

～持続可能な未来に向けた安全・安心で豊かな消費生活の実現～

1 計画策定の趣旨

- これまで、2010年度を始期とする第1次から第3次までの消費者行政推進基本計画を策定し、12年間にわたり、消費者行政施策を展開してきた。
- また、2014年度を始期とする第1次及び第2次の消費者教育推進計画を策定し、消費者教育を推進してきた。
- 消費者を取り巻く環境変化に柔軟に対応するために、2022年度を始期とする静岡県消費者基本計画を策定する。
- 静岡県消費者基本計画では、第4次消費者行政推進基本計画と第3次消費者教育推進計画を一体化させ、消費生活に関連する施策を総合的に推進する。

2 計画の基本理念

- 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及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、県民の消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策を計画的に推進する。

3 計画の目指す姿

- 消費者・事業者・行政機関の共創によって、持続可能な未来に向け、誰一人取り残すことのない、安全・安心で豊かな消費生活の実現を目指す。

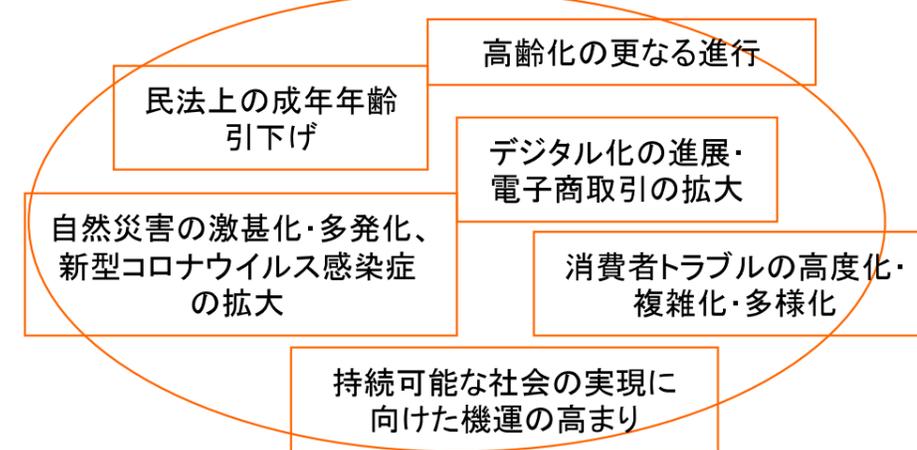
4 計画の位置づけ

- 静岡県消費生活条例(平成11年静岡県条例第35号)第8条の2に基づく消費者施策に関する基本的な計画
- 消費者教育の推進に関する法律(平成24年法律第61号)第10条第1項に基づく消費者教育の推進に関する施策に関する計画
- 静岡県の新ビジョン(総合計画)を補完し、特定課題に対応する分野別計画

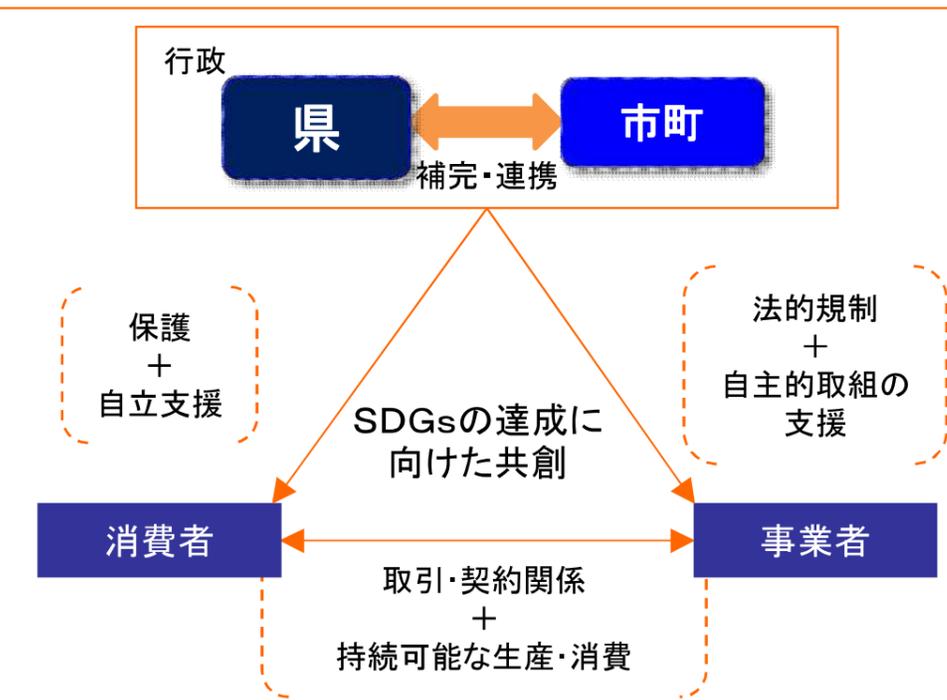
5 計画の期間

2022(令和4)年度から2025(令和7)年度まで

6 消費者を取り巻く状況



- 2022年4月の民法上の成年年齢引下げや高齢化の更なる進行への対応、2015年に国連総会で採択された持続可能な開発目標(SDGs)の達成に向け、消費者教育の重要性が一層高まっている。
- 新型コロナウイルス感染症の影響で、巣ごもり消費が増加し、インターネット通販などの在宅取引が拡大するなど、消費行動が変化している。
- デジタル化の進展等により、消費者トラブルは高度化・複雑化・多様化している。
- 高齢化の更なる進行により、自らを守ることができない高齢者の被害増加が見込まれるため、地域での見守り体制構築が急務である。
- 悪質事業者の手口は多様化・複雑化し、消費者被害は後を絶たないことから、引き続き、早期の事業者指導が必要である。



大柱1

自ら学び自立し行動する消費者の育成

- SDGs達成の手段として「人が幸せになるエシカル消費」を推進
 - 成年年齢引下げに対応し、高校生・大学生・専門学校生・新社会人等を対象とした若者の消費者教育を重点的に実施
 - 地域では、高齢者向けの消費者教育・啓発を実施
 - 消費者教育の担い手不足解消のため、担い手の確保と資質向上を図る研修を実施
 - 消費者団体・事業者団体等、多様な主体との連携
- 重点施策1 人が幸せになるエシカル消費の推進
○重点施策2 成年年齢引下げに対応した若者の消費者教育の推進

