

岐阜県消費者施策推進指針

令和 2 年 3 月

岐阜県環境生活部県民生活課

目 次

第1章 指針の概要

1	策定の趣旨	1
2	策定の背景	1
3	基本的視点	1
4	位置付け	2
5	重点項目（成年年齢の引下げへの対応）	2
6	計画期間	2

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1	社会環境等の変化	3
(1)	消費者	3
①	成年年齢の引下げ	3
②	高齢化の進行、単独世帯の増加	3
③	在留外国人、訪日外国人の増加	3
(2)	消費形態等	4
①	インターネットの普及、決済手段の多様化・高度化	4
(3)	消費者意識	4
①	持続可能な開発目標（SDGs）の実現への貢献	4
2	国における消費者行政をめぐる状況	5
(1)	概況	5
(2)	関連法令の整備状況	5
3	県の消費生活に関する現状と課題	7
(1)	消費生活相談の現状と課題	7
①	概況	7
②	高齢者層からの相談状況	9
③	若年層、成年年齢前後からの相談状況	10
④	多重債務に関する相談状況	12
⑤	取り組むべき課題	12
(2)	消費生活相談体制の現状と課題	13
①	県における相談体制	13
②	市町村における相談体制	14
③	消費者ホットライン	14
④	取り組むべき課題	15
(3)	消費者教育・啓発の現状と課題	16
①	消費者教育・啓発の現状と課題	16
②	学校における教育	18
③	地域における教育	21
④	職域における教育	21

⑤ 取り組むべき課題	21
(4) 消費生活に関する県民の意識及び現状と課題	22
① 消費者問題への関心	22
② 消費生活に関する情報	22
③ エシカル消費（倫理的消費）への関心	24
④ 取り組むべき課題	26
4 現行指針の目標達成状況	27

第3章 消費者施策の取組みの方向性

1 指針の全体構成	29
(1) 施策体系図	29
(2) 3つの柱（知・相・連）と5つの基本方針	30
(3) 重点項目（成年年齢の引下げへの対応）	31
(4) 令和6（2024）年度までの目標	31
2 【知】消費者の多様性やライフステージに応じた消費者教育の推進	34
消費者教育・啓発	34
① 場や消費者の多様性に応じた学ぶ機会の提供	35
② 消費者教育・啓発を担う人材の育成と活用	43
③ 消費者教育教材の作成と活用	44
④ 消費生活情報の提供	45
⑤ エシカル消費（倫理的消費）の普及・啓発	46
⑥ 多様な教育の担い手との連携	47
3 【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化	48
(1) 消費者被害の救済	48
① 県相談窓口の充実・強化	48
② 市町村消費者行政への支援	49
③ 紛争処理体制の整備	50
④ 多重債務問題への対応	50
(2) 消費者の安全・安心の確保	51
① 商品・サービスの安全性の確保	51
② 消費者事故等の情報提供	52
③ 不当な取引方法や表示の防止	52
④ 生活関連物資の安定供給	53
4 【連】多種多様な団体とのネットワークの構築	54
(1) 消費者の組織活動の推進	54
① 消費者団体等との協働	54
② 高齢者・障がい者・若年者等への啓発や見守り活動の推進	54
(2) 消費者意見の反映	55
① 消費者の県政への参画	55

5	重点項目（成年年齢の引下げへの対応）	56
第4章	指針の推進体制と進行管理	57
1	推進体制	57
2	進行管理	57
3	消費者施策推進指針に関する目標指標	57
	附属資料	59

第 1 章 指針の概要

1 策定の趣旨

近年、消費者を取り巻く環境は、人口減少・高齢化の進行、高度情報通信社会の進展、消費生活におけるグローバル化の進展など、大きく変化しており、それに伴う消費者トラブルの内容も多様・複雑化しています。高齢者を狙った悪質商法や災害に便乗した悪質商法などによる消費者被害は跡を絶ちません。加えて、令和 4（2022）年 4 月には、成年年齢が 18 歳に引き下げられることから、若年者の消費者トラブルが拡大するおそれがあります。そのため、消費生活の安定・向上を確保することを目的とした消費者施策の更なる推進が必要となっています。

岐阜県（以下「県」という。）では、これらの状況を踏まえ、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するための指針を策定しました。

2 策定の背景

県では、平成 19（2007）年度以降「岐阜県消費生活条例」（昭和 50 年条例第 29 号、以下「条例」という。）第 37 条の規定に基づき「消費者施策推進指針」を毎年策定し、県民の消費生活の実態に即して消費者施策の方向性を定め、施策に反映させてきました。

また、平成 25（2013）年度には、「消費者教育推進法」（平成 24 年法律第 61 号）第 10 条に基づき「岐阜県消費者教育推進計画」を策定し、中長期的な視点から消費者教育を総合的かつ一体的に推進するための方策を示したところです。

平成 28（2016）年度には、「岐阜県消費者教育推進計画」を包含した新たな「岐阜県消費者施策推進指針」を策定しました。

一方、国では平成 27 年 3 月に第 3 次消費者基本計画（計画期間：平成 27（2015）年度～平成 31（2019）年度）が策定され、令和 2 年 3 月には、消費者を取り巻く新たな課題に対応した消費者政策を推進するための第 4 次消費者基本計画（計画期間：令和 2（2020）年度～令和 6（2024）年度）が策定されることとなっています。

このような状況の中、県では今後の消費者施策を総合的かつ計画的に推進するために、「岐阜県消費者施策推進指針（以下「指針」という。）」を策定することとしました。

3 基本的視点

条例第 2 条では、県民の消費生活の安定と向上の促進のため、「県民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、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」ことを基本理念に掲げています。

本指針では、この基本理念に掲げる「消費者の権利の尊重」及び「消費者の自立の支援」の2つを基本的な視点とします。

＜消費者の権利＞

- 1 消費者の安全が確保される権利
- 2 商品及びサービス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権利
- 3 消費生活を営む上で必要な情報が提供される権利
- 4 消費生活を営む上で必要な教育の機会が提供される権利
- 5 消費者の意見が県の消費者政策に反映される権利
- 6 消費者に生じた被害から適切かつ迅速に救済される権利
- 7 商品及びサービスの取引において、不当な取引方法を強制されない権利

4 位置付け

本指針は、条例第 37 条の規定に基づき、消費者政策の推進を図るために総合的な消費者施策の方向性を示すとともに、消費者教育推進法第 10 条に基づく都道府県消費者教育推進計画を兼ねるものです。

5 重点項目（成年年齢の引下げへの対応）

令和 4（2022）年 4 月の成年年齢引下げに対応するため、若年者向けの施策の展開を重点項目として取り組んでいきます。

6 計画期間

本指針の計画期間は令和 2（2020）年度から令和 6（2024）年度までとします。

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 社会環境等の変化

(1) 消費者

① 成年年齢の引下げ

若年者はその社会的経験の浅さから、消費者トラブルに巻き込まれやすい傾向にあります。特に、未成年者取消権を行使できなくなる 20 歳になると消費者トラブルが急増する傾向にあります。

令和 4 (2022) 年 4 月から、成年年齢が 20 歳から 18 歳に引き下げられます。県においても、令和 4 (2022) 年度に、およそ 6 万人が成年を迎えることとなりますが、成年年齢引下げに伴い、18 歳及び 19 歳の若年者についても未成年者取消権を行使できなくなるため、消費者トラブルに巻き込まれる危険性が高まることが考えられます。

② 高齢化の進行、単独世帯の増加

我が国の人口は、長期の人口減少過程に入る一方で、65 歳以上の高齢者人口は過去最高の 3588 万人（令和元（2019）年 9 月 15 日現在推計）となっています。

県の人口は、平成 12 (2000) 年の約 210.8 万人をピークに減少傾向にあり、令和元（2019）年の人口は約 198.9 万人（令和元（2019）年 10 月 1 日現在）と、平成 12（2000）年に比べ 11.9 万人の減少となっています。一方で、単独世帯は増加傾向にあります。

また、県の高齢化率（65 歳以上の人口が総人口に占める割合）は、29.9%（令和元（2019）年 10 月 1 日現在）という状況であり、増加傾向にあります。

高齢化の進行により、認知症等で判断力が低下した高齢者を狙った悪質商法の増加等、高齢者の消費者トラブルも増えていくことが懸念されます。更に、単独世帯の増加は、消費者がトラブルに巻き込まれたときに、家族や周囲の目が届かない、すぐに誰かに相談することができない等の状況が発生する可能性が高くなることにつながります。

③ 在留外国人、訪日外国人の増加

近年、日本に在留する外国人の数は増加傾向にあり、改正出入国管理法による外国人労働者の受入拡大等に伴い、今後も増加することが見込まれます。

県においても、外国人住民数は増加傾向にあり、令和元（2019）年 6 月現在では、55,994 人となっています。

また、訪日外国人の数も増加傾向にあります。県においても、同様に増加傾向にあり、外国人延べ宿泊者数は、148.4 万人（平成 30（2018）年度）に上っています。

在留外国人や訪日外国人も、日本人同様、消費者トラブルに遭う可能性

があります。また、店舗等においては多言語サポート等、外国人にも配慮した取り組みが進んでいますが、文化や言語の違い等を原因とした消費者トラブルも顕在化してきており、外国人に関する消費者問題への対応の必要性も高まっていくと考えられます。

(2) 消費形態等

① インターネットの普及、決済手段の多様化・高度化

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、インターネット上の情報量が飛躍的に増加するとともに、インターネットで様々な商品・サービスの取引が時間や場所にかかわらず可能となりました。それに伴い、「電子商取引」に区分される消費生活相談が年々増加傾向にあります。

また、電子マネーなどのキャッシュレス決済の普及や暗号資産（仮想通貨）※の登場により、消費者の決済手段の多様化・高度化も進んでいます。特にキャッシュレス決済については、政府が令和7(2025)年度までに普及率を40%にすることを目標として掲げており、今後、更に普及していくことが見込まれますが、それに伴い、新しい種類の消費者トラブルの発生が懸念されます。

相談内容も、インターネット通販による商品の購入に関するものや、国境を越えたインターネット取引による海外事業者とのトラブルに関するもの、情報商材※に関するもの、アダルト情報サイトやオンラインゲーム等のコンテンツに関するもの、迷惑メールや個人情報の不正入手に関するもの、キャッシュレス決済を悪用した詐欺など多岐にわたるようになりました。

インターネットの普及や決済手段の多様化・高度化は、消費者の利便性の向上に寄与していますが、他方で様々な消費者トラブルが発生する一因にもなっています。

※暗号資産（仮想通貨）

紙幣や硬貨のような現物をもたず、電子データのみでやりとりされる通貨のこと。主にインターネット上での取引に用いられ、特定の国家による価値の保証はない。以前は「仮想通貨」と呼ばれていたが、令和元（2019）年5月に可決された改正資金決済法において、法令上は「暗号資産」と称するよう定められた。

※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。

(3) 消費者意識

① 持続可能な開発目標（SDGs）の実現への貢献

平成27(2015)年9月に、国連の持続可能な開発サミットにおいて「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択されました。我が国においても、平成28(2016)年12月に「SDGs実施指針」が策定され、取組が進められる

ことに伴い、SDGsに対する社会の関心も高まりつつあります。

消費者行政の分野においても、SDGsの実現に貢献するための施策が求められており、環境に配慮した商品やフェアトレード商品の選択、地産地消、食品ロス削減等のエシカル消費の推進等が必要です。

2 国における消費者行政をめぐる状況

(1) 概況

○ 平成 16 (2004) 年 6 月「消費者基本法」施行

消費者の利益保護を目的に制定した「消費者保護基本法」(昭和 43 年法律第 78 号)が、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」を消費者施策の基本とする「消費者基本法」として抜本的に改正されました。

○ 平成 21 (2009) 年 9 月「消費者庁」発足

消費者の視点から消費者行政を一元的に推進する司令塔として消費者庁が設置され、同時に消費者の安全を確保するための「消費者安全法」(平成 21 年法律第 50 号)が施行されました。

○ 平成 24 (2012) 年 8 月「消費者教育推進法」制定

消費者の自立を支援するために行われる消費者教育を総合的・一体的に推進することを目的とする消費者教育推進法が、平成 24 (2012) 年 8 月に制定され、同年 12 月に施行されました。

○ 平成 25 (2013) 年 6 月「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の策定

消費者教育推進法第 9 条の規定に基づき、消費者教育の基本的な方向等を定めるとともに都道府県消費者教育推進計画の基本となるものとして、平成 25 (2013) 年度から平成 29 (2017) 年度を対象として定められました。

※平成 30 年 3 月変更

○ 令和 2 (2020) 年 3 月「第 4 期消費者基本計画」の策定

消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に適切に対応した消費者政策を更に推進していくため、令和 2 (2020) 年度から令和 6 (2024) 年度を計画期間とする「第 4 期消費者基本計画」が策定されました。

(2) 関連法令の整備状況

○ 消費者安全法の制定及び改正

制定：平成 21 (2009) 年 6 月 消費生活相談センターの設置等

改正：平成 24 (2012) 年 8 月 財産被害のすき間事案への行政措置の導入

改正：平成 26 (2014) 年 6 月 消費生活相談員の国家資格化等

○ 特定商取引法の改正

改正：平成 24 (2012) 年 8 月 法の対象として「訪問購入」を追加

改正：平成 28 (2016) 年 5 月 不公正な勧誘行為等の取締り等を強化

○ 消費者教育推進法の制定

制定：平成 24 (2012) 年 8 月 消費者教育に関する基本方針の策定、消費者教育推進会議の設置等

○ **食品表示法の制定**

制定：平成 25（2013）年 6 月 食品表示に関して食品衛生法、J A S 法及び健康増進法の規定を一元化

○ **景品表示法の改正**

改正：平成 26（2014）年 6 月 都道府県知事に措置命令権限付与

改正：平成 26（2014）年 11 月 課徴金制度の導入

○ **貸金業法の改正**

改正：平成 18（2006）年 12 月 上限金利の引下げ、総量規制の導入等
平成 22（2010）年 6 月完全施行

3 県の消費生活に関する現状と課題

(1) 消費生活相談の現状と課題

① 概況

県（県民生活相談センター及び3県事務所）及び県内市町村（42市町村）の消費生活相談窓口に寄せられた相談件数は、図表1のとおりです。

相談件数は、平成29（2017）年度以降13,000件を超えています。全相談件数に占める市町村相談窓口に寄せられる相談件数の割合は、年々増加しており、平成30（2018）年度には、県全体の約6割の相談が寄せられています。

販売購入形態別相談件数は、図表2のとおりです。販売購入形態別相談件数は、「通信販売」に関するものが最も多く、次いで「店舗購入」に関するものとなっています。「通信販売」に関するものについては、全体の7～8割を「インターネット通販」に関するものが占めています。

商品・サービス別相談件数は、図表3のとおりです。商品・サービス別相談件数は、平成29（2017）年度以降、「商品一般」が最も多くなっており、これは、公的機関をかたる架空請求ハガキに関する相談が多く寄せられたことによるものです。

年代別販売購入形態別相談件数は、図表4のとおりです。「訪問販売」及び「電話勧誘販売」に関するものが70歳以上で多いことが目立つ一方、「マルチ取引※」に関するものは20歳代で突出して多くなっています。

