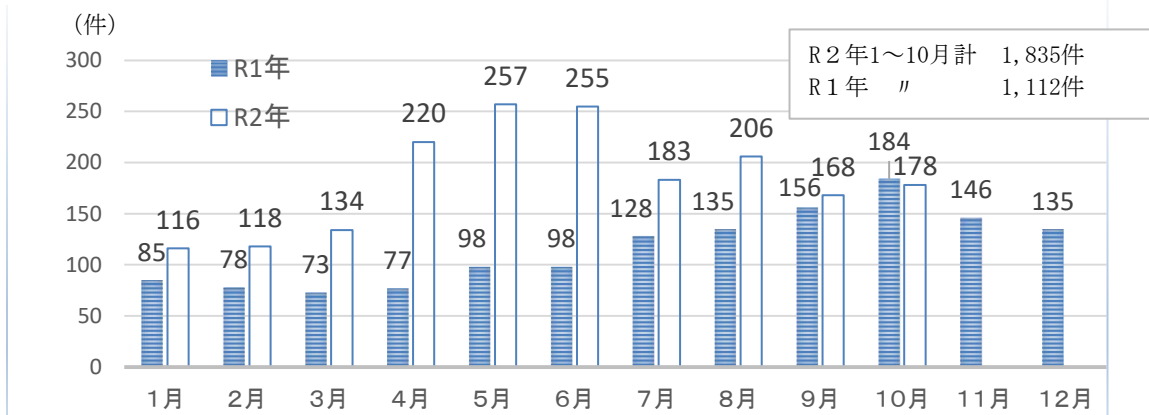
→通常は契約時の約款や規約に従いますが、当事者双方に帰責性のない「不可抗力」による履行不能の場合は、支払義務はないものとして契約の解消や変更が主張できます。しかし、実際には、キャンセルの申し出のタイミング等、ケース毎に帰責性の程度には差がありますので、解決に向けて、当事者どうしが話し合い、歩み寄ることが重要です。

**【事例4】 学生時代の友人を通じて、簡単に儲けられると誘われ、持続化給付金の申請方法を教えられた。**

→持続化給付金は事業者に対して支給されます。受給資格のない（事業を行っていない）サラリーマンや学生、無職の人が申請・受給することは詐欺行為にあたる考えられます。持続化給付金と知らずに誘いに乗った場合でも、罪に問われる可能性があるため、絶対に誘いに応じないようにしましょう。