大柱2

消費者被害の防止と救済

- 相談体制の維持・拡充のため、消費生活相談員を養成、確保
 - 高度化・複雑化する消費者トラブルに対応するため、専門家と連携した相談対応、相談員の資質向上を図る研修を実施
 - 認知機能の低下が見られる高齢者の見守りをきめ細やかに継続して行うため、市町の「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
 - 急速に進展するデジタル化に対応できない消費者への支援を強化
- 重点施策3 高齢者の見守り体制の強化

大柱3

商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化

- 食の安全の確保のため、監視指導、検査等を徹底
 - 不当取引や不当表示を行った事業者に対しては、厳正な処分・指導を実施
 - 事業者の法令への理解促進のための啓発・注意喚起を実施
- 重点施策4 事業者への指導・啓発の強化

大柱4

消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化

- SDGsの達成に向け、消費者・事業者・行政機関が連携
 - 県民生活センターを中心に地域の消費者行政を推進
 - 地域消費者行政推進連携協議会を新たに設置
 - 市町と連携し、新たな消費者教育の場を開拓
 - 県民生活センターに指定消費生活相談員の設置を検討
- 重点施策5 市町との連携体制の強化

静岡県消費者基本計画 進捗評価の方法

1 概要

静岡県消費者基本計画期間を着実に推進するため、毎年、数値目標の実績値を明らかにし、指標の推移を確認したうえで、進捗状況と成果を評価し、社会経済情勢の変化にも対応しながら、PDCAサイクルによる継続的な改善を図る。

2 根拠

静岡県消費者基本計画

第4章 推進体制と進捗管理

1 推進体制

消費者行政の関連施策を推進する関係部局で構成する静岡県消費者行政推進本部が、全庁的な総合調整を行い、計画を推進していきます。また、消費者教育の推進に当たっては、静岡県消費者教育推進県域協議会において調整を行うとともに進捗状況を確認します。

2 進捗管理

消費者教育にかかる施策の進捗状況について、静岡県消費者教育推進県域協議会で確認いただいた後、消費者教育を含むすべての施策の進捗状況を静岡県消費生活審議会に報告し、評価をいただきます。

進捗状況の評価の方法は静岡県の新ビジョン（総合計画）と同様とし、施策の評価については、ホームページで公表します。

3 記載内容

① 概況

- ・2022年度以降の取組状況と指標の状況から現状を簡潔に記載

② 指標の状況

- ・「基準値」 計画策定時(2020(R2)年度)の現状値
- ・「目標値」 2025年度に達成すべき目標値
- ・「現状値」 2024年度の実績値
- ・「評価区分」 達成状況区分とその判断基準は次頁のとおり

③ 主な取組と成果

- ・2022年度以降の取組状況

④ 今後の課題と方向性

- ・次期計画で考慮すべき課題と施策展開の方向性

○成果指標

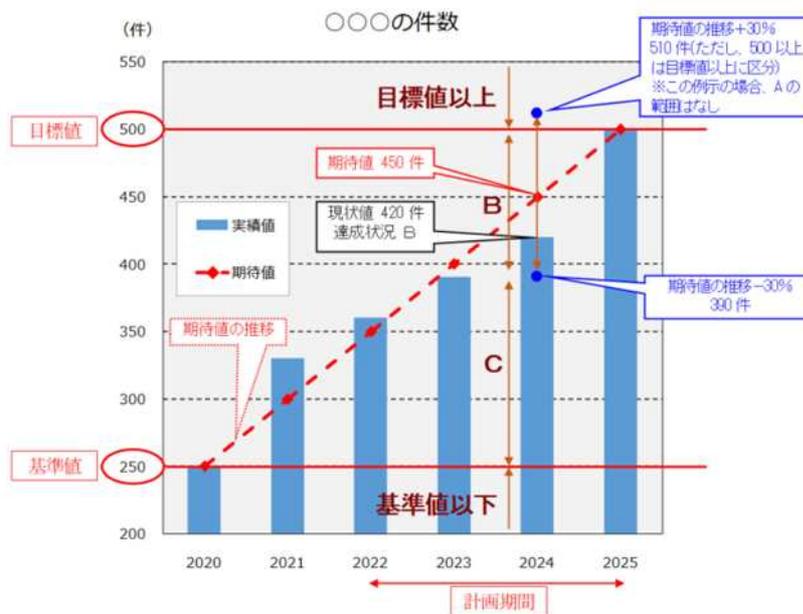
<維持目標以外>

区分	判断基準
目標値以上	「現状値」が「目標値」以上のもの
A	「現状値」が「期待値」の推移の+30%超え～「目標値」未満のもの
B	「現状値」が「期待値」の推移の±30%の範囲内のもの
C	「現状値」が「期待値」の推移の-30%未満～「基準値」超えのもの
基準値以下	「現状値」が「基準値」以下のもの

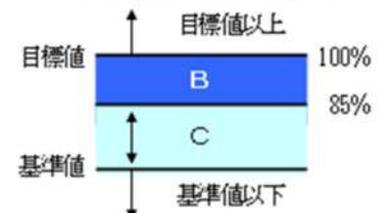
<維持目標>※毎年度目標達成

区分	判断基準
目標値以上	「現状値」が「目標値」以上のもの
B	「現状値」が「目標値」の85%以上100%未満のもの
C	「現状値」が「目標値」の85%未満のもの
基準値以下	「現状値」が「基準値」以下のもの

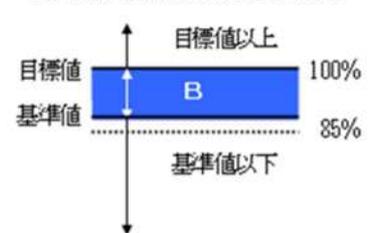
※ 計画最終年度（2025年度）に目標を達成するものとして、基準値から目標値に向けて各年均等に推移した場合における各年の数値を「期待値」とする。



【基準値が目標値の85%未満の場合】



【基準値が目標値の85%以上の場合】



※ 計画期間内の累計で目標値を設定する数値目標の場合は、当該年度までの分（2022～2025年度累計の場合、2022年度は1年分）を期待値とし、1年の増加分の±30%を「B」の範囲とする。

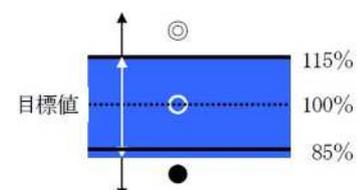
○活動指標

<維持目標以外>

区分	判断基準
◎	「現状値」が「期待値」の推移の+30%超えのもの
○	「現状値」が「期待値」の推移の±30%の範囲内のもの
●	「現状値」が「期待値」の推移の-30%未満のもの

<維持目標>※毎年度目標達成

区分	判断基準
◎	「現状値」が「目標値」の115%以上のもの
○	「現状値」が「目標値」の85%以上115%未満のもの
●	「現状値」が「目標値」の85%未満のもの



