

滋賀県消費者基本計画（第5次）原案について

1 趣旨

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、次期計画を策定する。

2 計画の性格

- ・滋賀県消費生活条例に基づく、消費者施策に関する基本的な方向等を定め、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に規定される滋賀県消費者教育推進計画

3 計画期間

令和8年度（2026年度）～令和12年度（2030年度）までの5年間

4 スケジュール（予定）

令和7年（2025年）

2月13日 第69回消費生活審議会（第4次計画総括の審議）

5月15日 総務・企画常任委員会（計画改定について）

6月13日 第70回消費生活審議会（第4次計画最終総括、諮問、計画骨子案の審議）

6月26日 総務・企画常任委員会（計画改定について）

9月22日 第71回消費生活審議会（計画素案の審議）

10月16日 第72回消費生活審議会（答申案の審議）

11月6日 答申

12月15日 総務・企画常任委員会（第5次計画原案について）

12月下旬 県民政策コメント（パブリックコメント）の実施

令和8年（2026年）

3月上旬 総務・企画・公室常任委員会（第5次計画案について）

3月下旬 基本計画改定・公表

滋賀県消費者基本計画(第5次)原案 概要

第1章 計画の基本的な考え方

SDGs



MLGs



1 計画改定の趣旨

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、次期計画を策定する。

2 計画の性格

- ・滋賀県消費生活条例に基づく、消費者施策に関する基本的な方向等を定め、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に規定される滋賀県消費者教育推進計画

3 SDGsおよびMLGsの目標達成への貢献

4 計画期間

令和8年度(2026年度)～令和12年度(2030年度)までの5年間

第2章 消費生活をめぐる現状と課題

1 第4次計画期間中の主な成果と課題

<主な成果>

- ・行政指導等の実施や事業者との面談を行い、早期に注意喚起を行うことで、消費者被害の未然防止・拡大防止を図った。
- ・インターネットに関連する消費者行動への対応として、高齢者、若年者、障害者等の年齢や特性に応じた情報発信・啓発を行った。
- ・エシカル消費の推進にあたり、啓発冊子の作成、関係団体とのイベントの実施、小売店舗でのポスター掲示等で周知を図った。
- ・特殊詐欺等と疑われる情報を入手した際に県警へ情報提供を行った。

<主な課題>

- ・消費者トラブルは後を絶たず、態様が多様化・複雑化していることから、迅速に調査を行い、行政処分や行政指導を行う必要がある。
- ・啓発資料の提供といった一方的な啓発にとどまらず、学生が自ら考える消費者となるための取組について検討が必要である。
- ・エシカル消費について周知を図っているが、認知度が低く、周知方法の検討が必要である。
- ・消費者ホットライン188の更なる周知強化が必要である。

2 消費者を取り巻く社会情勢の変化・本県の状況

(1)社会情勢の変化

- ・インターネットを利用した消費者取引の増加による取引形態の複雑化・多様化
 - ・キャッシュレス決済等の普及
 - ・金融リテラシー向上の必要性
 - ・カスタマーハラスメントの社会問題化
- 等

(2)国における消費者行政の現状

- ・消費者基本計画の策定
- ・地方消費者行政強化交付金を活用した支援
- ・消費者教育の推進
- ・消費生活相談のDX化
- ・消費者行政関連法等の制定および改正

(3)滋賀県における消費生活相談体制の状況

- ・県内のすべての市町に消費生活相談窓口が設置
- ・相談員数 県9人 市町30人

(4)滋賀県における消費生活相談の状況

- ・令和6年度(2024年度)の相談件数は、定期購入に関する相談の増加により12,280件
- ・SNSがきっかけとなるトラブルに関する相談が、5年連続増加

(5)滋賀県における事業者指導等の状況

- (令和2年度(2020年度)～令和6年度(2024年度))
- ・特定商取引法・消費生活条例違反による指導件数 6件
- ・景品表示法違反による指導件数 21件

(6)滋賀県における特殊詐欺、SNS型投資・ロマンス詐欺の発生状況

- ・「SNS型投資・ロマンス詐欺」の被害 252件・約19億9,700万円(令和6年(2024年))

(7)滋賀県における消費者教育の状況

- ・授業に活用できる副教材の作成・配布
- ・29歳以下の若者を対象に啓発動画コンテストを実施



第3章 消費者施策推進の基本方針

1 基本理念

県、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体の相互の信頼を基調とし、消費生活条例に掲げられた消費者の8つ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、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。

2 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

3 基本方針

- I 安全・安心な消費生活の確保
- II 「自ら考え行動する」消費者になるための支援
- III 消費者被害の防止と救済

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

番号	重点施策	内容
1	消費者取引の適正化	(1)取引等の適正化 ・特定商取引法等の法令に基づき、指導監督や立入検査等を行う。 ・事業者への特定商取引法に関する相談・助言を行う。
		(2)広告・表示等の適正化 ・景品表示法等の法令に基づき、調査や指導、立入検査を実施する。 ・説明会の開催等により、適正な表示の仕方について情報提供を行う。
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 ・各種法令に基づき、立入調査等を実施する。
		(2)食の安全・安心の確保 ・食中毒の予防や食品の衛生管理、食品添加物や農薬等の検査等を行う。
		(3)消費者事故情報等の収集・提供 ・リコール情報や注意喚起情報および重大事故情報等を収集し、消費者への周知を図る。
3	生活関連物資 およびサービスの安定供給	・災害発生等の緊急時に生活関連物資の調査を行い、買占め・売惜しみ等不適正な行為が行われた場合、法令に基づき不適正な行為の是正を勧告する。 ・市町に買物弱者に関する情報共有を行うとともに、事業者の取組等について周知を図る。