**4 外出自粛に伴い、インターネット通販に関する相談が増加**

図4 インターネット通販(物品)の受付年月別相談件数

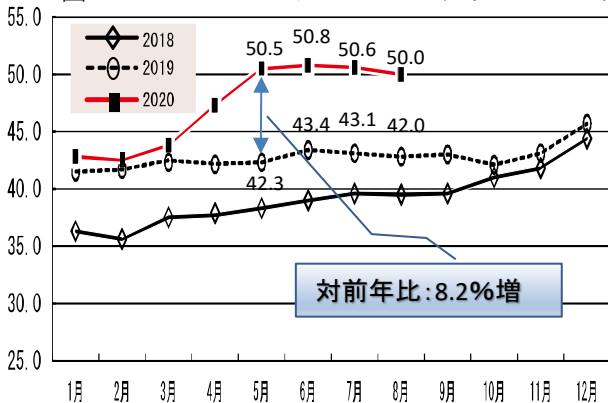


R2.12.2日時点集計

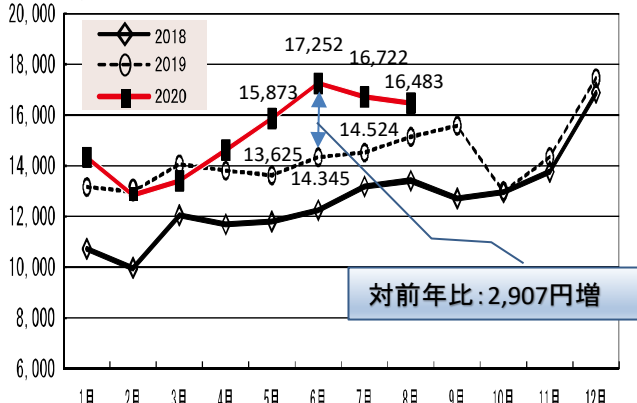
外出自粛や在宅勤務などにより、自宅で過ごす事が多くなり、ネット通販利用世帯の割合は5月には初めて5割を超え、支出額も増加しています。(図5、6) このような「巣ごもり消費」と言われる生活様式の変化に伴って、県内の消費生活センターに寄せられるネット通販でのトラブルに関する相談(令和2年1月~10月)は、前年同月と比較して約1.7倍の1,835件に急増しました。(図4)

相談事例としては、健康食品等を安価な「お試し価格」で購入したが、複数回の購入が条件だったといった定期購入トラブルに関するものが目立ちます。また、商品代金を支払ったのに商品が届かない、業者と連絡が取れない、粗悪品が届いた等の詐欺的な通販サイトに関するトラブルも寄せられました。

(%) 図5 ネットショッピング利用世帯の割合の推移(2018~2020年)



(円) 図6 ネットショッピングの支出額の推移(2018~2020年)



出典:総務省統計局(令和2年10月9日発表)家計消費状況調査 ネットショッピングの状況について(二人以上の世帯)



## 用語解説

用語	解説	脚注番号	該当ページ
<b>【アルファベット】</b>			
GAP (ギャップ)	GAP（農業生産工程管理）とは、Good（良い）Agricultural（農業の）Practice（実践）の頭文字をとったもの。農業において、食品安全・労働安全・環境保全等の持続可能性を確保するため、生産工程を農業者自らが確認・記録・保存し、管理する取組のこと。	18	28
HACCP (ハサップ)	Hazard Analysis and Critical Control Point の略。食品等事業者自らが、食中毒菌汚染や異物混入などの危害要因（ハザード）を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去または低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法。	17	28
ICT	Information and Communication Technologyの略。情報通信技術。	1	1,8
J-クレジット制度	省エネルギー機器の導入や森林経営などの取組による、CO <sub>2</sub> などの温室効果ガスの排出削減量や吸収量を「クレジット」として国が認証する制度。	24	40
NPO	民間非営利組織。政府や私企業とは独立した存在として、地域の諸課題の解決などを目的に公共的・社会的な公益活動を行う組織・団体。	25	41
PIO-NET (パイオネット)	全国消費生活情報ネットワーク・システム。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相談情報（消費生活相談情報）の収集を行っているシステム。PIO-NETとは、Practical Living Information Online Network System の略。	19	28,44,45
SNS	Social Networking Service（Site）の略。インターネット上で友人を紹介しあって、個人間の交流を支援するサービス（サイト）。	10	4,33,38
<b>【力行】</b>			
外国人県民等	国籍、民族にかかわらず、母語や文化、宗教、生活習慣など、日本以外の背景をもつ県民をいう。	20	32,46,47
カーボン・クレジット	温室効果ガスの排出削減または吸収するプロジェクトを通じて生成される排出削減・吸収量を価値化（見える化）したものの。	23	40
環境こだわり農業	化学合成農薬・化学肥料の使用量を減らしたり、濁水の流出を防止するなど、琵琶湖をはじめとする環境への負荷を減らす技術を用いて行われる農業のこと。	7	4,41
環境こだわり農産物	県が定めた基準に基づき、化学合成農薬や化学肥料の使用量を通常の栽培の5割以下に減らすとともに、濁水の流出防止等、琵琶湖をはじめとする環境への負荷を減らす技術で生産され、県の認証を受けた農産物のこと。	8	4,28,41
キャッシュレス決済	物理的な現金（紙幣・硬貨）を使用せずに商品・サービスの料金の支払等を行うこと。（クレジットカード・電子マネー・デビットカードなど）	11	4,8,33
協働	NPO・企業・行政など立場の異なる者同士が、各々が自立（自律）した対等な関係のもと、同じ目的・目標のために連携・協力し、公共的なサービスなどにおいて相乗効果を上げようとする取組。	15	11,30,34,39,41,49
グリーン購入	商品やサービスを購入するときに、まず購入の必要性を考え、環境への負荷が出来るだけ小さいものを選んで購入すること。グリーン購入を進めることは、ライフスタイルが環境にやさしいものになるだけでなく、商品等を供給する企業に環境への負荷が小さい商品の開発や環境に配慮した経営努力を促すことにつながる。	5	4,10,21,40