指標		基準値	参考値	実績値	実績値	実績値	目標値
			期待値	期待値	期待値	期待値	
			評価	評価	評価	評価	
			2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	
成果指標	消費生活相談における被害額※	329千円/人	383千円/人	395千円/人	492千円/人	488千円/人	280千円/人
			319.2千円/人	309.4千円/人	299.6千円/人	289.8千円/人	
				基準値以下	基準値以下	基準値以下	
活動指標	1 自ら学び自立し行動する消費者の育成						
	消費者教育出前講座実施回数	137回	168回	259回	232回	308回	毎年度 260回
			157.6回	178.2回			
				◎	○	◎	
	消費者教育講師のフォローアップ研修受講者数（維持目標）	139人	199人	296人	336人	338人	毎年度 300人
				◎	○	○	
	2 消費被害の防止と救済						
	消費生活相談員のスキルアップ研修受講者数（維持目標）	219人	340人	417人	365人	387人	毎年度 300人
				◎	◎	◎	
	県及び市町の消費生活相談員が実施したあっせん解決率（維持目標）	93.5%	94.3%	94.9%	94.6%	93.7%	毎年度 94%
				○	○	○	
	3 商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化						
	HACCP実施状況監視率（維持目標）	—	2021年 6月から 実施	100%	100%	100%	毎年度 100%
				○	○	○	
景品表示法適正化調査件数（維持目標）	204件	272件	271件	281件	278件	毎年度 270件	
			○	○	○		
4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化							
高齢者及び見守り者への消費者教育出前講座実施回数	18回	11回	32回	35回	96回	60回	
		26.4回	34.8回	43.2回	51.6回		
			○	○	◎		
消費者安全確保地域協議会設置市町数	1市町	2市町	3市町	5市町	7市町	累計 16市町	
		4市町	7市町	10市町	13市町		
			●	●	●		

※相談時に聞き取った、相談案件に関して消費者が支払った額の平均額

静岡県消費者基本計画の総括評価（案）

（県民生活課）

静岡県消費者基本計画では、計画全体の成果を表す1つの成果指標と、施策・取組の進捗状況を示す活動指標を大柱ごとに2つ、合計9つの指標を設定し、消費者行政施策を展開している。うち7つが目標達成に向け順調に推移しているが、うち2つは目標達成に向けてより一層の推進が必要である。

1 成果指標

■ 概況

消費者教育、消費者相談対応、事業者指導等の施策の実施により、消費者被害の防止と救済に努めたが、SNS やインターネット広告で勧誘される投資などの儲け話等、1件あたりの被害が高額なトラブルが増加したことにより、県全体の被害額が増加し、2024年度の被害額は488千円となり、基準値よりも高額となった。

■ 指標の状況

指標名	2020 基準値	2025 目標値	2024 現状値	評価 区分
消費生活相談における被害額※ (PIO-NET データから県民生活課算出)	329 千円/人	280 千円/人 以下	488 千円/人	基準値 以下

※ 相談時に聞き取った、相談案件に関して消費者が支払った額の平均額

■ 主な取組と成果

- 2022年4月の成年年齢引下げに対応するため、高等学校、特別支援学校を対象とした高校生消費者教育出前講座を重点的に実施したほか、高齢者、見守り者、新社会人等を対象とした消費者教育出前講座を実施し、契約についての知識や消費者被害の現状についての理解促進に努めた。
- 県民生活センターにおいて、通常の相談対応やあっせんの他、市町のみで対応困難な高度な専門性を要する案件について、市町への助言を実施し、被害の拡大防止に努めた。
- 全ての商品、サービスを対象とした表示適正化調査を実施し、景品表示法に基づく行政指導を実施するとともに、不当な表示が認められた事業者には措置命令を実施した。

■ 今後の課題と方向性

- デジタル技術を悪用した手口が発生する一方で、旧来の訪問販売等の被害も減少しないことから、今後も引き続き、消費者相談対応、消費者教育による未然防止や悪質事業者の指導・処分に取り組む。
- 近年は、インターネット広告をきっかけとした投資詐欺や、ロマンス投資詐欺など、犯罪行為が疑われる相談が急増している。このような相談は、消費生活相談の範囲を超えているにも関わらず、被害額が高額であり、全体の被害額を大きく押し上げる要因となっていることから、より適した指標を検討する必要がある。

2 活動指標

(大柱1) 自ら学び自立し行動する消費者の育成

■ 概況

消費者市民社会の実現に向け、消費者教育・啓発や消費生活に関する情報提供の充実を図っている。2024年度は、高校生や高齢者、見守り者等を対象に、消費者教育出前講座を308回実施し、目標値を達成した。

■ 指標の状況

指標名	2020 基準値	2025 目標値	2024 現状値	評価 区分
消費者教育出前講座実施回数(維持目標) (県民生活課調査)	137回	毎年度 260回	308回	◎
消費者教育講師のフォローアップ研修受 講者数(維持目標) (県民生活課調査)	139人	毎年度 300人	338人	○

■ 主な取組と成果

- 「プラス・エシカルマルシェ」等のイベント開催やSNS等を活用した情報提供、小中学生向け出前講座により、消費者・事業者双方に向けたエシカル消費の普及啓発に取り組んだ。
- 2022年4月の成年年齢引下げに対応するため、高等学校、特別支援学校を対象とした高校生消費者教育出前講座を重点的に実施したほか、高齢者、見守り者、新社会人等を対象とした消費者教育出前講座を実施し、契約についての知識や消費者被害の現状についての理解促進に努めた。
- 広報誌、ホームページ、SNS等の多様な広報ツールを活用し、最新の消費者トラブル事例や相談窓口の周知啓発を行ったほか、市町と連携し、回覧板による情報提供などを実施し、被害の未然防止に努めた。
- 消費者教育出前講座の講師となる消費生活相談員や消費者教育講師を対象にフォローアップ研修を実施し、資質向上を図った。
- デジタル化の急速な進展に伴う高齢者の消費者トラブルを防止するため、新たな消費者教育講師を育成し、出前講座に派遣した。

■ 今後の課題と方向性

- 持続可能な社会の実現に向け、消費者一人ひとりの行動変容が求められている一方で、エシカル消費の認知度は27.5%と依然として低いため、引き続きイベントやSNS等を活用した情報提供により普及啓発に取り組む。
- 近年、SNSやインターネット広告をきっかけとする消費者被害が増加し、被害の回復がより一層困難になっていることから、市町とも連携しながら、引き続き消費者のライフステージ、特性に応じた消費者教育出前講座の実施や情報提供により、被害の未然防止を図る。

