

石川県消費者基本計画 概要

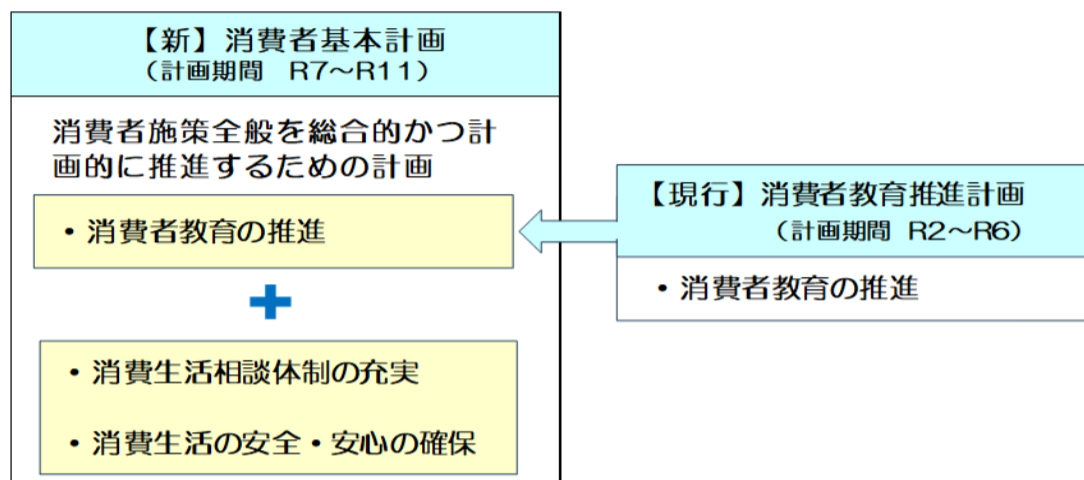
第1章 計画の趣旨

➤ 策定趣旨

- ・消費者を取り巻く環境は、高齢化の進行、成年年齢の引き下げ、デジタル化の進展、多発する自然災害やSDGsへの機運の高まりなど、大きく変化し、消費者トラブルの内容も多様化、複雑化の一途をたどっている。
- ・国は、地方消費者行政の充実・強化に向け、令和2年4月1日に策定された「地方消費者行政強化作戦2020」の中で、「地方版消費者基本計画の策定」を政策目標の一つとして掲げ、地方にその対応を求めている。
- ・こうした状況を踏まえ、現行の「石川県消費者教育推進計画（計画期間：令和2年度～6年度）」の改定に併せ、消費者教育のみならず、消費生活相談体制の充実強化、消費生活の安全・安心の確保を含む消費者施策全般を総合的かつ計画的に推進するため「石川県消費者基本計画」を策定する。

➤ 計画の期間

令和7年度から令和11年度までの5年間



第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 消費者を取り巻く環境の変化

- (1) **高齢化の進行**（判断力が不十分な高齢者を狙った悪質商法、周囲の目が届きにくい高齢者単独世帯の消費者トラブルの拡大・深刻化）
- (2) **成年年齢の引き下げ**（知識、社会経験に乏しい若者を狙った悪質商法の増加懸念）
- (3) **デジタル化の進展と電子商取引の拡大**（高齢者、若者のみならず、一般的・平均的な消費者にも消費者トラブルの可能性）
- (4) **自然災害の激甚化・多発化**（発災時の不安な心理につけ込む悪質商法の増加）
- (5) **SDGsへの取組機運の高まりとエシカル消費への取組**（エシカル消費の認知度向上）

2 石川県における消費生活相談の状況

- (1) 相談件数は8千件から9千件で推移
- (2) インターネット通販によるトラブルが相談件数の上位となっている
- (3) 相談全体に占める65歳以上の高齢者の相談が約30%で推移し、在宅率の高い高齢者を狙った悪質商法が多い
- (4) 世代ごとに消費者トラブルの特徴が見られる

3 消費生活に関する県民の意識（県政モニター等へのアンケート調査より）

- (1) 「消費者問題に関心がある」が減少（「関心がある」R1：67.1%→R6：53.3%）
- (2) 過去1年に「消費者トラブルにあったことがある」県民の割合が増加（R1：12.0%→R6：15.3%）
- (3) 相談窓口の認知度の低下（「名前も内容も知らない」の増加）
- (4) 消費者問題に関する学習の機会が減少（学習を「受けたことがある」R1：18.6%→R6：14.9%）
- (5) 消費者問題に関する情報の入手（「入手したことがある」県民の割合は横ばい）
- (6) 消費者問題に対して望む施策
- (7) エシカル消費の認知度（「言葉も内容も知らない」は減少）

第3章 消費者施策の基本方針

【基本方針1】消費生活相談体制の充実強化

- (1) 消費生活相談員の確保・資質向上
- (2) 消費生活相談窓口の充実強化
- (3) 市町の消費生活相談体制の整備支援
- (4) 消費生活相談窓口の周知強化
- (5) 高齢消費者被害防止のための見守りの強化
- (6) 自然災害など緊急時の相談体制の整備

【基本方針2】消費者教育及び情報提供の充実

(1) 消費者教育の推進

- ①小・中・高等学校における取組
- ②大学等における取組
- ③家庭・地域における取組
- ④職域における取組
- ⑤高齢者への消費者教育の強化
- ⑥若者への消費者教育の強化
- ⑦デジタル化に対応できる消費者教育の推進
- ⑧全年代に向けたエシカル消費の普及啓発
- ⑨消費者教育を受ける場の充実
- ⑩消費者教育資源の活用

(2) 消費者教育の担い手の育成

- (3) 消費者への効果的な情報発信
- (4) 自然災害など緊急時の情報発信

【基本方針3】消費生活の安全・安心の確保

- (1) 不適正な取引行為の監視・指導
- (2) 商品・役務(サービス)の安全性の確保

第4章 推進体制と検証

国・他都道府県、市町、警察、消費者団体、事業者団体、その他の団体等と連携・情報共有を行いながら、施策を実施する。石川県消費生活審議会（消費者教育推進地域協議会）において毎年報告し、計画の検証や修正を協議する。