用語	解説	脚注番号	該当ページ
グローバル化	人やもの、資金、情報などが世界的な規模で動き、これに伴う社会における変化やその過程。	2	1
県民政策コメント制度	県が重要な施策を決めようとする際に、その原案を公表し、広く県民のみなさんから意見や情報を求め、それらの意見等を政策形成に反映させていく制度。いわゆるパブリック・コメント制度。	28	50
<b>【サ行】</b>			
サプライチェーン	原料調達・製造・物流・販売・廃棄等一連の流れ全体のこと。	13	10
三方よし	「売り手よし、買い手よし、世間よし」という言葉に表される、物を販売する際の売り手と買い手双方にとって利益があることに加え、商いを行う地域にとっても益する行為が大事である、という近江商人の経営理念。	21	40,41,42
(滋賀県)金融広報委員会	金融広報中央委員会、滋賀県、日本銀行京都支店、近畿財務局大津財務事務所、金融機関等関係団体と連携して、健全で合理的な家計運営のため、中立・公正な立場から暮らしに身近な金融に関する幅広い広報活動を行う団体。	4	4,20,35,36,37
消費者ホットライン	全国共通の電話番号（188）で、地方公共団体が設置している最寄りの消費生活相談窓口を案内するナビダイヤル。消費者庁が運営しており、音声ガイダンスに従って必要事項を入力すると、市町の消費生活センター（消費生活相談窓口）または県消費生活センターへ繋がる。平成27年7月1日から3桁化（局番なし188番）された。	16	14,44
食品ロス	「食品ロス」とは、本来食べられるにもかかわらず捨てられる食品のこと。（食品廃棄物には、食品ロスのほか、例えば、魚・肉の骨など、食べられない部分が含まれる。）	9	4,5,10,36,40
石けん運動	昭和52年（1977年）5月、琵琶湖に淡水赤潮が発生し、その原因の一つが合成洗剤に含まれているリンに起因することがわかった。これを契機に発生した、合成洗剤の使用をやめて粉石けんを使おうという県民運動。	26	41
<b>【タ行】</b>			
多重債務	ローンやクレジットカードの利用などをしている債務者が、借金返済等のためにさらに消費者金融（サラ金）などから借金を繰り返すなどし、返済不可能なほどの複数の債務が累積すること。	27	49
地球温暖化	石油などの化石燃料の燃焼により大気中の二酸化炭素等が増加し、地表から放出される赤外線を吸収することにより、地表の温度が上がる現象。地球温暖化は海面の上昇や気候の変化等を引き起こし、人類や生態系に悪影響を及ぼす。	22	40,41
地産地消	「地域生産・地域消費」の略語で、地域で生産されたものを地域で消費しようとする活動を通じて、生産者と消費者を結びつける取組。	6	4,10,39,41
電子マネー	一般に、カードなどにあらかじめバリュー（財産価値）をチャージ（入金）し、買い物時に端末に読み込ませて、電子的に決済するもの。発行主体によって分けると、①交通系②流通系に代表される「IC型」、③ネット系に代表される「サーバー型」に分けられる。	12	8
<b>【ハ行】</b>			
フェアトレード	フェアトレード（公正貿易）とは、発展途上国でつくられた作物や製品を適正な価格で継続的に取引することによって、立場の弱い発展途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す貿易の仕組み。	14	10