(大柱2) 消費者被害の防止と救済

■ 概況

消費者からの相談への対応等を通じ、消費者被害の発生の防止と、被害者救済に努めた。2024年度は消費生活相談員の資質向上のために実施しているスキルアップ研修に387人が参加し、目標値を達成した。

■ 指標の状況

指標名	2020 基準値	2025 目標値	2024 現状値	評価 区分
消費生活相談員のスキルアップ研修受講者数(維持目標) (県民生活課調査)	219人	毎年度 300人	387人	◎
県及び市町の消費生活相談員が実施したあっせん解決率(維持目標) (PIO-NET データから県民生活課算出)	93.5%	毎年度 94%	93.7%	○

■ 主な取組と成果

- 高度化・複雑化・多様化する消費者トラブルに適切に対応できるよう、デジタル化への対応や靈感商法など時宜に応じた内容の研修を実施し、県及び市町の相談員のスキルアップを図った。
- 消費生活相談員資格取得支援講座の実施や人材バンクの運用により、有資格者の確保を図った。
- 県民生活センターにおいて、通常の相談対応やあっせんの他、市町のみで対応困難な高度な専門性を要する案件について、市町への助言を実施した。
- 市町相談員を対象とした巡回訪問指導、県民生活センターへの受入研修等を通じ、県による市町支援を実施した。

■ 今後の課題と方向性

- 高度化・複雑化・多様化する消費者トラブルに適切に対応できるよう、引き続き、時宜に応じた内容の研修を実施し、県及び市町の相談員のスキルアップを図る。
- 相談員の高齢化や人材不足が懸念されていることから、国が導入する新システムに実装される相談員ナレッジを活用することにより、相談員の負担軽減を図り、相談の質を向上させるとともに、相談員の確保につなげる。
- 相談の手段が電話と対面に限られていることから、メール相談を実施することにより、勤労世代をはじめとする消費者の利便性の向上を図る。

(大柱3) 商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化

■ 概況

消費者が安心して消費生活を送れるよう、商品・サービスの安全性を確保するとともに、取引や表示の適正化などに取り組んでおり、2024年度は278件の景品表示法適正化調査を実施し、目標値を達成した。

■ 指標の状況

指標名	2020 基準値	2025 目標値	2024 現状値	評価 区分
HACCP 実施状況監視率（維持目標） （衛生課調査）	—	毎年度 100%	100%	○
景品表示法適正化調査件数（維持目標） （県民生活課調査）	204 件	毎年度 270 件	278 件	○

■ 主な取組と成果

- 食品衛生法の改正を受けて、2021年6月から、原則全ての食品等事業者がHACCPに沿った衛生管理を実施している。監視指導を実施する際は、事業者が作成した衛生管理計画の確認、計画に基づく衛生管理の実施状況及びその記録並びに記録の保存等に係る技術的助言を行い、HACCPに沿った衛生管理の定着を図った。
- 県内の消費生活相談情報の分析や市町から提供される情報を基に、不当な取引行為が疑われる事業者について、特定商取引法・県消費生活条例に基づく行政指導を実施するとともに、不当な取引行為が認められた事業者には法に基づく行政処分を実施した。
- 2022年度から、表示適正化調査の対象を、これまでの外食店等から、全ての商品、サービスに拡大し、景品表示法に基づく行政指導を実施するとともに、不当な表示が認められた事業者には措置命令を実施した。
- 2022年度から消費者被害の未然防止を図るため、消費生活相談の件数が少ないものの、特定商取引法違反の疑いのある事業者に対して、啓発文書を送付し注意喚起した。

■ 今後の課題と方向性

- 制度化から3年半が経過し、HACCPが定着してきたが、大規模製造施設から家族経営等の小規模な施設まで、その実施状況は様々となっている。多くの中小規模施設においては、HACCPプランの適切な検証の実施を指導し、その精度向上を図る必要があるため、今後は、個々の施設の状況に応じた丁寧な助言指導の実施を目指す。
- 悪質事業者の手口は多様化、複雑化しており、日々新たな手口が発生していることから、今後も消費生活相談情報の収集・分析を進めるとともに、迅速な事業者指導の実施を目指す。
- インターネット広告やSNS広告などのデジタル広告が消費者トラブルの原因となっていることから、引き続きインターネット上の表示の監視を強化し、早期に事業者指導の実施を目指す。

(大柱4) 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化

■ 概況

どこに住んでいても質の高い相談・救済、消費者教育を受けることができるよう、県と市町の連携を強化し、消費者施策を一体的・効果的に推進する基盤の構築に努めたが、消費者安全確保地域協議会設置市町数は7市町に留まっている。

■ 指標の状況

指標名	2020 基準値	2025 目標値	2024 現状値	評価 区分
高齢者及び見守り者への消費者教育出前講座実施回数 (県民生活課調査)	18回	60回	96回	◎
消費者安全確保地域協議会設置市町数 (県民生活課調査)	1市	16市町	7市町	●

■ 主な取組と成果

- 各県民生活センターごとに消費者行政推進連携協議会を設置し、消費者教育の推進や消費者被害の防止と救済を図るための取組について、市町や専門家等と情報交換や意見交換を行い、地域の実情把握や課題解決に取り組んだ。
- 市町と連携し、地域の集会等での既存の講座を活用した、高齢者及び見守り者向け消費者教育出前講座を実施することで、講座を主催したり講師を派遣したりすることが困難な市町においても消費者教育を受けられる体制を整備した。
- 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）を設置していない市町を訪問し、協議会設置の働きかけを積極的に実施したことに加えて、オンラインで設置に向けた課題等についてのヒアリングを実施するなど、設置を促進した結果、2022年度以降に5市町（南伊豆町、御殿場市、川根本町、沼津市、御前崎市）が協議会を設置した。

■ 今後の課題と方向性

- 消費生活相談における高齢者の割合が依然として高いことから、引き続き、市町と連携し、高齢者及び見守り者を対象とした消費者教育出前講座を実施する。
- 一人暮らしの高齢者や高齢者のみの世帯が増加していることから、高齢者の見守り・声かけ体制の整備を進めるため、引き続き、消費者安全確保地域協議会を含む見守りネットワークの構築を支援するとともに、見守りに必要な情報提供に努める。

第 2 次静岡県消費者基本計画の策定について

(くらし・環境部県民生活局県民生活課)