※マルチ取引

商品・サービスを契約して、次は自分が買い手を探し、買い手が増えるごとにマージンが入る取引形態のこと。「連鎖販売取引」の俗称で、「マルチ商法」「ネットワークビジネス」とも呼ばれる。

■ 図表1 県・市町村別相談件数の推移

（単位：件）

	H28 年度	H29 年度	H30 年度
県窓口の相談件数	5,359	5,651	5,267
市町村窓口の相談件数	6,922	8,021	8,171
相談件数合計	12,281	13,672	13,438
市町村窓口の割合	56.4%	58.7%	60.8%

■ 図表 2 販売購入形態別の相談件数等の推移

(単位: 件)

		H28 年度	H29 年度	H30 年度
販売購入形態	店舗購入	3,028	2,801	2,695
	通信販売	4,306	4,255	3,800
	(うちインターネット通販)	(3,473)	(3,280)	(2,704)
	訪問販売	1,100	1,091	1,194
	電話勧誘販売	1,047	903	821
	マルチ取引	193	199	177
	ネガティブオプション	44	41	52
	訪問購入	94	106	73
	その他無店舗	108	92	81
	不明・無関係	2,361	4,184	4,545
相談件数合計		12,281	13,672	13,438
平均契約金額(万円)		95.3	104.7	107.1

■ 図表 3 商品・サービス別の相談件数 (H30 年度上位 10 項目)

(単位: 件)

		H28 年度	H29 年度	H30 年度
商品・サービス別	商品一般	515	2,579	2,909
	放送・コンテンツ等	2,528	2,312	1,466
	デジタルコンテンツ	2,394	2,092	1,315
	インターネット通信サービス	686	571	556
	健康食品	497	484	542
	工事・建築・加工	391	350	467
	レンタル・リース・賃借	464	465	462
	相談その他	554	457	442
	融資サービス	409	415	376
	役務その他	419	349	374
	化粧品	168	237	322

■ 図表 4 年代別販売購入形態別件数（平成 30 年度）

（単位：件）

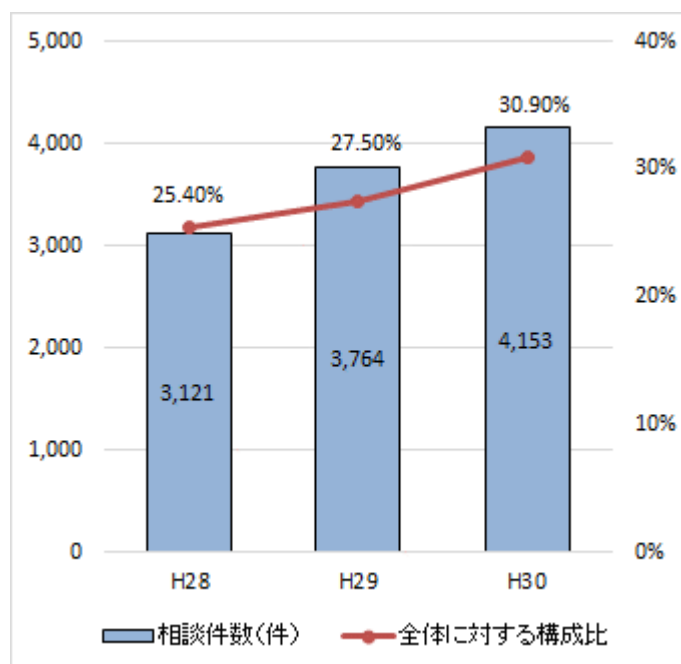
	店舗購入	通信販売		訪問販売	電話勧誘販売	マルチ取引	ネガティブオプション	訪問購入	その他無店舗	不明無関係	合計
			うちインターネット通販								
20歳未満	39	164	147	11	4	3	1	0	1	20	243
20歳代	267	281	237	60	24	74	3	0	10	118	837
30歳代	316	412	346	67	46	17	9	0	9	177	1,053
40歳代	411	600	504	106	85	14	5	7	5	351	1,584
50歳代	370	616	461	97	94	12	5	5	15	652	1,866
60歳代	334	583	363	161	129	20	7	14	13	1,022	2,283
70歳以上	409	590	260	462	284	13	10	38	16	1,075	2,897

② 高齢者層（65 歳以上）からの相談状況

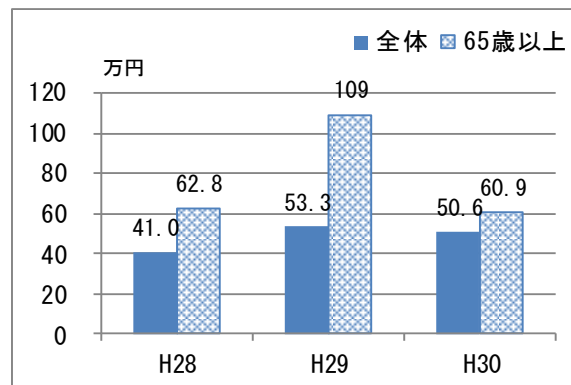
高齢者層が契約当事者である相談件数の割合は、平成 30（2018）年度において約 3 割を占めており、増加傾向にあります。また、平均既支払額は全体の平均既支払額を上回っています。（図表 5、6）

高齢者層からの販売購入形態別の相談件数は、図表 7 のとおりです。「電話勧誘販売」に関するものが減少傾向にある一方、「訪問販売」に関するものが増加傾向にあります。

■ 図表 5 高齢者層（65 歳以上）の相談件数等の推移



■ 図表 6 高齢者層（65 歳以上）の平均既支払額の推移



■ 図表 7 高齢者層（65 歳以上）の販売購入形態別の相談件数等の推移 （単位：件）

		H28 年度	H29 年度	H30 年度
販売 購入 形態	店舗購入	611	627	592
	通信販売	831	921	921
	（うちインターネット通販）	(553)	(589)	(447)
	訪問販売	433	448	553
	電話勧誘販売	463	402	351
	マルチ取引	33	36	23
	ネガティブオプション	21	10	14
	訪問購入	51	58	45
	その他無店舗	27	25	19
	不明・無関係	651	1,237	1,635
相談件数		3,121	3,764	4,153

③ 若年者、成年年齢前後（18～22 歳）からの相談状況

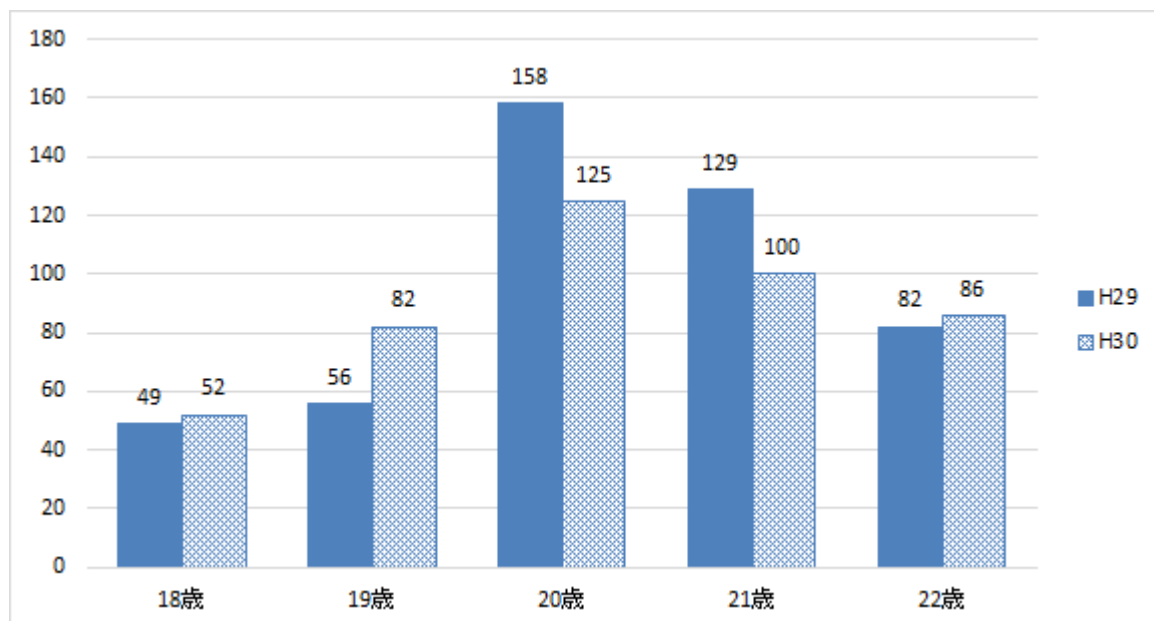
年代別販売購入形態別の相談件数は、前述のとおり「マルチ取引」に関する相談が 20 歳代で突出して多くなっています。（図表 4）

契約当事者が成年年齢前後の相談件数を見ると、図表 8 のとおり、18 歳、19 歳に比べ、20 歳の件数が急増しています。これは、成年年齢に達すると未成年者取消権が行使できなくなることが一因であると考えられ、成年となった若年者は未成年者より消費者トラブルに遭いやすい傾向がうかがわれます。

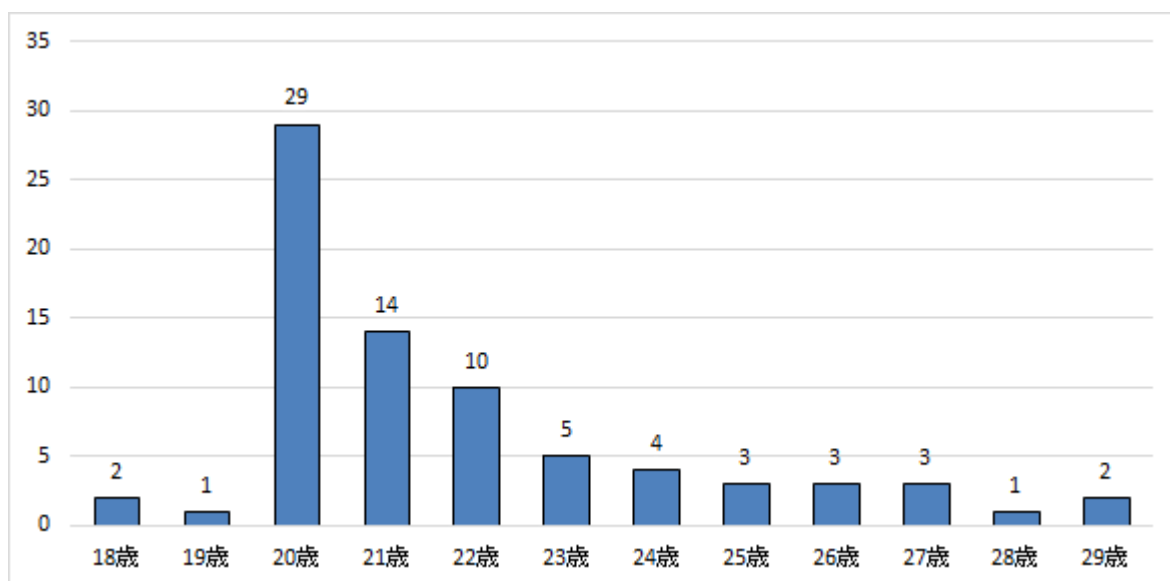
また、「マルチ取引」に関しては、年齢別件数を見ると未成年者取消ができなくなる 20 歳で相談が急増していることが分かります。（図表 9）

■ 図表 8 成年年齢前後の相談件数の推移

(単位: 件)



■ 図表 9 マルチ取引に関する若年者の年齢別件数 (平成 30 年度) (単位: 件)

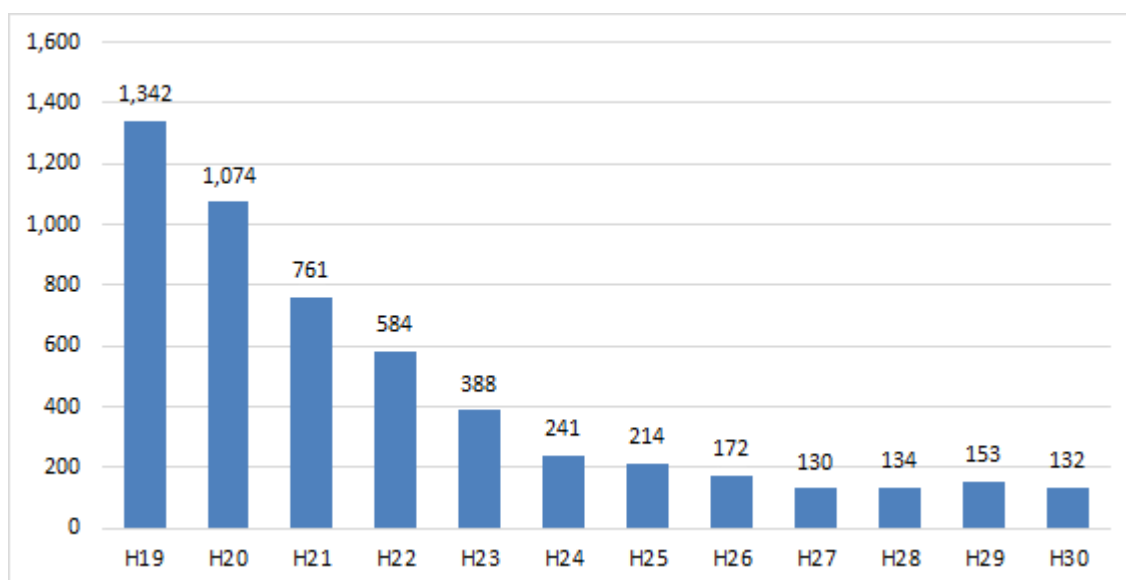


④ 多重債務に関する相談状況

県相談窓口に寄せられる多重債務に関する相談状況は、図表 10 のとおりです。

多重債務に関する相談件数は平成 19（2007）年度をピークに減少傾向にあります。

■ 図表 10 多重債務に関する相談状況（相談件数）の推移 （単位：件）



⑤ 取り組むべき課題

- ・ 市町村相談窓口寄せられる相談件数が増加していることから、市町村相談窓口の機能の充実及び強化が必要です。
- ・ 相談の傾向に毎年変化が見られることから、相談対応で得られた情報を迅速に消費者教育・啓発にも活用していくことが必要です。
- ・ 「高齢者層」「若年者」というように、世代によって主たる相談内容が異なる傾向があることから、それぞれの世代の特徴をとらえた消費者教育・啓発が必要です。
- ・ 成年になったばかりの若年者は未成年者に比べ、消費者トラブルに巻き込まれやすい傾向があることから、特に、成年年齢の引下げに向けて若年者向けの消費者教育・啓発を強化する必要があります。
- ・ 多重債務に関する相談はピーク時に比べ減少傾向にありますが、依然として相談や支援を必要とする方がいることから、継続して取り組んでいくことが必要です。

(2) 消費生活相談体制の現状と課題

① 県における相談体制

平成 21 (2009) 年 6 月に制定 (9 月施行) された消費者安全法において、県は、消費者安全の確保に関し、消費者からの苦情に係る相談やあっせんのうち、各市町村の区域を超えた広域的な見地を必要とするものに応じることとされています。

