

# 第3次千葉県消費生活基本計画（原案）の概要

平成31年2月

## 第1章 基本計画についての考え方

### ○ 計画の位置づけ

- ◇本県の消費生活に関連する各種施策・事業を、「消費者の視点」に立ち総合的・計画的に推進していくための基本指針
- ◇「千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例」に基づく基本計画と、「消費者教育の推進に関する法律」（以下「消費者教育推進法」）に基づく法定計画を、一体的に策定

### ○ 計画の目標 「消費者 元気 ともに創る 暮らしやすさ いちばんの ちば」

（消費者 保護 ⇒ 自立 ⇒ 参画(主体として自主的に)）

消費者が、行政や事業者等とともに、消費者市民として主体的に持続可能な社会づくりに取り組み、安全・安心で暮らしやすい千葉県の実現を目指すもの。

### ○ 計画期間 平成31(2019)年度からの5年間(2023年度まで)

### ○ 計画の推進体制

- ◇副知事を本部長とする「消費者行政推進本部」を中心に、効率的に連携し、事業の進展と進捗管理
- ◇各年度の進捗状況について、消費者行政審議会に報告の上、公表

## 第2章 消費者を取り巻く現状と課題

### 1 国の消費者行政の動向

- 国連で採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」に向けた「SDGs実施指針」決定(2016年12月)。
  - 消費者に自らの消費行動が社会に影響を与えることの認識が求められる。
- 「消費者教育推進法」の制定(2012年8月)
  - 消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画する重要性について、理解と関心を深めるための教育が求められる。
- 「消費者教育推進法」に基づき、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」閣議決定(2013年6月)。
  - 若年者への消費者教育や、消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進等が重点事項。

### 2 千葉県の消費生活の状況

#### (1) 消費者を取り巻く環境の変化

- 高齢化・独居化の進行 ○インターネットの普及 ○民法改正による成年年齢の引下げ 等

#### (2) 消費生活相談の状況

- 消費生活相談件数は、2013年度以降45,000件を超えて高水準で推移。
- 年代別の状況は、2017年度の苦情相談で、60歳代以上が全体の4割以上。

### 3 県における消費者行政の現状と課題

- 第2次基本計画の5つの課題ごとの取組状況と課題

## 第3章 計画の内容

### 重点的な課題

- (1) 地域における消費生活相談体制については、未だに地域差がみられ、身近な消費生活相談窓口の一層の体制強化と周知が必要。
- (2) 消費者が担う役割への社会的な要請の高まり等を踏まえ、自主的に判断・行動できる消費者の育成や人や社会、環境に配慮した消費行動などの認識を深めることが必要。  
また、成年年齢の引下げ(2022年4月)に向け、若年者に対する消費者教育の推進も重要。
- (3) 高齢者からの相談は相対的に高い水準で推移し、認知症等自ら被害に気づきにくい傾向があるなど、高齢者等の被害防止に向けては、地域の様々な主体が連携した見守り体制の一層の強化が必要。  
また、地域における消費生活に係る課題解決に向けては、消費者一人ひとりが消費者市民として取り組むことが重要。
- (4) 消費者の安全・安心の確保に向け、引き続き、悪質事業者に対する指導と取締強化が必要。  
併せて、消費者関連法(特商法、景表法等)について事業者への周知と理解促進が必要。
- (5) 商品やサービスの安全性に対する消費者の不安への対応や、地震・豪雨など災害時における消費者の安全・安心の確保のための取組の一層の推進が必要。

### 基本目標と主な取組

#### 基本目標1 誰もが、どこでも安心して相談できる体制づくり

- 1 地域における相談体制の充実
  - ◆地域の実情を踏まえた相談体制の充実
- 2 県消費者センター機能の充実
  - ◆市町村等相談機関への支援機能の強化
  - ◆消費生活相談窓口の周知

#### 基本目標2 消費者市民を育む教育の推進

- 1 県消費者センターにおける消費者教育推進拠点機能の強化
  - ◆消費者教育推進のための情報の収集・提供機能の拡充
  - ◆消費者教育に関する取組の「見える化」の推進
- 2 学校における消費者教育の充実
  - ◆教職員に対する消費者教育推進のための研修及び情報提供の充実
  - ◆教育現場で活用できる消費者教育教材の収集と提供体制の整備
- 3 地域における消費者教育の推進
  - ◆消費者がそれぞれのライフスタイルやニーズに合わせて、学ぶことのできる環境整備
  - ◆消費者教育の担い手の育成
- 4 環境学習や食育の推進

#### 基本目標3 気づき、つながり、守る 地域の力の向上

- 1 消費者市民社会への理解の促進
  - ◆みんなの消費者市民宣言
  - ◆消費者問題に取り組む団体等の活動の「見える化」の推進
  - ◆消費者市民応援企業の情報収集と提供
- 2 消費者被害の未然防止と拡大防止
  - ◆必要な人に必要な情報を届ける体制の充実
  - ◆特殊詐欺の被害防止に向けた広報・啓発の実施
- 3 安全・安心ネットワークづくり
  - ◆高齢者や障害のある人等に係る福祉団体・事業者等に対する消費者教育の推進
  - ◆ネットワーク構築のために必要な人材の育成
  - ◆地域の特性を生かしたネットワーク整備の促進

#### 基本目標4 取引の適正化と悪質事業者への指導の推進

- 1 事業者に対する適正な指導等
  - ◆法や条例に基づく事業者指導や調査体制の強化
  - ◆事業者の法令遵守の意識の醸成
- 2 悪質事業者に対する取締の強化
  - ◆法や条例に基づく行政処分等の強化

#### 基本目標5 商品・サービスの安全・安心の推進

- 1 商品・サービスの安全・安心の推進
  - ◆検査や監視指導による食の安全・安心の推進
- 2 生活必需商品の安定供給等
  - ◆事業者に対する円滑な供給等に関する協力要請等
- 3 災害時等における消費者の安全・安心の推進
  - ◆消費者に必要な情報の収集・発信

## 第4章 事業計画

基本目標1	16事業
基本目標2	17事業
基本目標3	14事業
基本目標4	6事業
基本目標5	121事業
合計 174事業	

### 基本計画指標

最終目標：  
消費生活に関し暮らしやすと感じている  
県民の割合 50% (2023年度)  
(2009年度：25.2%、2012年度：34.5%、2018年度：30.9%)

この他、5つの目標それぞれに指標と目標値を設定