1 要旨

- 県では、消費生活条例の改正を契機として、平成 22 年度（2010 年度）を始期とする第 1 次から第 3 次までの「消費者行政推進基本計画」を策定し、消費者行政施策を展開してきた。また、消費者教育推進法の成立を契機として、平成 26 年度（2014 年度）を始期とする第 1 次及び第 2 次の「消費者教育推進計画」を策定し、消費者教育を推進してきた。
- 令和 4 年度（2022 年度）に、消費生活に関する総合的な計画として、2 つの計画を一体化し、「消費者基本計画」（令和 4 年度～令和 7 年度）を策定し、消費生活に関連する施策を総合的に推進してきた。
- 「消費者基本計画」は、令和 7 年度（2025 年度）に最終年度を迎えるため、国の動向、静岡県次期総合計画（令和 7 年度～令和 10 年度）や消費生活を取り巻く環境の変化を踏まえ、「第 2 次消費者基本計画」（以下、「第 2 次計画」）を策定する。

2 第 2 次計画の概要

第 2 次静岡県消費者基本計画	
根 拠	○静岡県消費生活条例（平成 11 年条例第 35 号） 第 8 条の 2 ○消費者教育推進法（平成 24 年法律第 61 号） 第 10 条第 1 項
県計画上の位置付け	静岡県次期総合計画の分野別計画
計画期間	令和 7 年度（2025 年度）～令和 10 年度（2028 年度）までの 4 年間 ※静岡県次期総合計画にあわせ、始期を令和 7 年度とする。
性 質	消費生活に関する総合的な計画として、 理念、施策の方向性や取組の方針を表したもの

3 第 2 次計画の策定方針案

- 原則として現行計画を踏襲し、現行計画の進捗評価及びデジタル分野での消費者トラブルの増加、配慮を要する消費者の拡大、勤労世代に対する消費者教育の対応等、直近の消費者問題の状況を踏まえた内容とする。
- 記載する消費者施策の方向性は、次期総合計画の施策との整合を図る。
- 計画全体の成果を表す成果指標を 1 本、施策・取組の進捗状況を示す活動指標を大柱ごとに 2 本設定する。
- 重点施策を以下のとおり 5 つ設定する。

大柱	重点施策	理由
自ら学び自立し行動する消費者の育成	エシカル消費の推進	2015年に国連で採択されたSDGsの目標達成のため、消費者一人ひとりの行動変容を促すとともに、ウェルビーイングの向上につながる施策を展開する。
	デジタル分野での消費者トラブルの防止に対応した消費者教育の推進	デジタル広告をきっかけとした相談件数が急増しているため、被害の未然防止のための消費者教育が必要である。
消費者被害の防止と救済	消費者相談体制の強化	デジタル技術が飛躍する中では、すべての消費者が被害に遭う可能性が高まっており、すべての世代が相談しやすい消費者相談体制の強化が急務である。
商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化	デジタル広告の監視の強化	デジタル広告をきっかけとする相談件数は急増しており、デジタル広告に特化した監視体制を整備・運用していくことが急務である。
消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化	高齢者の見守り体制の強化	高齢者による相談件数は依然として多く、消費者安全確保地域協議会等を活用した高齢者の被害防止のための見守り体制の強化が必要である。

4 第2次計画の骨子案

別紙資料2-3のとおり。

5 今後の主なスケジュール

時期	内容	議題
5月中旬	消費者行政推進本部幹事会（書面開催）	骨子案意見照会
6月23日	第1回静岡県消費者教育推進県域協議会	骨子案審議
8月6日	第46回静岡県消費生活審議会	骨子案審議
9月中旬	消費者行政推進本部幹事会（書面開催）	計画案・指標案意見照会
10月上旬	第2回静岡県消費者教育推進県域協議会	計画案・指標案審議
11月上旬	第47回静岡県消費生活審議会	計画案・指標案審議
11月下旬	消費者行政推進本部会議（書面開催）	計画案・指標案意見照会
12月中旬	常任委員会報告	
12月下旬	パブリックコメント（4週間）	
2月中旬	消費者行政推進本部会議（書面開催）	計画案確定

～持続可能な未来に向けた安全・安心で豊かな消費生活の実現～

1 計画策定の趣旨

■ 消費者を取り巻く状況の変化や前計画の成果と課題を踏まえ、2025年度を始期とした消費者基本計画を策定する。

2 計画の基本理念

■ 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及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、県民の消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策を計画的に推進する。

3 計画の目指す姿

■ 消費者・事業者・行政機関の共創によって、持続可能な未来に向け、誰一人取り残すことのない、安全・安心で豊かな消費生活の実現を目指す。

4 計画の位置づけ

- 静岡県消費生活条例(平成11年静岡県条例第35号)第8条の2に基づく消費者施策に関する基本的な計画
- 消費者教育の推進に関する法律(平成24年法律第61号)第10条第1項に基づく消費者教育の推進に関する施策に関する計画
- 静岡県の新ビジョン(総合計画)を補完し、特定課題に対応する分野別計画