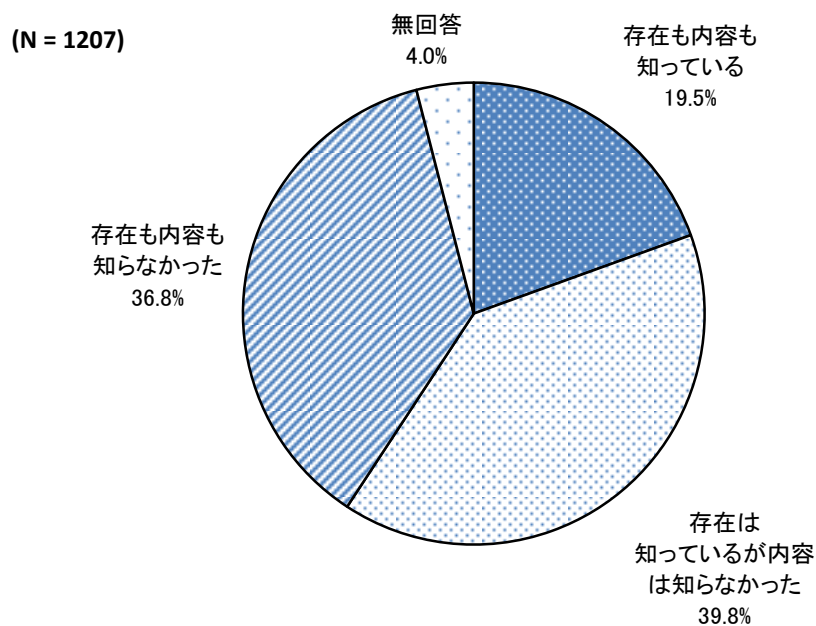
現在、県の消費生活相談窓口として県民生活相談センター及び 3 箇所(可茂・東濃・飛騨)の県事務所に専任の消費生活相談員を配置しています。

県民生活相談センターを中心とする県相談窓口では、豊富な相談事例の蓄積などを活かし、市町村では対応が難しい高度で専門的な知識を必要とする事案の解決に向けて取り組んでいます。

今後は、消費生活相談の内容の高度化・複雑化への対応や、外国人などの多様な消費者への対応などが必要になることが考えられます。

また、県民生活相談センターの認知度について、令和元(2019)年 8 月～9 月にかけて実施した「令和元年度消費生活実態調査」(以下「実態調査」という。)によれば、存在も内容も知らなかったと回答した方の割合は 36.8% という状況です。(図表 11)

■図表 11 岐阜県県民生活相談センターの認知度



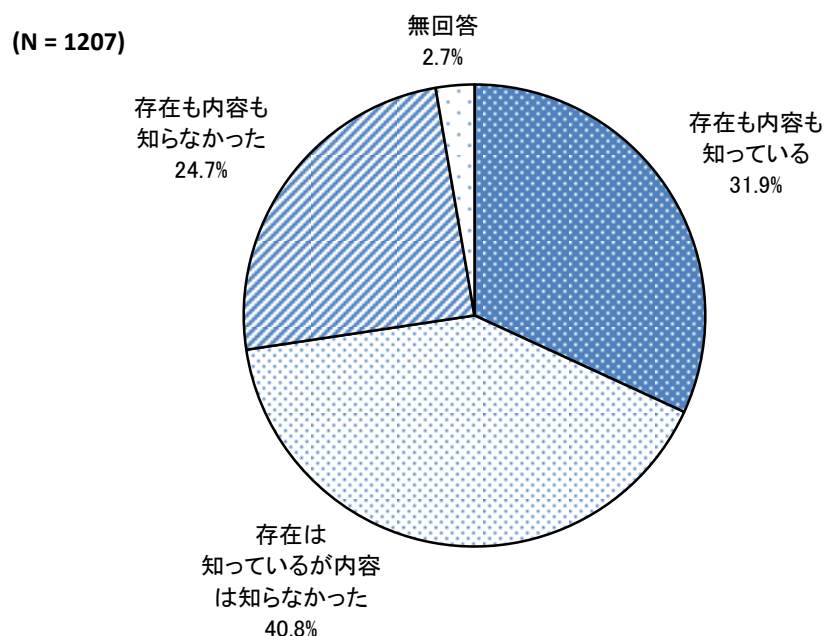
② 市町村における相談体制

消費者安全法において市町村は、消費者安全の確保に関し、事業者に対する消費者からの苦情に係る相談に応じること、また、苦情の処理のためのあつせんを行うこととされています。

県内市町村においては、平成 24（2012）年 1 月に全ての市町村に消費生活相談のための窓口が開設されました。平成 29（2017）年 4 月には、全ての市町村に専任の消費生活相談員が配置されました。

一方、市町村消費生活センター・消費生活相談窓口の認知度について、実態調査によれば、存在も内容も知らなかったと回答した方の割合は 24.7%という状況です。（図表 12）

■図表 12 市町村消費生活センター・消費生活相談窓口の認知度

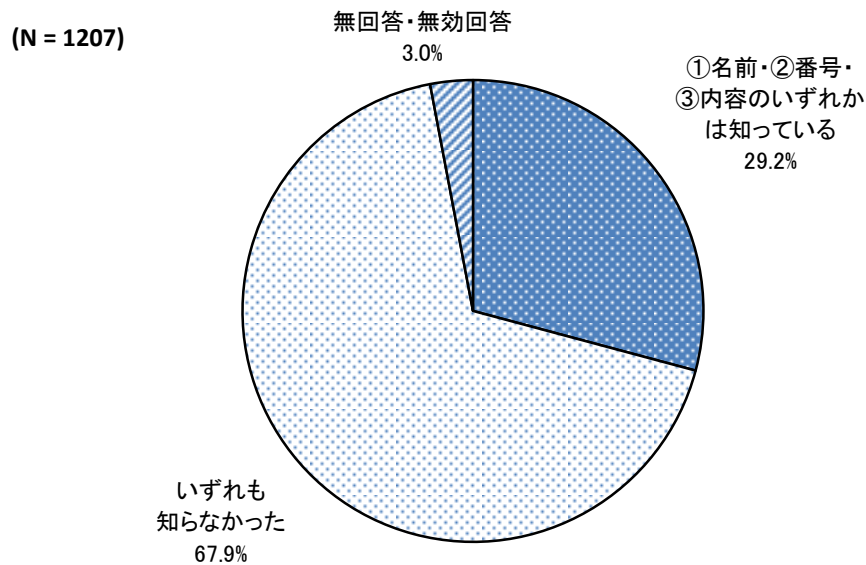


③ 消費者ホットライン

消費生活センター等の消費生活相談窓口の存在や連絡先を知らない消費者に、近くの消費生活相談窓口を案内することにより、消費生活相談の最初の一步につなげるものとして、「消費者ホットライン」が、平成 22（2010）年 1 月より全国で運用が開始されました。平成 27（2015）年 7 月からは、現在の局番なしの 3 桁の電話番号「1 8 8 番（いやや!）」での案内が開始され、より利用しやすい形となりました。

県における消費者ホットラインの認知度について、実態調査によれば、「名前」「番号」「内容」のいずれかを知っていると回答した方の割合は 29.2%、いずれも知らなかったと回答した方の割合は 67.9%と、未だに多くの方に知られていない現状が浮かび上がっています。（図表 13）

■図表 13 消費者ホットライン「188」の認知度



④ 取り組むべき課題

- ・ 高度情報化社会の進展や経済のグローバル化に伴う新しい商品・サービスに関する取引形態に対応するために、常に相談員等の知識と相談技術のレベルアップが求められます。
- ・ 消費者の多様性に対応し、誰でも等しく消費生活相談を受けることができる体制を整備することが必要です。
- ・ 県内全ての市町村に消費生活相談窓口が設置されていますが、どこの地域に住んでいても質の高い消費生活相談が受けられる体制を整備するために、引き続き市町村に対して相談体制の充実を働きかけるとともに、専門の資格を持つ消費生活相談員を配置するための人材育成や、相談対応に関する技術的な支援が必要です。
- ・ 県や市町村の相談窓口の存在を知らない方が一定割合いることから、継続的な相談窓口の周知が必要です。
- ・ 消費者ホットライン「188」の認知度は未だ低い状況にあることから、その周知に積極的に取り組んでいく必要があります。

(3) 消費者教育・啓発の現状と課題

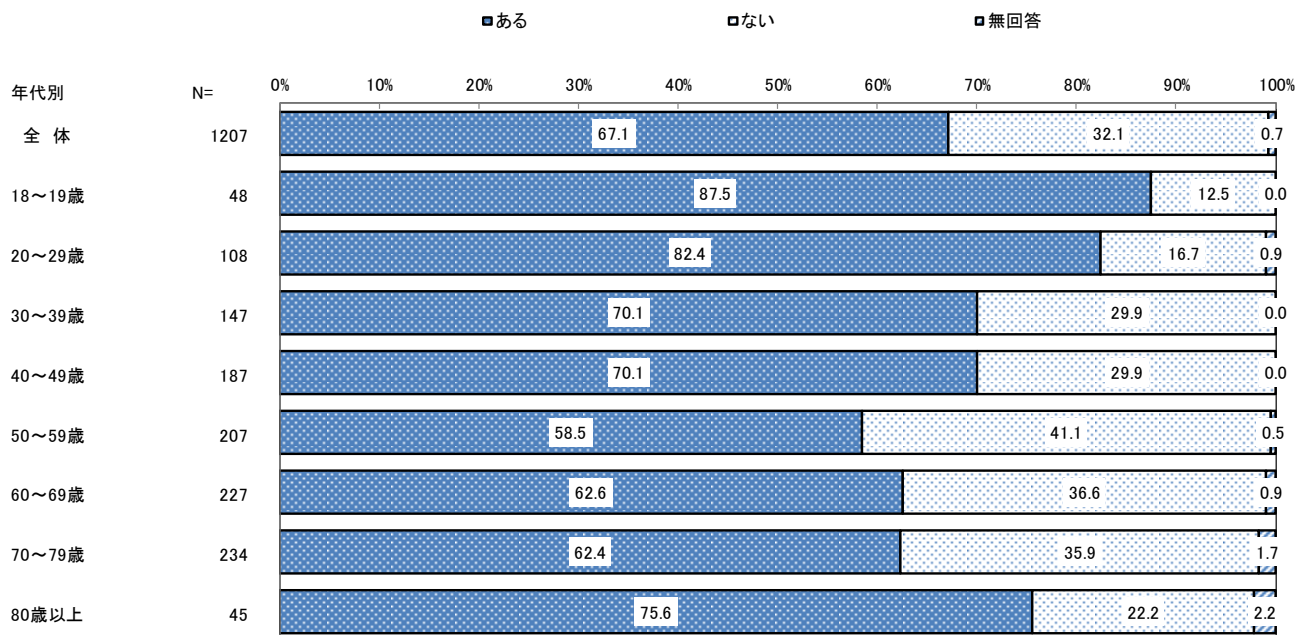
① 消費者教育・啓発に係る県民の意識と実態

消費者教育・啓発を受けた経験について、実態調査によれば、「消費者教育を受けたことがある」と回答した方は、全体の 67.1%と過半数を上回っています。年代別では、若年者層（29 歳以下）において、80%以上の方が「消費者教育を受けたことがある」と回答している一方で、50 歳代では 60%を下回っています。（図表 14）

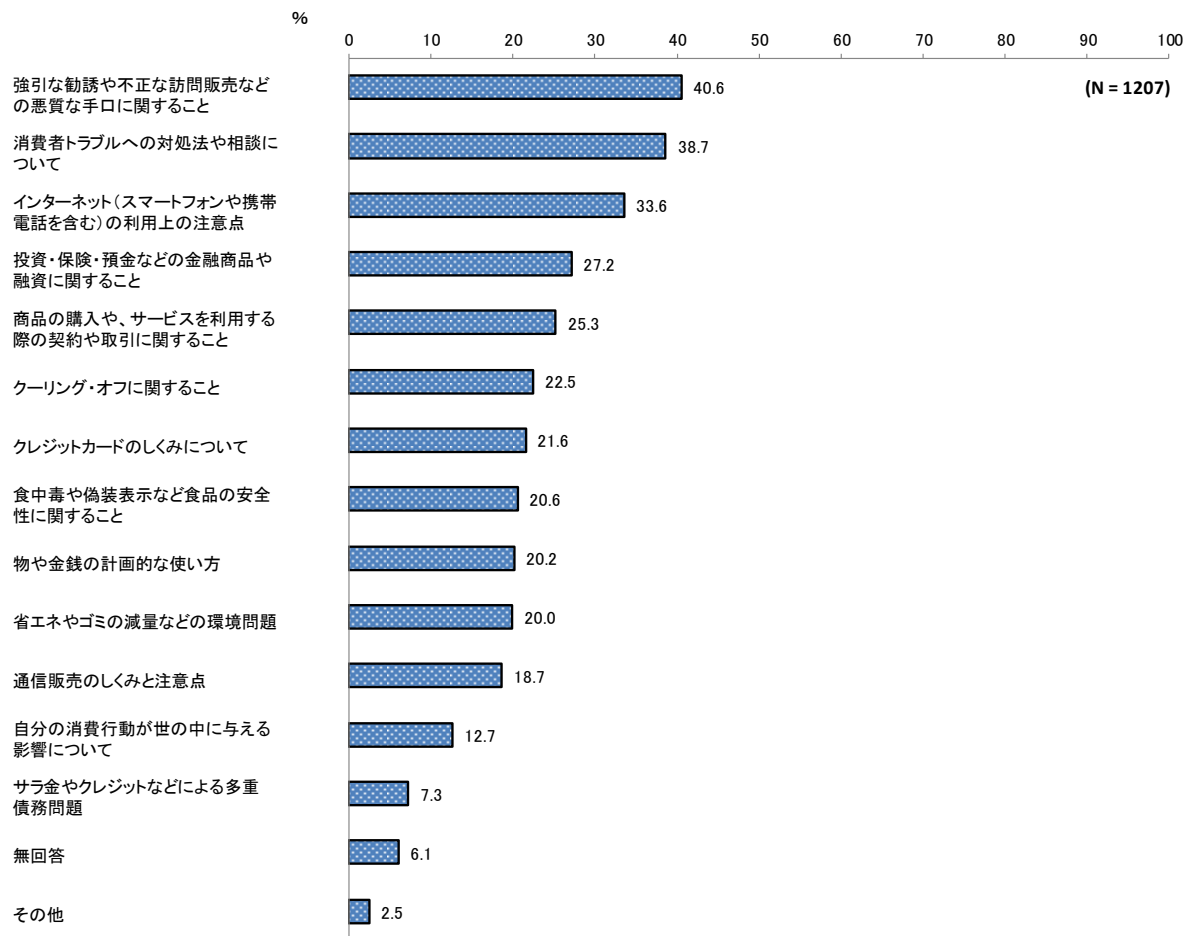
受けてみたい消費者教育については、「強引な勧誘や不正な訪問販売などの悪質な手口に関すること」が 40.6%と最も高く、次いで「消費者トラブルへの対処法や相談について」が 38.7%、「インターネット（スマートフォンや携帯電話を含む）の利用上の注意点」が 33.6%となっています。（図表 15）