基本方針 II 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

番号	重点施策	内容
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 ・高齢者、若年者、障害者、外国人等、年齢層や特性に応じた情報発信・啓発を行う。 ・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する。
		(2)災害発生・感染症拡大等緊急時の情報発信・啓発 ・緊急時に消費者が合理的に行動できるよう正しい情報を迅速に消費者に伝える。 ・生活必需品の備蓄など災害に備える必要性や、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う。

番号	重点施策	内容
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	拡充 (3) SNS等インターネットに関連する消費者行動への対応 ・消費者の年齢層や特性に応じた情報発信・啓発を行う。 ・キャッシュレス決済など新たな決済方法に関する啓発、デジタル化やAIの進展に伴う消費者トラブルの啓発を行う。
		新規 (4)警察と連携した情報発信・啓発 ・トクリュウとの関連が疑われる消費者トラブルについて、警察と連携して、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う。
5	誰もがいつでもどこでも学べる消費者教育の推進	拡充 (1)ライフステージに応じた消費者教育の推進 ア 学校等における消費者教育の推進 ・教育委員会や関係団体等との連携を図り、学校の消費者教育を支援する。 イ 地域や職域等における消費者教育の推進 ・消費生活相談員が行う出前講座と連携し、消費者教育を推進する。
		拡充 (2)若年者向け消費者教育の強化 ・消費者教育について主体的に学べるような機会を提供する。 ・消費者トラブルの未然防止という被害者側からの視点だけではなく、マルチ商法等の勧誘者や闇バイトなど加害者にならないという視点で消費者教育に取り組む。
		拡充 (3)消費者教育の担い手(人材)の育成と支援 ・消費生活相談員や教員に対し、研修等を通じ、消費生活に関わる人材の育成を支援する。
6	金融経済教育の推進	新規 (1)学校における金融経済教育の推進 ・学校における金融経済教育を推進し、若年期からの金融リテラシー向上を図る。 (2)地域や職域における金融経済教育の推進 ・幅広い年齢層の方に金融経済教育を学ぶ機会を提供するために、地域や職域における金融経済教育を推進する。
7	SDGsおよびMLGsの達成を目指した消費者行動の推進	新規 (1)エシカル消費の推進 ・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する。 ・事業者の消費者志向経営の取組を推進する。
		新規 (2)環境に配慮した消費者行動の推進 ・食品ロス削減をはじめ、「CO2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を推進する。
		新規 (3)環境学習・環境保全活動の支援 ・エシカル消費の一つである環境に配慮した消費者行動を推進するため、環境学習・環境保全活動の支援を行う。
		新規 (4)カスタマーハラスメントを生まない消費者意識の醸成 ・消費者が事業者へ適切に意見を伝える方法について啓発する。

基本方針Ⅲ 消費者被害の防止と救済

番号	重点施策	内容
8	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 ・相談業務研修の充実に努めるとともに、県と市町の相互連携を深める。 ・国や市町と連携し、相談員の担い手確保に努める。 ・消費生活相談のDXへの対応として、県と市町の情報共有および連携を図る。
		(2)市町の消費生活相談体制の充実強化支援 ・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や研修会開催等により相談員のスキルアップ等の支援を行う。
9	社会的に不利な立場にある方への支援 拡充	(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の消費者被害未然防止のため、事業者や関係団体、警察等と連携して情報提供および啓発を行う。
		(2)見守り体制の充実強化 ・各市町の実情に応じた支援を行い、消費者安全確保地域協議会の設置を促進する。 ・協議会設置市町については、活動の実態を把握し、活動の維持・活性化を図る。
10	法令違反事業者等への指導強化	・悪質事業者に対して、国や他府県、警察と緊密に連携し、厳正に行政処分や指導を実施する。 ・トクリュウとの関連が疑われる相談を消費生活相談窓口において受け付けた場合、警察へ迅速に連絡・通報を行い被害の拡大防止および未然防止を図る。

第5章 関係機関・団体との連携強化等

- 1 各基本方針を推進するための連携強化
- 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・協働していく。
- 2 消費者等の意見の施策への反映と透明性の確保
- ・滋賀県消費生活審議会において、消費者施策の調査・審議を行う。
- ・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する。

- 主な指標の目標
- ・金融経済教育に関する講座の実施回数 135回(R6)→200回(各年度)
- ・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 37%(R6)→100%(R12)

第6章 計画の推進体制と進行管理

- 1 計画の推進体制
- 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・進捗管理等を行い、計画の推進を図る。
- 2 計画の進行管理
- 滋賀県消費生活審議会に施策の点検・評価結果を報告し、意見を聴取した上で、今後の施策への反映に努める。
- 3 計画の見直し
- 必要に応じて計画を見直しを行う。