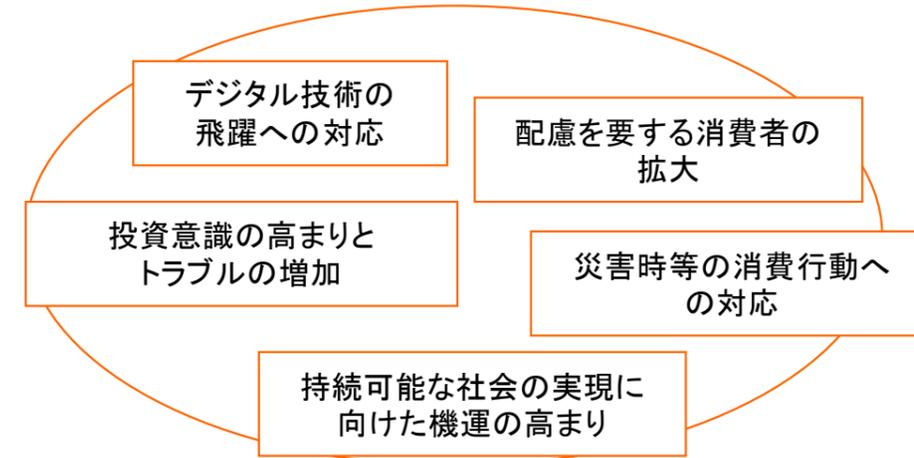
5 計画の期間

2025(令和7)年度から2028(令和10)年度まで

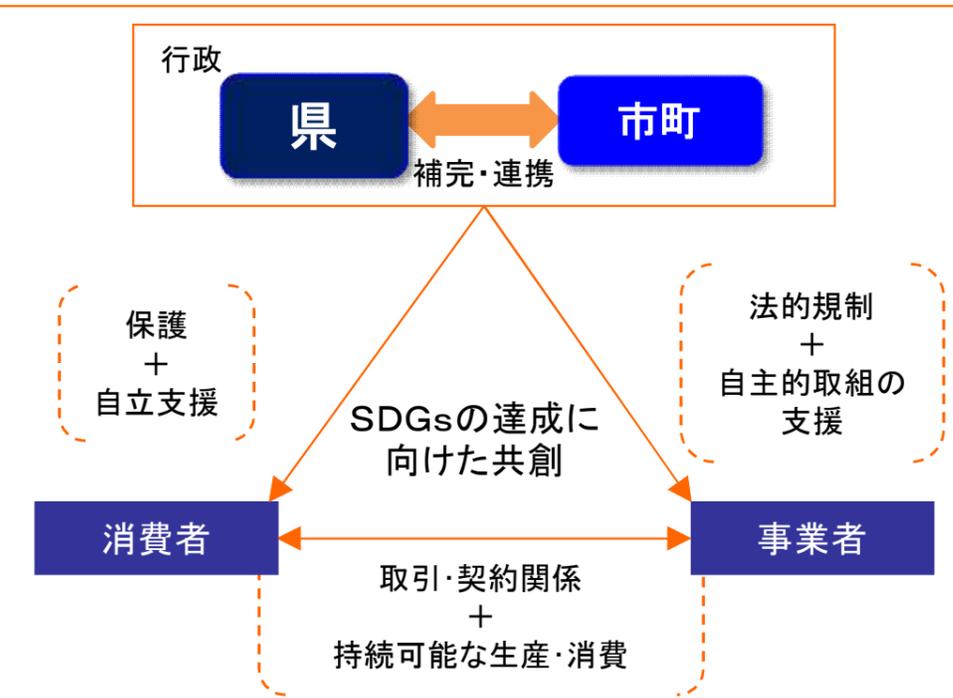
(参考)これまでの計画の経緯

- 2010年度を始期とする第1次から第3次までの消費者行政推進基本計画を策定し、消費者行政施策を展開してきた。
- 2014年度を始期とする第1次及び第2次の消費者教育推進計画を策定し、消費者教育を推進してきた。
- 第4次消費者行政推進基本計画と第3次消費者教育推進計画を一体化した2022年度を始期とする消費者基本計画では、消費生活に関連する施策を総合的に推進してきた。

6 消費者を取り巻く状況



- デジタル技術の飛躍により、生活が便利になる一方で、消費者トラブルは高度化・複雑化・多様化している。
- 悪質事業者の手口は多様化・複雑化し、消費者被害は後を絶たないことから、引き続き、早期の事業者指導が必要である。
- 高齢化の更なる進行等により、配慮を要する消費者が拡大していることから、地域での見守り体制構築の重要性が増している。
- 投資に対する人々の意識が高まる一方で、インターネット広告やSNS等をきっかけとした投資に関連するトラブルが増加している。
- 自然災害等が頻発する中で、災害時等の非常時に多い消費者トラブルに関する知識や、災害等に備えた消費行動を身につける必要がある。
- 2015年に国連総会で採択された持続可能な開発目標(SDGs)の達成に向け、消費者教育が引き続き重要となっている。



大柱1

自ら学び自立し行動する消費者の育成

- SDGs達成・ウェルビーイング向上の手段として「エシカル消費」を推進
 - デジタル分野での消費者トラブルが増加していることを踏まえ、インターネット広告等をきっかけとした消費者トラブルを防止するための教育・啓発を重点的に実施
 - ライフステージに対応し、学校や地域等の様々な場での消費者教育を実施
 - 消費者教育の担い手の資質向上を図る研修を実施
 - 消費者団体・事業者団体等、多様な主体との連携
- 重点施策1 エシカル消費の推進
- 重点施策2 デジタル分野での消費者トラブルの防止に対応した消費者教育の推進

大柱2

消費者被害の防止と救済

- 相談者の利便性向上のため、メールによる消費者相談を開始し、相談体制を強化
 - 国が導入する新システムに実装される相談員ナレッジの活用により、相談員の負担軽減・確保につなげる
 - 高度化・複雑化する消費者トラブルに対応するため、専門家と連携した相談対応、相談員の資質向上を図る研修を実施
 - 勤労世代の消費生活相談の機会確保のための相談窓口の周知を実施
- 重点施策3 消費者相談体制の強化

大柱3

商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化

- 食の安全の確保のため、監視指導、検査等を徹底
 - 不当取引や不当表示を行った事業者に対しては、厳正な処分・指導を実施
 - デジタル広告の不当表示が増加していることを踏まえ、監視を強化
 - 事業者の法令への理解促進のための啓発・注意喚起を実施
- 重点施策4 デジタル広告の監視の強化

大柱4

消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化

- SDGsの達成に向け、消費者・事業者・行政機関が連携
 - 県民生活センターを中心に地域の消費者行政を推進
 - 市町と連携した消費者教育の実施
 - 認知機能の低下が見られる高齢者の見守りをきめ細やかに継続して行うため、市町の「消費者安全確保地域協議会」(見守りネットワーク)等の設置を促進
- 重点施策5 高齢者の見守り体制の強化

静岡県消費者基本計画(骨子案)