受けやすい消費者教育の機会については、「学校や職場での講習会・勉強会など」が 45.4%と最も高く、次いで「自治体等が主催する講演会・講座など」が 44.0%、「消費者団体（消費者被害の未然防止のための各種情報の提供など、消費生活全般に関する普及啓発活動等を行っている団体）主催の講習会・勉強会など」が 19.7%となっています。（図表 16）

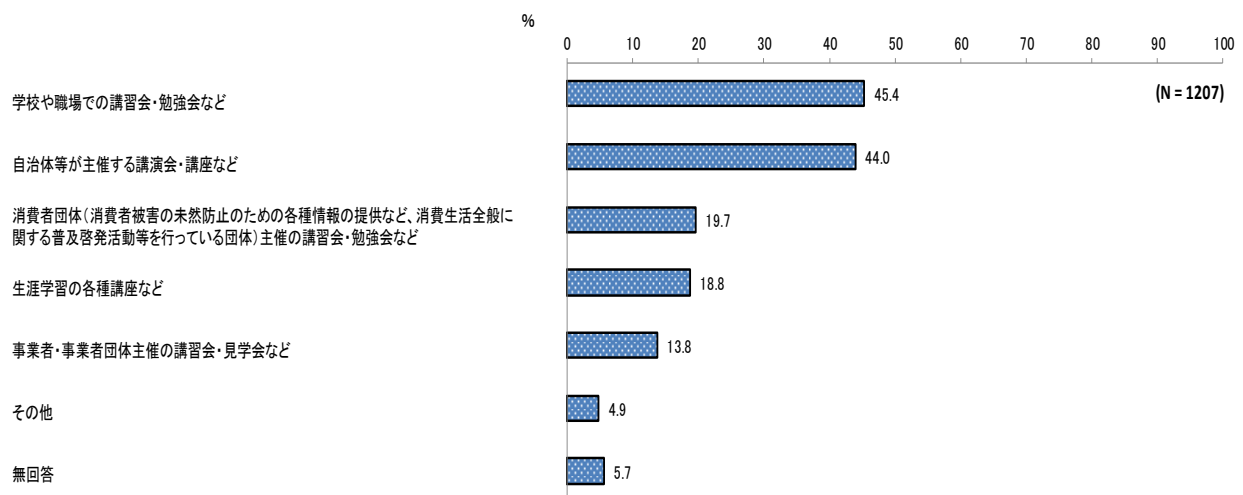
■ 図表 14 消費者教育・啓発を受けた経験（年代別）



■ 図表 15 受けてみたい消費者教育の内容



■ 図表 16 受けやすい消費者教育の機会



② 学校における教育

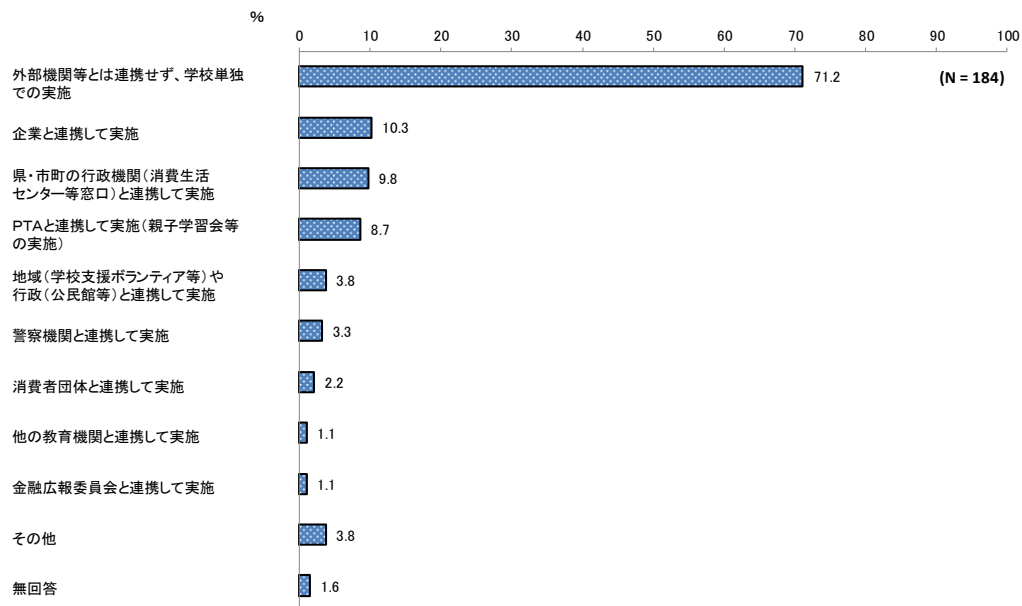
(ア) 消費者教育の実施方法

消費者教育の実施方法については、「外部機関等とは連携せず、学校単独での実施」が71.2%と最も高く、次いで「企業と連携して実施」が10.3%、「県・市町の行政機関(消費生活センター等窓口)と連携して実施」が9.8%となっています。(図表 17)

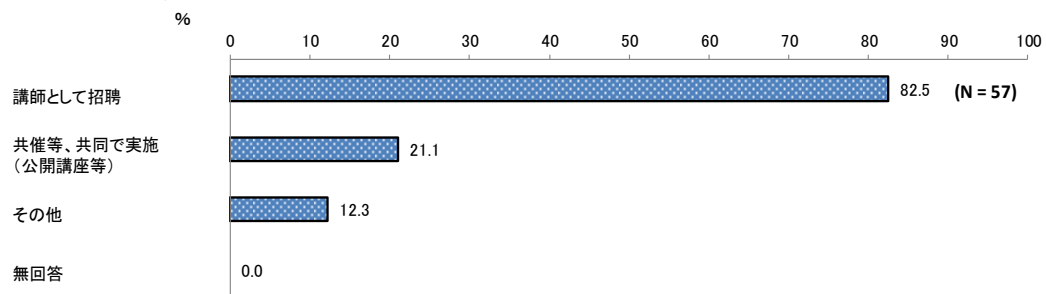
実際に外部機関等との連携をした学校における具体的な連携方法については、「講師として招聘」が82.5%と最も高く、次いで「共催等、共同で実施(公開講座等)」が21.1%となっています。(図表 18)

外部機関等と連携して消費者教育を実施したことに対する評価は「良かった」が96.5%となり、「良くなかった」と回答した学校はありませんでした。また、今後の方向性としては、「今後も連携して行っていきたい」が94.7%となり、「今後は連携したいと思わない」と回答した教育機関はありませんでした。(図表 19, 20)

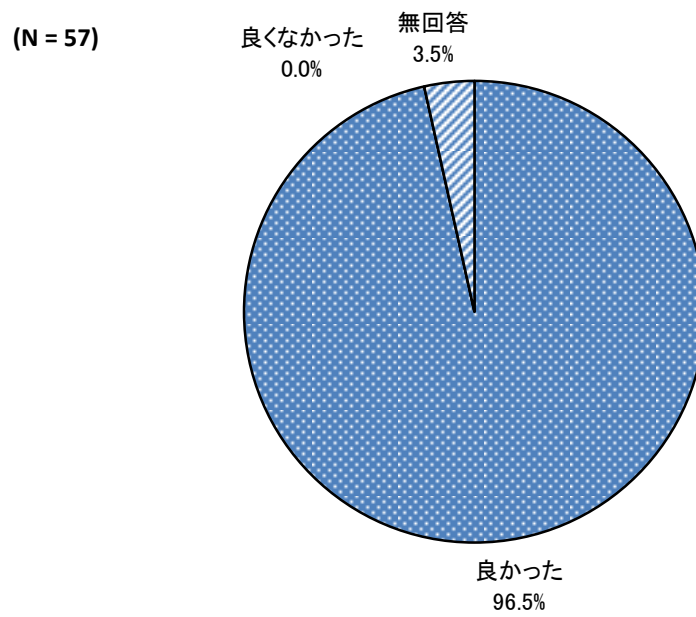
■ 図表 17 外部機関等との連携



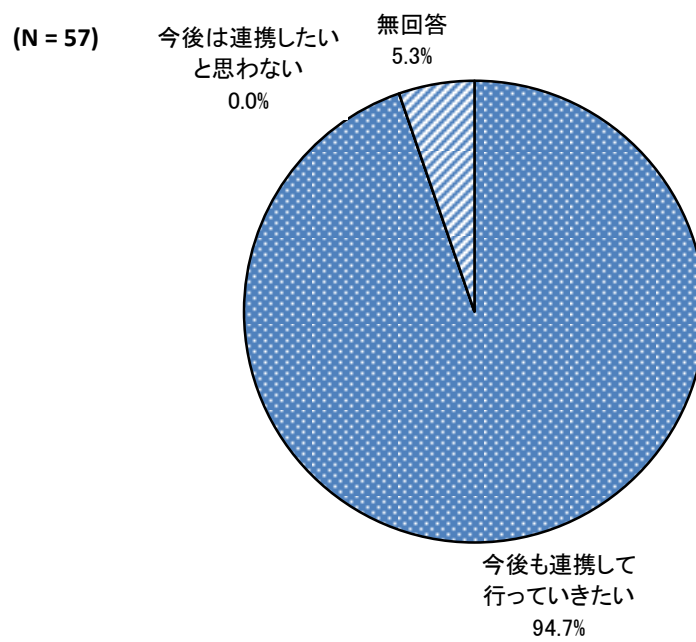
■ 図表 18 具体的な連携方法



■ 図表 19 外部機関等との連携に対する評価



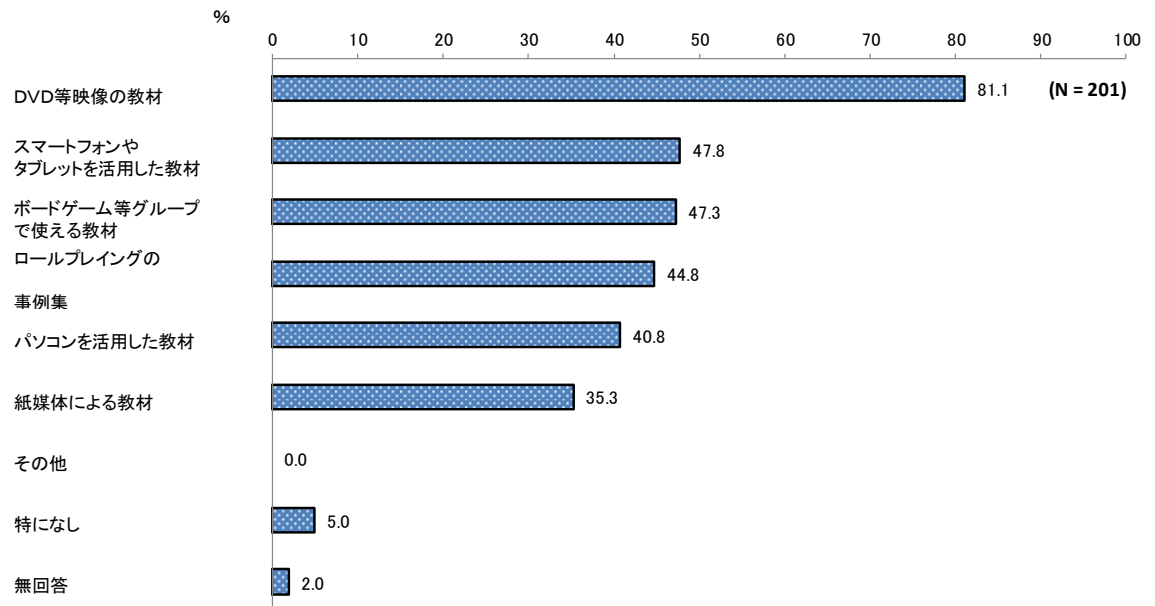
■ 図表 20 外部機関等との連携に係る今後の方向性



(イ) 消費者教育の教材

活用したい教材又は効果があると思われる教材については、「DVD等映像の教材」が81.1%と最も高く、次いで「スマートフォンやタブレットを活用した教材」が47.8%、「ボードゲーム等グループで使える教材」が47.3%となっています。(図表 21)

■ 図表 21 活用したい教材又は効果があると思われる教材



③ 地域における教育

前述のとおり、受けやすい消費者教育の機会については、「自治体等が主催する講演会・講座など」と回答した方が 44.0%となっています。(図表 16)

④ 職域における教育

前述のとおり、受けやすい消費者教育の機会については、「学校や職場での講習会・勉強会など」が 45.4%となっています。(図表 16)

⑤ 取り組むべき課題

- ・ 県内の小・中・高等学校及び特別支援学校の各学校においては、学習指導要領により、社会科、家庭科等の関係する各教科で消費者教育が取り組まれているところですが、消費者教育を効果的に推進するためには、学校と外部機関との連携が必要です。
- ・ 学校現場で活用しやすい教材の作成や活用が必要であり、さらに消費者問題の変化に対応した内容としていくことが必要です。また、教職員の指導力向上のための研修等を充実させることが必要です。
- ・ 自治体主催の講座や学校や職場での研修等の消費者教育の機会を提供することが必要です。
- ・ 消費者教育を受けやすい機会を設けるために、啓発資料の配布のみにとどまらず、学校、職場、地域など様々な場において、「消費生活出前講座」の実施が必要です。「消費生活出前講座」の実施にあたっては、実施される場のニーズを把握した上で、より効果的な内容を提案することが必要です。
- ・ 商品等の安全や消費者被害防止に関する内容のみならず、消費者市民社会※の構築に関する分野についても、消費者教育の体系を意識しながら、対象分野や内容に偏りがないよう関係各課と連携して、教育内容や方法を検討することが必要です。

※消費者市民社会

消費者一人一人が、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会経済情勢や地球環境にまで思いを馳せて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会

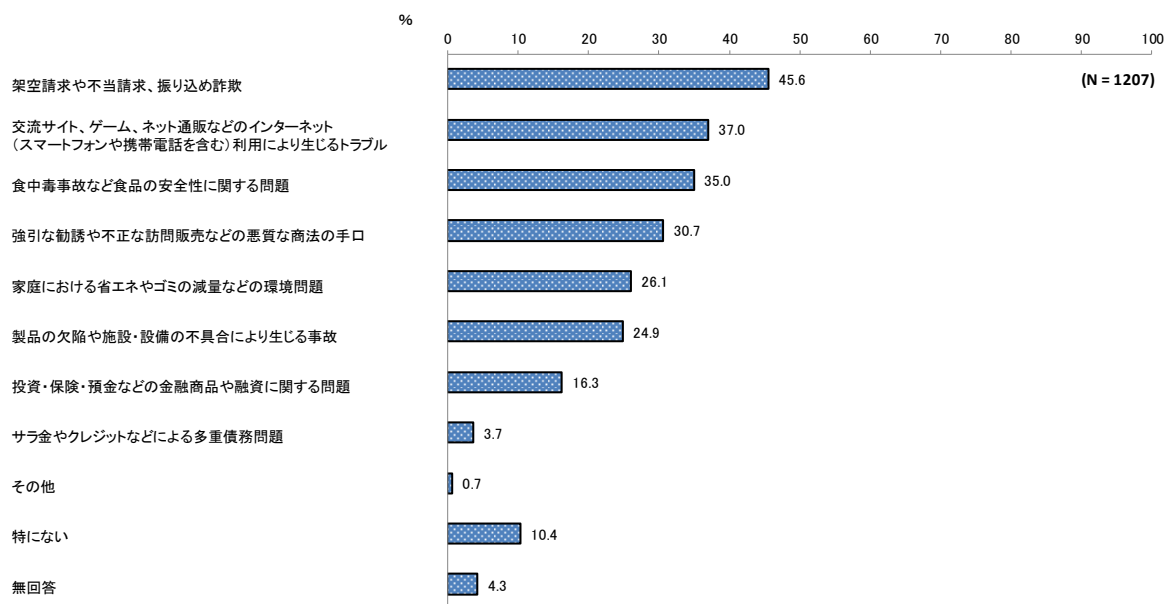
(4) 消費生活に関する県民の意識及び現状と課題

県では、消費生活に関する県民の関心や県内消費生活の現状等を把握するために、令和元（2019）年 8 月～9 月にかけて、県内在住者や教育機関等を対象に実態調査を実施しました。