静岡県消費者基本計画 (第4次消費者行政推進基本計画・第3次静岡県消費者教育推進計画) 2022(R4)～2025(R7)年度		移動先
現行計画		
第1章 基本計画の策定に当たって		
1 計画の基本理念 ・消費者の権利の尊重(県消費生活条例第2条) ・消費者の自立の支援 ・県民の消費生活の安定及び向上		
2 計画の目指す姿 ・持続可能な未来に向けた安全・安心で豊かな消費生活		
3 計画の位置づけ ・静岡県消費生活条例第8条の2による基本計画 ・消費者教育推進法第10条第1項による消費者教育推進計画		
4 計画の期間 ・令和4年度から令和7年度まで(第4次計画) ・「なお、計画期間中であっても、社会情勢の変化や関係法令、県総合計画の改訂等を踏まえて、必要に応じて内容を見直すなど、柔軟な対応を図る。」との記載※平成29年1月24日付け政企第113号		
第2章 消費者を取り巻く状況		
1 消費者行政の状況		
(1) 国の動き		
(2) 県の動き		
(3) 市町の動き		
2 第3次消費者行政推進基本計画と第2次消費者教育推進計画の成果と課題		
(1) 第3次消費者行政推進基本計画の成果と課題		
(2) 第2次消費者教育推進計画の成果と課題		
3 消費生活をめぐる現状と課題		
(1) 消費生活相談に関する状況		
① 概要		
② 年齢層別		
③ 販売購入形態別		
④ 商品・サービス別		
(2) 事業者指導に関する状況		
(3) 消費者を取り巻く環境の変化と課題		
① 民法上の成年年齢引下げ	第2章3(3)②	
② 高齢化の更なる進行	第2章3(3)②	
③ デジタル化の進展、電子取引の拡大	第2章3(3)①	
④ 消費者トラブルの高度化・複雑化・多様化	第2章3(3)①	
⑤ 自然災害の激甚化・多発化、新型コロナウイルス感染症の拡大	第2章3(3)④	
⑥ 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり	第2章3(3)⑤	
第3章 消費者施策の展開の方向		
1 自ら学び自立し行動する消費者の育成		
(1) 持続可能な暮らしの実現に向けた県民意識の醸成	第3章1(1)	
① 人が幸せになるエンカルの消費の普及啓発	第3章1(1)①	
② 環境に配慮したライフスタイルの普及啓発	第3章1(1)②	
(2) ライフステージに対応した多様な場における消費者教育・啓発の推進	第3章1(2)	
① 学校等における消費者教育	第3章1(2)①	
② 地域等における消費者教育	第3章1(2)②	
③ 消費生活に関連するその他の教育との連携	第3章1(2)③	
④ 消費者団体・事業者団体等、多様な主体との連携	第3章1(2)④	
(3) 消費者教育の担い手となる人材の養成	第3章1(3)	
① 消費者教育の担い手の資質向上	第3章1(3)	
② 新たな担い手の確保	削除	
2 消費者被害の防止と救済		
(1) 消費者相談への対応と情報提供	第3章2(1)	
① 相談員の確保と資質向上	第3章2(1)①	
② 高度化・複雑化する相談への対応	第3章2(1)②	
③ 消費生活相談のデジタル化	第3章2(1)③	
④ 被害拡大防止のための情報提供	第3章2(1)④	
(2) 消費者の特性に配慮した支援	第3章2(2)	
① 高齢者の見守り	第3章2(2)①	
② 障害のある人の見守り	第3章2(2)②	
③ 外国人に対する相談体制の整備と情報提供	第3章2(2)③	
④ デジタル化への対応	第3章1(4)①	
⑤ 多重債務者等への対応	第3章1(2)⑤	
(3) 苦情処理と紛争解決	第3章2(3)	
① 消費生活センター等でのあっせん	第3章2(3)①	
② 消費者団体訴訟制度、その他の紛争解決手段	第3章2(3)②	
3 商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化		
(1) 食の安全、製品等の安全の確保	第3章3(1)	
① 生産から消費までの食の安全の確保	第3章3(1)①	
② 製品・サービス等の安全の確保	第3章3(1)②	
③ 適正な事業活動促進のための指導	第3章3(1)③	
(2) 適正な取引の確保	第3章3(2)	
① 不当取引事業者に対する処分・指導	第3章3(2)①	
② 事業者への啓発・注意喚起	第3章3(2)②	
③ 適正な計量	第3章3(2)③	
(3) 適正な表示の確保	第3章3(3)	
① 不当表示事業者に対する処分・指導	第3章3(3)①	
② 表示適正化調査の実施	第3章3(3)②	
③ 事業者への啓発・注意喚起	第3章3(3)④	
4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化		
(1) 地域での消費者行政推進体制の確保	第3章4(1)	
(2) 消費者教育・啓発における連携の強化	第3章4(2)	
① 市町との連携	第3章4(2)①	
② 消費者・事業者等、多様な主体との連携	第3章4(2)②	
(3) 消費者相談・支援における連携の強化	第3章4(3)	
① 市町との連携	第3章4(3)①	
② 消費者・事業者等、多様な主体との連携	第3章4(3)②	
(4) 事業者指導における連携の強化	第3章4(4)	
① 市町との連携	第3章4(4)①	
② 消費者・事業者との連携	第3章4(4)②	
第4章 推進体制と進捗管理		
1 推進体制		
2 進捗管理		

第2次静岡県消費者基本計画(骨子案) (第5次静岡県消費者行政推進基本計画・第4次静岡県消費者教育推進計画) 2025(R7)～2028(R10)年度		区分	備考
次期計画(案)			
第1章 基本計画の策定に当たって			
1 計画の基本理念 ・消費者の権利の尊重(県消費生活条例第2条) ・消費者の自立の支援 ・県民の消費生活の安定及び向上			
2 計画の目指す姿 ・持続可能な未来に向けた安全・安心で豊かな消費生活			
3 計画の位置づけ ・静岡県消費生活条例第8条の2による基本計画 ・消費者教育推進法第10条第1項による消費者教育推進計画			
4 計画の期間 ・令和7年度から令和10年度まで(第5次計画) ・「なお、計画期間中であっても、社会情勢の変化や関係法令、県総合計画の改訂等を踏まえて、必要に応じて内容を見直すなど、柔軟な対応を図る。」との記載※平成29年1月24日付け政企第113号			
第2章 消費者を取り巻く状況			
1 消費者行政の状況			
(1) 国の動き			
(2) 県の動き			
(3) 市町の動き			
2 消費者基本計画の成果と課題			
3 消費生活をめぐる現状と課題			
(1) 消費生活相談に関する状況			
① 概要			
② 年齢層別			
③ 販売購入形態別			
④ 商品・サービス別			
(2) 事業者指導に関する状況			
(3) 消費者を取り巻く環境の変化と課題			
① デジタル技術の飛躍への対応	変更		
② 配慮を要する消費者の拡大	変更		◎成年年齢引下げに伴う若年層の被害防止を含む
③ 投資意識の高まりとトラブルの増加	新規		
④ 災害時等の消費行動への対応	変更		
⑤ 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり			
第3章 消費者施策の展開の方向			
1 自ら学び自立し行動する消費者の育成			
(1) 持続可能な暮らしの実現に向けた県民意識の醸成			
① エンカルの消費の推進			◎ウェルビーイングの向上を含む
② 環境に配慮したライフスタイルの普及啓発			
(2) ライフステージに対応した多様な場における消費者教育・啓発の推進			
① 学校等における消費者教育			◎教員研修にも力を入れていくことを含む ◎怪しい儲け話などをきっかけに被害者にならないための消費者教育も含む
② 地域等における消費者教育			
③ 消費生活に関連するその他の教育との連携			
④ 消費者団体・事業者団体等、多様な主体との連携			◎金融経済教育における金融広報委員会との連携を記載
(3) 消費者教育の担い手の資質向上	再編		◎講師・相談員の資質向上
(4) 社会の変化に応じた消費者教育	新規		
① デジタル分野における消費者教育	新規		◎消費生活におけるデジタルリテラシーの向上 ◎WEB広告やSNSをきっかけとする投資トラブルの防止
② 災害時等の消費行動における消費者教育	新規		◎買い占めの防止、ローリングストックなど ◎災害等に便した消費者被害防止のための周知啓発
③ カスタマーハラスメントと消費者教育	新規		◎消費者の権利擁護のため、正しい知識を前講座等で伝えていく
2 消費者被害の防止と救済			
(1) 消費者相談への対応と情報提供			
① 消費生活相談のデジタル化と担い手確保	再編		◎新システムの運用に伴うメール相談の開始 ◎相談員確保 ◎相談員の資質向上(研修実施)
② 高度化・複雑化する相談への対応			
③ 被害拡大防止のための情報提供			
(2) 消費者の特性に配慮した支援			
① 高齢者の見守り			◎孤独・孤立、地域の見守りネットワークの重要性の増加
② 障害のある人の見守り			
③ 外国人への対応			
④ 勤労世代への対応	新規		◎相談窓口の周知、メール相談
⑤ 多重債務者等への対応			◎霊感商法への対応を含む
(3) 苦情処理と紛争解決			
① 消費生活センター等でのあっせん			
② 消費者団体訴訟制度、その他の紛争解決手段			
3 商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化			
(1) 食の安全、製品等の安全の確保			
① 生産から消費までの食の安全の確保			
② 製品・サービス等の安全の確保			
③ 適正な事業活動促進のための指導			
(2) 適正な取引の確保			
① 不当取引事業者に対する処分・指導			
② 事業者への啓発・注意喚起			
③ 適正な計量			
(3) 適正な表示の確保			
① 不当表示事業者に対する処分・指導			
② 表示適正化調査の実施			
③ デジタル広告における不当表示への対応強化	新規		◎デジタル広告への対応に関する研修など
④ 事業者への啓発・注意喚起			
4 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化			
(1) 地域での消費者行政推進体制の確保			
(2) 消費者教育・啓発における連携の強化			
① 市町との連携			
② 消費者・事業者等、多様な主体との連携			
(3) 消費者相談・支援における連携の強化			
① 市町との連携			
② 消費者・事業者等、多様な主体との連携			◎高齢者見守り体制の強化
(4) 事業者指導における連携の強化			
① 市町との連携			
② 消費者・事業者との連携			
第4章 推進体制と進捗管理			
1 推進体制			
2 進捗管理			