① 消費者問題への関心

関心がある消費者問題については、「架空請求や不当請求、振り込み詐欺」が 45.6%と最も高く、次いで「交流サイト、ゲーム、ネット通販などのインターネット（スマートフォンや携帯電話を含む）利用により生じるトラブル」が 37.0%、「食中毒事故など食品の安全性に関する問題」が 35.0%となっています。（図表 22）

■図表 22 消費者問題への関心



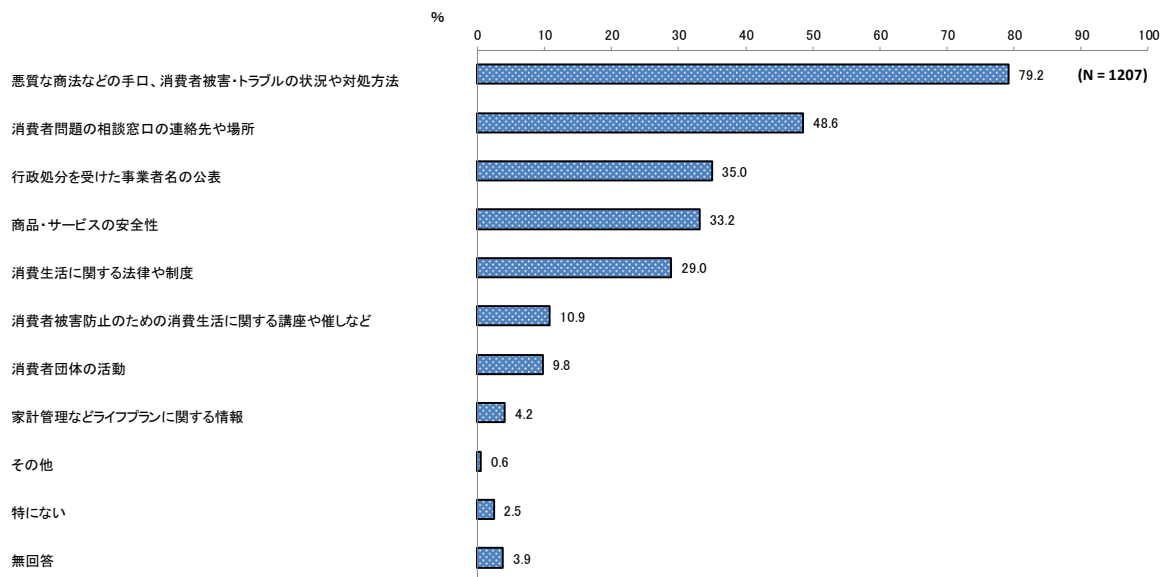
② 消費生活に関する情報

消費生活において重要と考える情報については、「悪質な商法などの手口、消費者被害・トラブルの状況や対処方法」が 79.2%と最も高く、次いで「消費者問題の相談窓口の連絡先や場所」が 48.6%、「行政処分を受けた事業者名の公表」が 35.0%となっています。（図表 23）

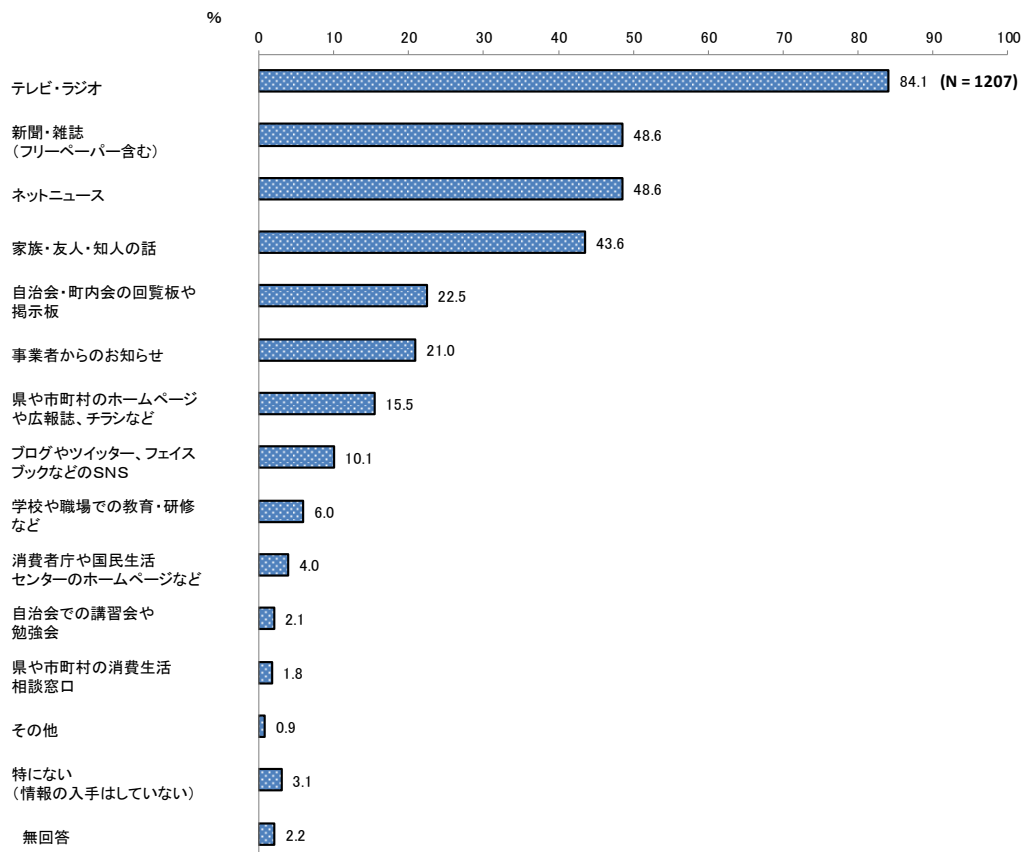
消費生活に関する情報の入手方法については、「テレビ・ラジオ」が 84.1%と最も高く、次いで「新聞・雑誌（フリーペーパー含む）」及び「ネットニュース」が 48.6%となっています。（図表 24）

有効と考える情報提供手段については、「テレビ・ラジオ」が 85.2%と最も高く、次いで「新聞・雑誌（フリーペーパーを含む）」が 47.0%、「ネットニュース」が 40.3%となっています。（図表 25）

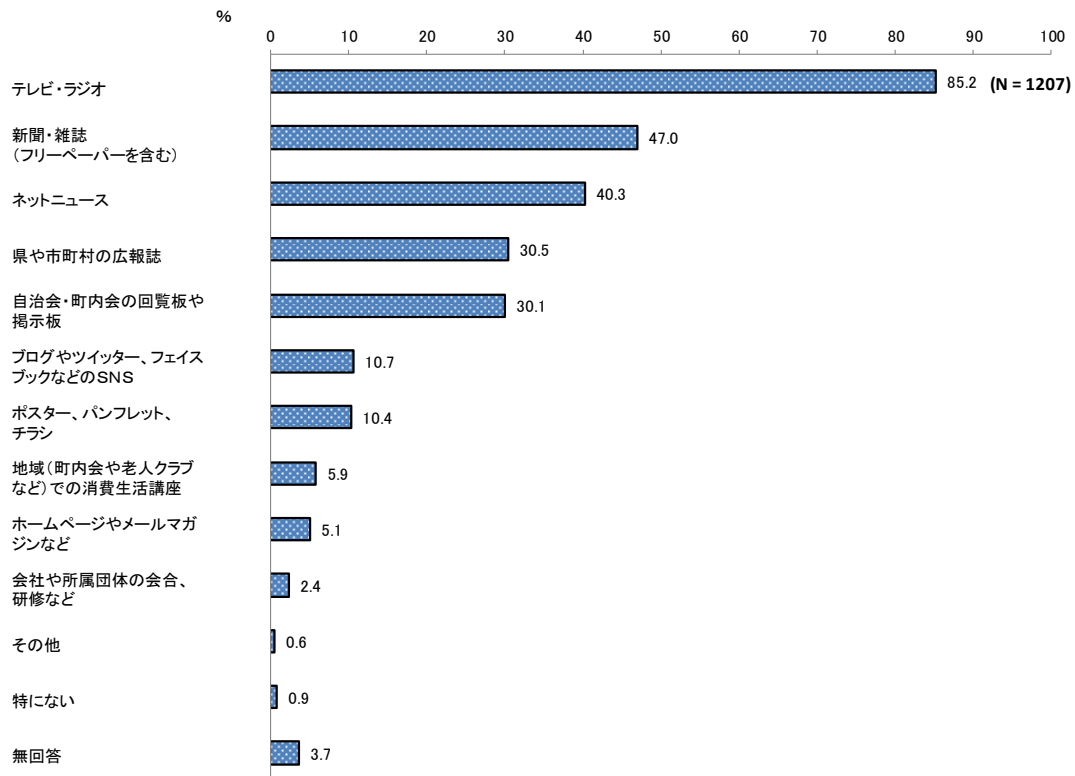
■図表 23 消費生活に関する重要な情報



■図表 24 消費生活に関する情報の入手方法



■図表 25 消費生活に関する情報の有効な提供手段



③ エシカル消費（倫理的消費）※への関心

「エシカル消費（倫理的消費）」の認知度については、「言葉も内容も知らなかった」が 79.2%と最も高く、次いで「言葉は知らなかったが、内容は知っている」が 12.6%、「言葉も内容も知っている」が 3.6%となっています。（図表 26）

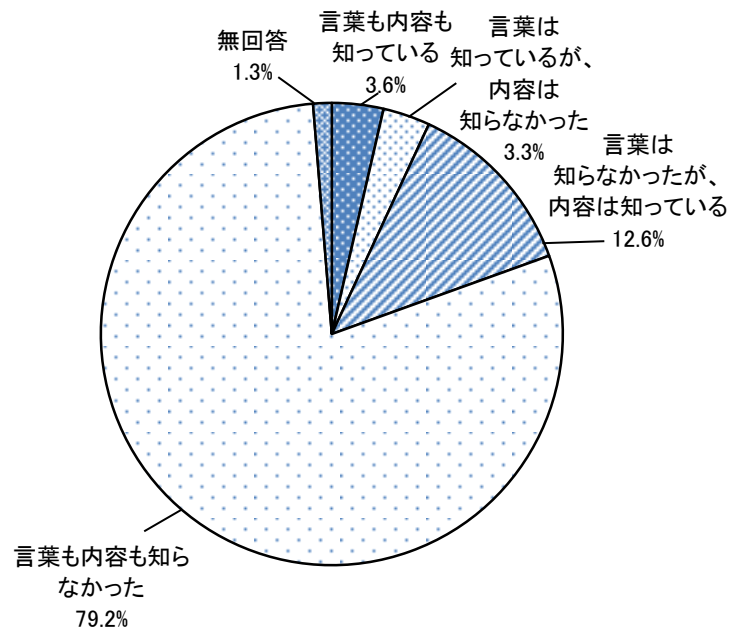
「エシカル消費（倫理的消費）」の実践については、「全く実践していない」が 44.8%と最も高く、次いで「あまり実践していない」が 24.1%、「ときどき実践している」が 23.6%となっています。（図表 27）

※エシカル消費（倫理的消費）

地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動（例：フェアトレード商品の選択、地産地消、食品ロスの削減）

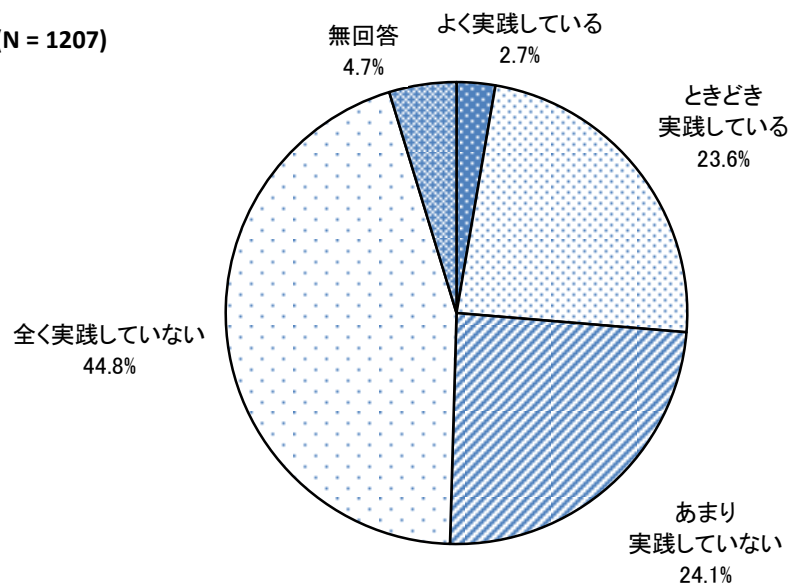
■図表 26 エシカル消費（倫理的消費）の認知度

(N = 1207)



■図表 27 エシカル消費（倫理的消費）の実践

(N = 1207)



④ 取り組むべき課題

- ・ 消費生活に関する情報のうち、消費者トラブルや商品・サービスの安全性等に関する情報に多くの関心が寄せられており、重要な情報であると考えられていることから、これらの情報を迅速かつ的確に情報発信していくことが必要です。
- ・ テレビ、ラジオ、新聞等から消費生活に関する情報を入手する方が多く、効果的な手段としても考えられていることから、これらの媒体の活用及び報道機関との連携により、情報発信していくことが必要です。
- ・ 消費者には、市場に提供された商品やサービスをただ「受動的に消費」するのではなく、自らの消費が社会に与える影響を自覚して、公正な市場の形成、持続可能な社会の実現に積極的に関与しようとするものが求められます。エシカル消費（倫理的消費）もその一つであるため、その認知度を向上し、実践を推進していく必要があります。

4 現行指針の目標達成状況

【知】ライフステージに応じた消費者教育の推進

消費者教育・啓発

項目	実績値 (H30 年度末)	目標値 (R1 年度末)
消費生活相談員及び消費者啓発推進員※ の研修参加率	64.4%	100%(各年度)
消費者教育教員研修の開催回数及び参 加教員数	4 回 192 人	12 回 1,800 人 (各年度)
消費生活に関する出前講座の小・中・高 等学校生の参加者数(累計)	23,606 人	27,000 人
消費生活に関する出前講座の高齢者の 参加者数(累計)	63,041 人	69,000 人
市町村消費者教育推進地域協議会の設 置数	1 市	4 市町村
市町村消費者教育推進計画の策定数	1 市	4 市町村

※ 消費者教育の推進及び消費生活に関する普及啓発活動を実施するために、岐阜県が委嘱した者

【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化

(1) 消費者の安全・安心の確保

項目	実績値 (H30 年度末)	目標値 (R1 年度末)
適正な表示に関する事業者向けの講習会 の受講者数(累計)※	2,205 人	1,000 人 (H30 年度末)
食品表示に関する調査の実施回数(合同 調査含む)(累計)※	3,388 回	2,500 回 (H30 年度末)

※ 岐阜県食品安全行動基本計画（第3期）による目標

(2) 消費者被害の救済

項目	実績値 (H30 年度末)	目標値 (R1 年度末)
消費生活センターの設置率(広域相談体制含む)	100%	100%
消費生活相談員の配置市町村率(広域相談体制含む)	100%	100%
消費生活相談員の有資格者率	70.0%	75%
消費生活相談員の研修参加率	83.3%	100%(各年度)

【連】多種多様な団体とのネットワークの構築

(1) 消費者の組織活動の推進

項目	実績値 (H30 年度末)	目標値 (R1 年度末)
県と消費者団体等との意見交換・消費者行政事業協働件数	3 件	3 件
消費者安全確保地域協議会の設置数	4 市	13 市町村

(2) 消費者意見の反映

項目	実績値 (H30 年度末)	目標値 (R1 年度末)
県と消費者団体等との意見交換・消費者行政事業協働件数(再掲)	3 件	3 件

第3章 消費者施策の取組みの方向性

1 指針の全体構成

- 目的 消費者生活の安定と向上の促進
- 基本的視点 「消費者の権利の尊重」「消費者の自立支援」
- 3つの柱 「消費者の多様性やライフステージに応じた消費者教育の推進」 【知】
「消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化」 【相】
「多種多様な団体とのネットワークの構築」 【連】
- 重点項目 成年年齢の引下げへの対応

指針においては、条例の目的である「消費者生活の安定と向上の促進」を実現するため、条例の理念である「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」を基本的視点におき、3つの柱として、「【知】消費者の多様性やライフステージに応じた消費者教育の推進」、「【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化」、「【連】多種多様な団体とのネットワークの構築」を定め、行政・消費者団体・事業者等様々な主体が連携して、それらに応じた各種施策を総合的かつ計画的に推進します。

(1) 施策体系図

分野	3つの柱	基本方針	基本施策
知	消費者の多様性やライフステージに応じた消費者教育の推進	消費者教育・啓発	・場や消費者の多様性に応じた学ぶ機会の提供 ・消費者教育・啓発を担う人材の育成と活用 ・消費者教育教材の作成と活用 ・消費生活情報の提供 ・エシカル消費（倫理的消費）の普及・啓発 ・多様な教育の担い手との連携
相	消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化	消費者被害の救済	・県相談窓口の充実・強化 ・市町村消費者行政への支援 ・紛争処理体制の整備 ・多重債務問題への対応
		消費者の安全・安心の確保	・商品・サービスの安全性の確保 ・消費者事故等の情報提供 ・不当な取引方法や表示の防止 ・生活関連物資の安定供給
連	多種多様な団体とのネットワークの構築	消費者の組織活動の推進	・消費者団体等との協働 ・高齢者・障がい者・若年者等への啓発や見守り活動の推進
		消費者意見の反映	・消費者の県政への参画

(2) 3つの柱（知・相・連）と5つの基本方針

【知】消費者の多様性やライフステージに応じた消費者教育の推進

基本方針1 消費者教育・啓発

- ・ 消費者教育について、幼児期から高齢期までの各段階及び多様な消費者の属性に応じて体系的に行い、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、それぞれの場における多様な主体の連携及び他の消費者政策との有機的な連携を確保しつつ効果的に行います。
- ・ インターネット、キャッシュレス決済の普及など新たな消費の形態に対応した消費者教育・啓発の推進を図るとともに、高齢化の進行、成年年齢の引下げに伴う若年者への対応など、新たなニーズに対応した教材の作成と活用を推進します。
- ・ 「自ら考え行動する」自立した消費者を育成するだけでなく、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ことを自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」の形成を目指して、消費者教育・啓発を推進します。

【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化

基本方針2 消費者被害の救済

- ・ 消費生活に関するトラブルが発生したときには、身近な相談窓口で相談できることが必要であり、どこの地域に住んでいても質の高い消費生活相談を受けられることが重要です。
そのために、市町村の消費生活相談窓口の充実・強化を図るために、市町村消費者行政に対して適切な支援を行います。
- ・ 複雑・多様化する相談内容に対応するため、消費生活相談員の資質向上に努め、県民生活相談センターを中心とする県相談窓口が「センター・オブ・センターズ」としての機能の充実に図ります。

基本方針3 消費者の安全・安心の確保

- ・ 消費者を取り巻く環境は、人口減少・高齢化の進行、高度情報通信社会の進展、消費生活のグローバル化など大きく変化しており、商品・サービスの多様化・複雑化が益々進み、それに伴い、消費者がトラブルに巻き込まれる事例が後を絶ちません。

このような中で、県民が消費者として生命・身体・財産の安全を確保され、安心して豊かな消費生活を送ることができるように、商品・サービス等の安全安心の確保に取り組むとともに、適正な取引を実現するための事業者指導を推進します。

【連】多種多様な団体とのネットワークの構築

基本方針 4 消費者の組織活動の推進

- ・ 行政・消費者団体・事業者等が、それぞれの問題意識や可能な取組について情報交換し、認識を共有することは、効率的・効果的に消費者被害の未然防止を行うために有効と考えられることから、消費者団体等様々な主体と情報・意見交換を実施するとともに、連携・協働による活動等の実施を支援・促進します。
- ・ 特に、高齢者の消費者被害の未然防止等については、地域の見守りネットワークの構築・推進など、地域の様々な主体との連携・協働が必要なことから、消費者団体等の支援を推進します。

基本方針 5 消費者意見の反映

- ・ 消費者施策の透明性を確保する観点から、県公式ホームページ等を活用して情報発信し、消費者から寄せられる意見について誠実に対応します。
- ・ 岐阜県消費生活安定審議会等を活用して、消費者の意見を適切に消費者施策に反映させます。

(3) 重点項目（成年年齢の引下げへの対応）

令和 4（2022）年 4 月に、成年年齢が 18 歳に引き下げられることから、若年者の消費者トラブルが拡大するおそれがあります。

若年者向けの施策については、従来から推進してきたところですが、このような社会情勢の変化を受けて、更なる充実・強化に取り組んでいきます。

(4) 令和 6（2024）年度までの目標

本指針の効果的な推進のために、目標として令和 6（2024）年度を目標年次とした「目標指標」を各取組分野で設定し、その達成に向けた施策を集中的に進めることとします。

【知】消費者の多様性やライフステージに応じた消費者教育の推進

消費者教育・啓発

項目	基準値 (H30 年度末)	目標値 (R6 年度末)
消費者啓発推進員※1 の研修参加率	53.0%	60%(各年度)
消費者教育教員研修の開催回数及び参加教員数	4 回 192 人	4 回 200 人 (各年度)
消費生活に関する出前講座の小・中・高・大学生の参加者数(累計)※2	3,132 人	18,000 人
消費生活に関する出前講座の高齢者の参加者数(累計)※3	11,296 人	57,000 人

※1 消費者教育の推進及び消費生活に関する普及啓発活動を実施するために、岐阜県が委嘱した者

※2、3 基準値は H28～H30 年度の平均値

【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化

(1) 消費者被害の救済

項目	基準値 (H30 年度末)	目標値 (R6 年度末)
消費生活相談員の有資格者率	70.0%	75%
消費生活相談員の研修参加率	83.3%	100%(各年度)
消費者行政職員の研修参加率	—	80%

(2) 消費者の安全・安心の確保

項目	基準値 (H30 年度末)	目標値 (R6 年度末)
適正な表示に関する事業者向けの講習会の受講者数(累計)※	420 人	2,500 人 (R5 年度末)
食品表示に関する調査の実施回数(合同調査含む)(累計)※	817 回	3,000 回 (R5 年度末)

※ 岐阜県食品安全行動基本計画（第4期）による目標

【連】多種多様な団体とのネットワークの構築

(1) 消費者の組織活動の推進

項目	基準値 (H30 年度末)	目標値 (R6 年度末)
消費者行政事業協働件数	4 件	5 件
消費者安全確保地域協議会の県内人口 カバー率	37%	50%

(2) 消費者意見の反映

項目	基準値 (H30 年度末)	目標値 (R6 年度末)
県と消費者団体等との意見交換件数	2 件	3 件

2【知】消費者の多様性やライフステージに応じた消費者教育の推進

消費者教育・啓発

○方針

消費者教育推進法第3条第3項には、「消費者教育は、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、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行わなければならない。」と消費者教育に関する基本理念を定めています。

このため、消費者庁では、消費者と消費者教育の推進に従事する者が、取り組むべき消費者教育の意義や目標を理解できるよう、「消費者教育の体系イメージマップ^{※1}（以下「イメージマップ」という。）」に対象領域ごと、発達段階ごとの学習目標を整理し、全体像を明示し、消費者教育の「見える化」を図っています。

本指針では、イメージマップに示された対象領域ごと、発達段階ごとの内容を参考にしながら学習目標を整理し、「消費者教育が育むべき力」^{※2}（教育が目指す目標）を設定することで、計画を体系的に推進していきます。

※1「消費者教育の体系イメージマップ」

消費者教育の推進のための体系的プログラム研究会（消費者庁設置）が、平成25（2013）年1月に公表したもの（付属資料参照）。

※2「消費者教育が育むべき力」（対象領域ごとの具体的な目標）

【 】 ・・・イメージマップの領域

 ・・・具体的な目標

【消費者市民社会の構築】

消費が社会に与える影響を考慮し適切な選択ができる力

- ・ 自らの消費が環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼし得るものであることを理解し適切な商品やサービスを選択できる力
- ・ 持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力
- ・ 消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力

【商品等やサービスの安全】

商品等やサービスの安全性を確認し危険を回避できる力

- ・ 商品等やサービスの情報収集に努め、内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力
- ・ 商品等やサービスによる事故・危害が生じた際に、事業者に対して補償や改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

【生活の管理と契約】

健全な家計運営ができ、消費者トラブルを回避し対処する力

- ・ 適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営をすることができる力
- ・ 契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルの回避や事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

【情報とメディア】

様々な情報を読み解く力と活用できる力

- ・ 高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力
- ・ 情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力

① 場や消費者の多様性に応じた学ぶ機会の提供

◆学校（幼稚園、小学校、中学校、高等学校、特別支援学校）

【現状・課題】

- ・ 10年ぶりに改訂され、令和2（2020）年度より小学校、翌年度以降、中学校、高等学校と順に実施される新学習指導要領では、関連する各教科（社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科等）において、現行の規定に加え、消費者教育の内容が更に充実されました。
- ・ 消費者教育は、知識を一方的に与えることなく、日常生活の中での実践的な能力を育み、社会の消費者力の向上を目指して行われるべきものです。学校教育においては、学習指導要領に基づく教育を充実させると同時に、学校で学んだ内容を日常生活で実践する能力を養うことが大切です。

- ・ 近年は、急速に普及した携帯電話、スマートフォン等の情報通信機器や、インターネットの利用による消費者トラブルも増加しており、また、キャッシュレス決済の普及等に伴う新しい種類の消費者トラブルも発生しています。
- ・ 令和4（2022）年4月からは成年年齢が18歳に引き下げられることから、若年者への消費者教育の重要性が改めて認識されています。
- ・ このような状況から、高校生までに契約に関する基本的な考え方や契約に伴う責任、消費者市民社会の形成に参画することの重要性などについて理解させ、社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できるような能力を育む必要があります。

【方向性】

- ・ 学校教育で得た知識は家庭で、家庭教育で得た知識は学校でといった相互作用により実践力を高めるため、PTA等を対象とした出前講座を実施するなど、消費者教育の内容が学校、家庭で共有される取り組みを進めていきます。
- ・ インターネットの利用やキャッシュレス決済による消費者トラブルに関する啓発など、新しい形態の消費者トラブルに対応した消費者教育・啓発を進めていきます。
- ・ 社会環境等の変化に応じた消費者教育を学校で行っていくために、新しい教材の作成及び活用をするとともに、弁護士等の専門的知識を有する外部人材の活用や消費者団体との連携も進めていきます。
- ・ 出前講座の実施等を通じて、特別支援学校における消費者教育の取組を更に推進していきます。
- ・ 教育委員会等の関係部局との連携によるモデルケースの発掘や情報提供の取り組みを進めていきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ PTA等を対象とした出前講座を実施
- ・ 新しい形態の消費者トラブルに対応した消費者教育・啓発
- ・ 専門的知識を有する外部人材の活用及び消費者団体との連携
- ・ 特別支援学校における出前講座の実施
- ・ 教育委員会等の関係部局との連携によるモデルケースの発掘と情報提供

◆学校（大学、専門学校等）

【現状・課題】

- ・ 成年と未成年が混在する大学、専門学校等（以下「大学等」という。）においては、消費者の権利と責任が大きく変化することも踏まえ、学生のもつ様々な側面に応じ、大学等として積極的に消費者教育に取り組み、学生への生活支援を行うのみならず、自立した社会人としての消費者、職業人としての生産者・サービス提供者の育成等を行うことが求められています。
- ・ 令和4（2022）年4月からは成年年齢が18歳に引き下げられることから、入学時からの消費者教育・啓発が重要です。
- ・ 大学等は、社会的経験の浅い学生が、安心して充実した学生生活を送るための支援を行う役割を担っており、これまでも学習面での支援にとどまらず、多様な学生の相談に応じ、生活面での支援を行っています。
しかし、悪質商法等の被害や契約等のトラブルに遭う学生は少なくなく、学生からの相談に対応するほかにも、学生に対する各種の消費生活や消費者問題に関する知識の提供機会を拡大していくことが求められています。

【方向性】

- ・ 大学等における消費者教育のニーズ把握に努めるとともに、入学時のガイダンスや、学生支援に従事する教職員等に対する研修の実施を支援していきます。
- ・ 大学生等には、具体的に消費者トラブルの事例を示し、身近に迫ってくる危険について消費者教育・啓発をすすめていきます。
- ・ 弁護士等の専門的知識を有する外部人材の活用を進めていきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 入学時のガイダンス等の実施支援
- ・ 教職員等に対する研修の実施支援
- ・ 専門的知識を有する外部人材の活用

◆地域

【現状・課題】

- ・ 自立した消費者を育成するためには、地域においても消費者教育に取り組むことが重要です。県及び市町村の消費生活相談窓口は、消費者被害の救済だけではなく、商品・サービスの基礎知識や契約知識について情報を発信することで、地域の消費生活を支えるとともに、消費者問題に関する普及・啓発活動をしています。
- ・ 公民館等の社会教育施設においては、地域の人々に身近な学習や交流の場として、消費者問題に関する普及・啓発に大きな役割を果たしています。これらの取り組みを継続していくとともに、一層推進していくことが求められています。
- ・ 普及・啓発活動を行うに当たっては、関心を持たない層や真に情報が必要とする人へも届くように努める必要があります。