番号	大柱	構成員	意見内容	意見の反映（予定含む）
1	教育	静岡県司法書士会 小楠司法書士	過去に自分がクリックした情報を使ったターゲティング広告があるが、自分たちが知らないところで勝手に自分の行動を使われているので、そういったことも情報リテラシーの中で、取り扱っていかねばならないテーマではないか。	デジタル広告には、個人がインターネットで過去に検索した情報等を活用したターゲティング広告があり、注意が必要であるという啓発を行っていくことを、大柱1（4）①の本文に盛り込んでまいります。
2	教育	静岡県弁護士会 鶴岡座長	最近の生成AIは非常に巧妙になってきている中では、出てきた情報が全部正しいかどうかを疑う、クリティカルシンキングが必要である。ターゲティング広告もおそらくAIが行っている。情報リテラシー教育は学校でもやっていくと思うが、出てきた広告をすぐに信用しないというのはいやほやよく考えないといけない話である。技術が進化していくと悪用する人が出てくるが、その手口は変わらないと思うので、そういった生成AIに対する対応策についても入れていただきたい。	生成AIの発達に伴い、悪用する側の手口も非常に巧妙化していることから、出てきた広告をすぐに信じず、正しい情報であるかを疑うクリティカルシンキングが必要となることを、大柱1（4）①の本文に盛り込んでまいります。
3	教育	常葉大学 星野名誉教授	大柱1（4）社会の変化に応じた消費者教育の中の小柱2について、昨今は災害だけではなく、感染症の拡大や、気候変動、世界情勢の変化といった様々な話があることを考えると、災害だけではなく、感染症拡大、世界情勢の変化、気候変動といった全てのものについて噂が流れたり、情報が錯綜したりする中で、それに便乗した消費者被害を防止するという形で考えたらいいと思うので、「災害時等」として、広く捉えられるようにしてはどうか。	いただいた御意見を踏まえ、骨子案の大柱1（4）②を「災害時の消費者行動における消費者教育」を「災害時等の消費行動における消費者教育」に修正いたしました。
4	被害防止	静岡県生活協同組合連 合会 中村会長	SNS等を使ったデジタル技術が非常に進んできて生活が便利になる一方、トラブルが非常に高度化、多様化、広域化していると思う。広域化している中で、相談員がなかなか他の地域の状況がつかみにくかったり、あるいは高度化してしまって手に負えない場合があると思うので、相談員のための講座や指定消費生活相談員の設置を少し考えてみていいのではないかと。相談員に話を伺ったところ、全てが解決できるわけでもなく、もっと早く相談してもらえればなんとかできたり、どこかに繋げられたりしたものもあり、せっかく相談したのに解決してくれないのかとカスタマー・ハラスメントを受けていることもある。ぜひ相談員の待遇や環境についても少し盛り込んでいただきたい。	大柱2（1）②において、高度化、複雑化する相談に対応できるよう、消費生活相談員向けの研修を実施することを、本文に盛り込んで参ります。また、大柱4（3）①において、指定消費生活相談員の設置や処遇改善について、本文に盛り込んで参ります。
5	教育	静岡県弁護士会 鶴岡座長	大柱1（2）④の備考欄において、「金融教育」という記載になっているが、法律では「金融経済教育」となっているが、「金融教育」のままでいいのか。	「金融サービスの提供及び利用環境の整備等に関する法律」（平成12年法律第101号）において「適切な金融サービスの利用等に資する金融又は経済に関する知識を習得し、これを活用する能力の育成を図るための教授及び指導」を「金融経済教育」と定義していることを踏まえ、計画本文内では「金融経済教育」という用語を使用します。
6	教育	静岡県消費者団体連盟 小林顧問	現行の消費者基本計画においては、消費者基本計画の施策とSDGsの関係について、大柱ごとに主に関連する目標の整理を行っているが、大柱1のところに「13気候変動に具体的な対策を」を追加してはどうか。地球温暖化の原因のほとんどが人間の活動にあるといわれており、エシカル消費を進めるに当たっては避けて通れない項目ではないか。	いただいた御意見を踏まえ、本文中における大柱1の主に関連する目標に「13気候変動に具体的な対策を」を追加します。