【方向性】

- ・ 市町村、町内会、老人クラブといった地域団体との連携により、講演会等での啓発活動や、県が委嘱する消費者啓発推進員や県・市町村の消費生活相談員の活用による出前講座により、地域での教育を推進していきます。

【県の主な施策・取り組み】

- ・ 市町村や地域団体等との連携による講演会等での啓発
- ・ 消費者啓発推進員や県市町村相談員の活用による出前講座の実施

◆家庭

【現状・課題】

- ・ 家庭においては、子どもに対して親などの保護者が小遣いの与え方を考え、買い物を手伝わせることなどにより、金銭や物を大切に扱うことについての意識を子どもに身に付けさせていくことが大切です。
- ・ オンラインゲームの課金トラブルが低年齢でも発生していることから、携帯電話やインターネット等の使い方について、家族で考え、家庭でのルールづくりを行うことも重要です。
- ・ 高齢者に対しては、高齢者世帯を狙った悪質性の高い勧誘の被害を防止するため、家族間で常に情報共有をしていくことが重要です。

【方向性】

- ・ 保護者等の行う家庭教育を支援するための情報提供等を行います。
また、高齢者世帯への家族による見守りを支援するため、家族へ的高齢者被害についての情報提供等を行っていきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 家庭における消費者教育を支援するための情報の提供
- ・ 家族へ的高齢者被害情報の提供

◆職域

【現状・課題】

- ・ 消費者教育推進法第14条第2項では、「事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。」とされています。
- ・ 消費者教育推進法第14条第3項では、「事業者は、その従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。」とされています。
- ・ 新入社員等に対しては、契約のルールや注意すべき消費者トラブル事例情報などの提供が必要です。
- ・ 事業者は、公正かつ持続可能な社会を形成する重要な構成員であることから、従業者に対し、コンプライアンスの強化、SDGsやエシカル消費の概念の普及等の教育や研修、情報提供等を行うことが求められます。これは、消費者市民社会の形成という観点からも、また、消費者の安全・安心の確保という観点からも重要です。
- ・ 事業者には、事業の形態や、事業分野、その事業者の事情、特性に応じ、従業者に対する消費者教育を行うことが期待されます。

【方向性】

- ・ 各事業者の実態に適した消費者教育の方法や人材について情報提供することで、消費者教育への取り組みを支援していきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 各事業者等に適した教育方法や人材についての情報提供

◆若年者

【現状・課題】

- ・ 若年者は消費者トラブルに巻き込まれやすい傾向にあり、特に未成年者取消権を行使できなくなる 20 歳になると消費者トラブルが急増する傾向にあります。
- ・ 令和 4（2022）年 4 月から、成年年齢が 18 歳に引き下げられることの伴い、成年となった 18 歳の消費者トラブルが増加するおそれがあります。
- ・ 若年者の多くは、SNS を含むインターネットから情報を収集していますが、SNS をきっかけとした消費者トラブルに巻き込まれる事例なども発生しています。

【方向性】

- ・ 学校や家庭における消費者教育だけでなく、それ以外の場においても、若年者向けの消費者教育・啓発を実施することにより、若年者の消費者被害の防止に取り組んでいきます。
- ・ SNS をきっかけとした消費者トラブルなどを防ぐため、若年者に対して、様々な情報を読み解く力と活用できる力を身につけるための消費者教育・啓発に取り組んでいきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 学校や家庭における消費者教育だけでなく、若年者が集まる場所などにおいて、マルチ商法など若年者が被害に遭いやすい悪質商法に係る消費者教育・啓発を実施
- ・ 様々な情報を読み解く力と活用できる力を身につけるための消費者教育・啓発を実施

◆高齢者、障がい者

【現状・課題】

- ・ 消費者教育推進法第 13 条では、「地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員、社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。」としています。

- ・ 高齢社会の進行や家族形態の変化等に応じ、高齢者や障がい者を地域で支え合うための仕組みが求められています。消費者教育についても、直接その人々に対する機会を設けるだけでなく、地域の見守りネットワークの活動等支え合いの仕組みの中で、消費者教育、啓発活動を強化することが考えられます。
- ・ 民生委員や社会福祉主事、介護福祉士等の福祉関係者、配食・配達サービス等を行う民間事業者等、日頃から高齢者・障がい者等の戸別訪問を行っている支援者等に対しても幅広く研修を実施することが必要です。
- ・ 見守りの観点から、地域の高齢者や障がい者など支援を必要とする人への声掛け等、日常的な支え合いの意識の醸成に努めることも必要です。

【方向性】

- ・ これまでの出前講座のほか、老人クラブの会合や見守りネットワーク、障がい者支援施設や支援者ネットワークを活用し、啓発の強化を進めていきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 高齢者や障がい者またはその支援者に対する啓発
- ・ 老人クラブの会合や見守りネットワークを活用した啓発
- ・ 障がい者支援施設、支援者ネットワークを活用した啓発

◆外国人

【現状・課題】

- ・ 近年、日本に在留する外国人の数は増加傾向にあり、改正出入国管理法による外国人労働者の受入拡大等に伴い、今後も増加することが見込まれます。
- ・ 在留外国人や訪日外国人も、日本人同様、消費者トラブルに遭う可能性があります。また、店舗等においては多言語サポート等、外国人にも配慮した取り組みが進んでいますが、文化や言語の違い等を原因とした消費者トラブルも顕在化してきており、外国人に関する消費者問題への対応の必要性も増加していくと考えられます。

【方向性】

- ・ 関係部局や外国人支援団体等と連携したうえで、消費者教育・啓発の内容や実施方法等を検討しながら、効果的な消費者教育・啓発に取り組んでいきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 支援団体等と連携した外国人に対する消費者教育・啓発

② 消費者教育・啓発を担う人材の育成と活用

◆教員を対象とした研修、教材開発

【現状・課題】

- ・ 教職員は、児童・生徒に対する消費者教育に多くの時間を充てることのできる立場にあることから、その担い手となることは大変有効であり、消費者教育の推進役としての役割が期待されるところです。そのため、その指導力の向上を図ることが求められます。
- ・ 県内全域で消費者教育の機会を提供するためには、新たな教育人材の育成が不可欠であることから、大学や職域、地域で教育できる人材を育成していく必要があります。

【方向性】

- ・ 各地域で取り組まれている優れた実践事例についての情報を収集し、家庭科、社会科等の関係教員へ情報提供するとともに、教育研究会等の教員が集まりやすい機会を利用して、消費者教育の専門家を派遣する等の研究支援を行うことにより、教員に対する研修機会を提供していきます。
- ・ 消費者教育の専門家や教員の意見を取り入れながら、教科書以外の副教材を作成、充実させることで、消費者教育が学校現場で効果的に実施されるよう支援します。
- ・ 大学や職域、地域においても、消費者教育を担うことができる人材を育成するため、様々な情報や学ぶ機会を提供していきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 優れた実践事例等の関係教員への情報提供
- ・ 教育研究会等への専門家派遣による研究支援
- ・ 学校現場で使える副教材の作成、充実
- ・ 大学や職域、地域で消費者教育を行う人材に対する学ぶ機会や情報の提供

◆消費者教育を推進する機能の充実

【現状・課題】

- ・ 県で実施する消費生活出前講座は、年間約 160 件の実績があり、うち約 75%を県が委嘱する消費者啓発推進員が寸劇の講座として実施しています（平成 28（2016）年度～平成 30（2018）年度の 3 年間平均）。

- ・ 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するためには、地域に根差した教育人材を更に育成し、県内全域を網羅できるような教育体制を整備する必要があります。
- ・ 効果的な消費者教育を実施するためには、教育現場と消費者行政の懸け橋となる存在が必要です。

【方向性】

- ・ 県及び市町村の相談員、相談窓口担当職員に対しては、消費者教育に関するノウハウを身に付けられるよう研修等を開催していきます。
- ・ 消費者啓発推進員については、新たな人材の発掘・育成と教育スキルの向上を図っていきます。
- ・ 消費者教育コーディネーター※の育成及び活用により、学校等のニーズを十分に把握し、講師や講座内容等の調整を行うことで、より充実した内容の出前講座を実施していきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 相談員等を対象とした研修の実施
- ・ 新たな教育人材発掘・育成と教育スキルの向上
- ・ 消費者教育コーディネーターの育成及び活用

※消費者教育コーディネーター

消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐために、間に立って調整をする役割を担う者

③ 消費者教育教材の作成と活用

【現状・課題】

- ・ 県では、これまで学校用副教材の作成のほか、啓発冊子やパンフレット等の広報媒体を作成し、消費者の年齢等の特性に応じた啓発を行ってきました。
- ・ 消費者市民社会の形成のためには、消費者一人一人が豊かな消費生活の実現に向けて、主体的に消費生活に関する正確な知識や的確な判断力を身に付けていくという「消費者学習」が必要です。

- ・ 消費者の多様性や高齢化、成年年齢の引下げなど社会の変化に対応する教材が必要です。

【方向性】

- ・ 従来から高校生向けの教材の作成及び活用を進めてきましたが、成年年齢の引下げを受けて、今後は、中学生向けの教材の作成及び活用も進めていきます。また、ウェブ版教材等の若年者が利用しやすい形態の教材の作成及び活用も進めていきます。
- ・ キャッシュレス決済の普及や暗号資産（仮想通貨）の登場に伴う新たな形態の消費者トラブルに関する啓発など、高度情報通信社会の進展に対応した内容の教材の作成等を進めていきます。
- ・ 消費者の多様性に着目し、外国人向け教材や障がい者向け教材の作成等の検討を進めていきます。
- ・ 県の作成する教材だけではなく、様々な教材を選ぶことができるよう、国が提供する「消費者教育ポータルサイト」について、周知するなどしていきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 各ライフステージや場に応じた内容の教材の作成・活用
- ・ 高度情報通信社会の進展に対応した内容の教材
- ・ 多様な消費者に向けた教材の作成・活用
- ・ 消費者教育ポータルサイトの周知

④ 消費生活情報の提供

【現状・課題】

- ・ 消費者が自主的かつ合理的に行動し、消費者被害を未然に防止するためには、消費生活に関する正しい知識を修得することが重要です。
- ・ 消費者事故の中には、事前に事故情報を知っていれば防ぐことができた事例も少なくありません。また、悪質商法の手口や対処方法についても、知っていれば、自分だけでなく、家族や知人の被害に対して迅速な対応が可能となります。こうしたことから、様々な媒体を活用して消費者事故情報や消費生活に関する情報を幅広く情報発信していくことが必要です。

【方向性】

- ・ 様々な媒体を活用して消費者事故情報や消費生活に関する情報を幅広く発信します。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 消費生活出前講座での情報提供
- ・ 県ホームページを活用した情報提供
- ・ 市町村、消費者団体等と連携した広報紙の活用
- ・ 新聞等マスメディアを通じた情報提供

⑤ エシカル消費（倫理的消費）の普及・啓発**【現状・課題】**

- ・ 平成 27（2015）年 9 月に、国連の持続可能な開発サミットにおいて「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択され、我が国においても、平成 28（2016）年 12 月に「SDGs 実施指針」が策定されました。
- ・ 今後、消費者施策には、SDGs の目指す「誰一人取り残さない」持続可能な社会の実現に向けた貢献が求められます。
- ・ 従来から、消費者が公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」に関する啓発を行ってきており、また、食品ロス削減等に関する取組も進められているところですが、SDGs の実現に向けて、環境に配慮した商品やフェアトレード商品の選択、地産地消、食品ロスの削減等を含むエシカル消費の推進が必要です。
- ・ 現時点におけるエシカル消費に対する消費者の認知度・関心は高いとは言えないため、より一層の普及・啓発が必要です。

【方向性】

- ・ エシカル消費の理念の普及に努めるとともに、実践に役立つ情報を提供していきます。
- ・ 消費者団体等と連携しながら、エシカル消費の普及・啓発を推進していきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 消費者向け啓発資料にエシカル消費の理念や実践ポイントを盛り込むなど、普及・啓発を実施
- ・ 消費者団体等との連携による普及・啓発の実施

⑥ 多様な教育の担い手との連携

【現状・課題】

- ・ 消費者教育推進法では、国や地方公共団体の責務等について規定しているだけでなく、消費者教育の様々な担い手、消費者団体、事業者・事業者団体の努力についても定めています。
- ・ 地域には、これまで自らの活動が消費者教育の活動であることを意識しないで実践している担い手があり、限られた時間、資源において効率的・効果的に消費者教育を推進するには、こうした各主体が情報を共有し、自らが行う取り組みの位置づけの理解を進めながら相互の連携・協働を図っていく必要があります。

【方向性】

- ・ 地域における消費者教育の推進のための体制づくりを支援します。
- ・ 消費者団体や事業者等の自主性を尊重しつつ、それぞれの取り組みを支援し、協力関係を築きながら、相互の連携により情報共有を図っていきます。
- ・ 行政、消費者団体、事業者等、消費者自身も含め、幅広い教育の担い手それぞれが連携することで、県民の誰もが、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や学び合う機会を提供していきます。

【県の主な施策・取り組み】

- ・ 関係部局、関係団体との連携による推進（学校、職場、地域等）
- ・ 岐阜県金融広報委員会等、他の出前講座実施機関との連携

3 【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化

(1) 消費者被害の救済

① 県相談窓口の充実・強化

【現状・課題】

- ・ 社会経済情勢の変化に伴い、より多様・複雑化していく相談に対応していくためには、消費者に最も身近な市町村が一義的に相談を受け付け、県は主として広域的な見地を必要とする相談への対応等を行うなど、県と市町村間での一定の機能分担が必要です。
- ・ 県の消費生活相談窓口においては、広域的な見地を必要とする相談への対応や市町村相互間の連絡調整、市町村相談窓口への助言、協力、情報提供が求められており、消費生活相談員の資質向上を図るとともに、様々な分野において高度な知識を持つ専門家との連携が必要です。
- ・ 外国人や障がい者等、消費者の多様性に対応した相談体制の整備が必要です。
- ・ 若年者を中心に、消費生活相談窓口や消費者ホットラインについて、より多くの消費者に知ってもらうことが必要です。

【方向性】

- ・ 市町村相談窓口との機能分担を果たすため、県消費生活相談窓口の相談機能の高度化・専門化を図り、県民生活相談センターを中核的な機能を担う機関として強化していきます。
そのため、消費生活相談員に対する実践的研修を実施するとともに、消費者庁、国民生活センター等が実施する専門性の高い研修への派遣など消費生活相談員の資質向上を図ります。
また、弁護士など各分野の専門家と連携し、高度な相談に対応していきます。
- ・ 外国人や障がい者を対象に相談窓口の周知を図るとともに、県消費生活相談窓口において、外国人や障がい者からの相談にも対応可能な体制を整備します。
- ・ 若年者を中心に、県及び市町村の消費生活相談窓口や消費者ホットラインの周知・啓発を進めていきます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 県民生活相談センター等の相談窓口の機能強化
- ・ 外国人や障がい者に対する相談窓口の周知及び相談体制の整備
- ・ 若年者を中心に消費生活相談窓口、消費者ホットラインについて周知・啓発

② 市町村消費者行政への支援**【現状・課題】**

- ・ 消費者被害の迅速な救済には、住民に最も身近な市役所や町村役場で相談できる体制整備が重要です。県内では、全市町村において消費生活相談窓口が開設され、住民にとって身近なところで相談が受けられるようになりました。
- ・ 消費者安全法において、消費者からの相談に応じることは市町村の責務として明記されていることから、県としては、県民の誰もがどこでも等しく適切な相談が受けられるよう、各市町村の実情を考慮しながら、市町村相談窓口機能の充実・強化のための支援を行っていくことが必要です。

【方向性】

- ・ 消費者庁の地方消費者行政強化交付金を最大限に活用して、市町村の消費者行政に対する支援を行っていきます。
- ・ 市町村相談窓口機能を担う人材を確保するため、消費生活相談員資格取得のための支援を行うとともに、資格取得者については、県で整備する資格取得者名簿への登録を促し、市町村に登録者情報を提供していきます。
- ・ 市町村相談窓口機能の充実・強化については、県民生活相談センターと市町村の専用ホットラインや巡回訪問指導などにより、県消費生活相談員や弁護士などの専門家等から助言を行うなど、市町村の相談業務に対する支援を行うとともに、実務に役立つ研修を開催するなど消費生活相談員等の資質向上を図ります。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 市町村相談窓口機能の充実・強化に向けた支援

③ 紛争処理体制の整備

【現状・課題】

- ・ 消費者被害の救済方法の一つに裁判がありますが、解決までに時間や経費がかかることから、裁判以外の紛争解決手段等について周知し、その活用を促す必要があります。

【方向性】

- ・ 裁判外紛争解決手続のための機関として「岐阜県苦情処理委員会」を設置し、調停を行います。
- ・ 委員会の調停に付され、一定の条件を満たす案件について、消費者が訴訟を提起する場合は、その費用に充てる資金の貸付等の援助を行います。
- ・ 県以外の紛争処理機関や適格消費者団体による「消費者団体訴訟制度」などの制度について周知を図ります。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 岐阜県苦情処理委員会の運営
- ・ 消費者が提起する訴訟費用の貸付
- ・ その他の紛争解決手段の周知

④ 多重債務問題への対応

【現状・課題】

- ・ 多重債務に関する相談件数は、平成 22（2010）年 6 月に改正貸金業法が完全施行されたことなどから、減少傾向が続いていますが、多重債務者が抱える問題は単に債務整理にとどまらず、個々の状況に応じた経済的支援や生活再建支援を行う必要があります。
- ・ 一人でも多くの多重債務者を救済するために、県や市町村における相談体制の充実と関係機関との連携強化、相談窓口の周知が必要です。

【方向性】

- ・ 相談窓口で対応に当たる県・市町村職員及び相談員に対して、多重債務相談に関する研修を実施し、債務整理及び生活再建支援等の救済方法や関係機関との連携についての知識の修得を図ります。
- ・ 様々な媒体を活用して相談窓口や債務整理の方法などの情報提供を行います。

- ・ 関係機関の協力を得ながら、法律の専門家による無料相談会を開催します。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 担当職員の資質の向上
- ・ 相談窓口、早期相談、解決方法に関する周知
- ・ 法律の専門家による無料相談会の実施
- ・ 関係機関との連携

（２）消費者の安全・安心の確保

① 商品・サービスの安全性の確保

【現状・課題】

- ・ 安全性が確保されていない商品・サービスの提供により、消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼすおそれがあるので、事業者がこうした安全性に欠ける商品・サービスを提供しないよう指導する必要があります。
- ・ 特に、食の安全については、消費者にとって重大な関心事項であることから、県の関係部局と連携しながら安全な食品等が供給されるような方策を講じる必要があります。

【方向性】

- ・ 製品の安全性や品質などの適正な表示を事業者には義務づける製品安全三法（消費生活用製品安全法、家庭用品品質表示法、電気用品安全法）に基づき、販売事業者への立入検査・指導を行う市町村に対し、関係業務が円滑に遂行されるよう、研修の実施や、指導・助言を行っています。
- ・ 食品表示が適正に行われるよう、他部局と連携しながら、事業者に対する監視指導を行うとともに、事業者に対して、食品表示に関する正しい知識の普及を進めます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 製品安全三法に基づく立入検査・指導を実施する市町村への指導及び助言
- ・ 他部局との連携による食品等の安全性の確保

② 消費者事故等の情報提供

【現状・課題】

- ・ 悪質商法による財産被害や商品等による製品事故などの消費者事故等は、同種の事故等が繰り返されるおそれがあるため、こうした情報の収集に努めるとともに、事故等の拡大防止のため、国、他の都道府県、市町村、関係機関等と連携し、消費者に対して迅速に情報提供していく必要があります。

【方向性】

- ・ 消費者事故等に関しては、国や国民生活センター、N I T E（独立行政法人 製品評価技術基盤機構）等と連携して情報を収集し、県ホームページ等を活用して消費者への迅速かつ的確な情報提供を行い、被害の拡大防止を図ります。
- ・ 消費者安全法に基づき、消費者事故等の情報については、迅速に国に通知し、被害拡大を防止するとともに、消防、医療、福祉、学校をはじめ、他県、他部局、警察、市町村等とも連携を図り、情報の共有に努めます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 消費者事故等の情報収集
- ・ 県民への情報提供
- ・ 国・他県・他部局間、警察、市町村等との連携による情報共有

③ 不当な取引方法や表示の防止

【現状・課題】

- ・ 高齢や認知症などによる判断力不足に乘じ、強引に不要な契約を結ばされる事案や、不当な表示により消費者を錯誤に陥らせる事案など、不当な取引方法や表示による消費者被害の防止のためには、消費者に不利益を及ぼす不当な取引方法や表示を用いた事業者に対して、厳正な対応が必要です。
- ・ 県境を越えて広域的に活動する事業者もあるため、消費者被害の拡大防止のためには、国や他の都道府県との連携強化を図ることも必要です。

【方向性】

- ・ 消費生活相談や特定商取引法に基づく知事への申出、公益通報等を通じて不当な取引方法を行う事業者の情報を入手した際は、消費生活関連法令に基づき、必要な調査を行った上で改善勧告や事業者名の公表を含めた行政処分等を行い、消費者被害の拡大防止を図ります。
- ・ 指導・処分に当たっては、県関係部局や警察等関係機関との連携を密にして対応します。更に、県境を越えて広域的に活動する事業者に対しては、国や他の都道府県と連携・協力し、不当な取引方法の改善指導等に努めます。
- ・ 不当な表示については、景品表示法のほか、分野別の個別法に基づき適正な指導に努めます。特に、様々な法律が関係する食品表示については、県関係部局や保健所を設置している岐阜市と連携して、定期的に合同監視を実施し、不当な表示によって消費者の利益が損なわれることがないように努めます。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 不当な取引方法や表示の防止のための事業者指導・法執行
- ・ 表示の適正化の推進
- ・ 国・他県・他部局間、警察、市町村等との連携による情報共有

④ 生活関連物資の安定供給

【現状・課題】

- ・ 県民の消費生活に関連性の高い商品（生活関連物資）は、安定した価格で需要に見合う供給がなされることが必要です。

【方向性】

- ・ 県民の消費生活の安定及び向上を図るため、生活関連物資の価格動向を定期的に把握し、県民への情報提供に努めます。
- ・ 海外での事変による輸入の支障や、大規模災害の発生など緊急事態が生じた場合は、県内の小売店における生活関連物資等の需給バランスの動向を把握するとともに、それらの価格の高騰が県民の消費生活に重大な影響を与えると懸念される場合には、調査等速やかに対応します。

【県の主な施策・取組み】

- ・ 生活関連物資等の価格調査の実施
- ・ 県公式ホームページによる情報提供

4 【連】多種多様な団体とのネットワークの構築

(1) 消費者の組織活動の推進

① 消費者団体等との協働

【現状・課題】

- ・ 消費生活情報の提供や消費者に対する教育・啓発などは、行政の取り組みだけでなく、消費者団体や事業者、事業者団体など多様な主体の連携・協働により行われることが必要です。

【方向性】

- ・ 様々な場の特性に応じた消費者教育を効果的に実施するために、消費者団体や事業者、事業者団体等の自主的な活動を支援します。
- ・ 行政、消費者団体、事業者等多様な主体の連携による消費者教育・啓発活動を推進します。
- ・ 事業者に対する指導・処分に当たっては、県関係部局や警察等関係機関との連携を密にして対応します。更に、県境を越えて広域的に活動する事業者に対しては、国や他の都道府県と連携・協力し、不当な取引方法の改善指導等に努めます。(再掲)

【県の主な施策・取組み】

- ・ 消費者団体等への情報提供、自主的な活動の支援
- ・ 消費者団体等との連携による消費者教育・啓発活動の推進
- ・ 事業者団体等との連携による消費者の安全・安心の確保
- ・ 国・他県・他部局間、警察、市町村等との連携による情報共有

② 高齢者・障がい者・若年者等への消費者教育・啓発や見守り活動の推進

【現状・課題】

- ・ 県に寄せられる相談のうち高齢者からの割合は全体の約 3 割を占める(平成 30 (2018) 年度)など、高齢者の消費者被害の未然防止は喫緊の課題です。
- ・ 高齢者や障がい者等は、社会的孤立や判断力の低下等などの要因により、悪質商法の被害に遭いやすい状況にあります。
また、高齢者や障がい者等、本人は自身がだまされていることに気づかず、後で被害に気づいた家族等から相談が寄せられる場合もあり、対応が遅れ、被害回復が困難になる場合も少なくありません。

- ・ 高齢者や障がい者等の消費者被害を未然に防止するためには、悪質商法の手口や対処方法について、本人のみならず、家族や地域の方々、福祉事業者等、日常本人に接する機会の多い方々等、周囲の方へも注意を促す必要があります。
- ・ 若年者に対する啓発を充実・強化していくために、企業等とも連携して啓発に取り組んでいく必要があります。

【方向性】

- ・ 高齢者や障がい者を対象とした出前講座を充実させるとともに、市町村などの地域における高齢者等の見守りネットワークの構築の取り組みを支援します。
- ・ 消費者安全法に規定された「消費者安全確保地域協議会」の設立を推進します。
- ・ 介護サービス事業者や福祉関係団体等と連携しながら、高齢者・障がい者等の啓発や見守り活動を推進していきます。
- ・ 企業や商工会議所等と連携し、新入社員等の若年者を対象とした消費者教育・啓発を強化していきます。

【県の主な施策・取り組み】

- ・ 高齢者・障がい者・若年者等への啓発や見守り活動の推進

（２）消費者意見の反映

① 消費者の県政への参画

【現状・課題】

- ・ 県が実施する消費生活の安定・向上を図るための消費者施策は、県民の意見が反映されることが必要です。

【方向性】

- ・ 施策の推進にあたっては、消費者から寄せられた意見を消費者施策に反映するように努めます。

【県の主な施策・取り組み】

- ・ 岐阜県消費生活安定審議会における意見交換・情報共有
- ・ 消費者団体等との意見交換・情報共有
- ・ 県公式ホームページ、県民意見募集を通じて寄せられる消費者の意見への対応

5 重点項目（成年年齢の引下げへの対応）

消費者教育・啓発については、幼児期から高齢期までの各段階に応じて実施してきたところですが、令和4（2022）年4月には、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることに伴い、若年者の消費者トラブルが拡大するおそれがあります。そのため、若年者に対する消費者施策の更なる推進が必要となっています。

このような状況を踏まえ、本指針の計画期間である令和2（2020）年度から令和6（2024）年度にかけて、「成年年齢の引下げへの対応」を重点項目として取り組んでいきます。

（1）【知】消費者の多様性やライフステージに応じた消費者教育の推進

① 専門的知識を有する外部人材の活用

学校現場において、社会環境等の変化に応じた消費者教育を行っていくために、弁護士等の専門的知識を有する外部人材の活用を進めることにより、消費者教育・啓発を強化していきます。

② 若年者向けに特化した啓発

学校や家庭における消費者教育だけでなく、若年者が集まる場所において、マルチ商法など若年者が被害に遭いやすい悪質商法に係る啓発等を実施するなど、学校教育以外の場における取組も強化していきます。

また、SNSをきっかけとした消費者トラブルなどを防ぐため、若年者向けに、様々な情報を読み解く力と活用できる力を身につけるための消費者教育・啓発を強化していきます。

③ 成年年齢の引下げに対応した教材の作成・活用

若年者が遭いやすい消費者トラブルなど、成年年齢の引下げに対応した内容の教材を作成し、活用することによって、消費者教育・啓発を強化していきます。

（2）【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化

① 相談窓口、消費者ホットラインの周知・啓発

消費生活相談窓口及び消費者ホットラインについて、若年者を中心に周知・啓発に取り組んでいきます。

（3）【連】多種多様な団体とのネットワークの構築

① 企業等と連携した啓発活動

企業や商工会議所等と連携し、新入社員等の若年者を対象とした消費者教育・啓発を強化していきます。

第4章 指針の推進体制と進行管理

1 推進体制

県民の消費生活の安定及び向上を図るための重要な事項を調査審議する「岐阜県消費生活安定審議会（消費者教育推進地域協議会）」において情報交換と調整を行うとともに、指針の策定や修正について協議します。

また、国、他都道府県、県の他部局、市町村、消費者団体、事業者、事業者団体等との連携により効果的な推進に努めます。

2 進行管理

県や市町村だけでなく、地域で展開している様々な消費者施策の取り組み状況について、毎年、岐阜県消費生活安定審議会において報告します。

県の取り組みについては、この指針への位置づけを確認しながら、必要に応じて見直しを行います。

3 消費者施策推進指針に関する目標指標（再掲）

【知】消費者の多様性やライフステージに応じた消費者教育の推進

消費者教育・啓発

項目	基準値 (H30 年度末)	目標値 (R6 年度末)
消費者啓発推進員※1 の研修参加率	53.0%	60%(各年度)
消費者教育教員研修の開催回数及び参加教員数	4 回 192 人	4 回 200 人 (各年度)
消費生活に関する出前講座の小・中・高・大学生の参加者数(累計)※2	3,132 人	18,000 人
消費生活に関する出前講座の高齢者の参加者数(累計)※3	11,296 人	57,000 人

※1 消費者教育の推進及び消費生活に関する普及啓発活動を実施するために、岐阜県が委嘱した者

※2、3 基準値は H28～H30 年度の平均値

【相】消費生活相談窓口の機能の充実・体制の強化

(1) 消費者被害の救済

項目	基準値 (H30 年度末)	目標値 (R6 年度末)
消費生活相談員の有資格者率	70.0%	75%
消費生活相談員の研修参加率	83.3%	100%(各年度)
消費者行政職員の研修参加率	—	80%

(2) 消費者の安全・安心の確保

項目	基準値 (H30 年度末)	目標値 (R6 年度末)
適正な表示に関する事業者向けの講習会の受講者数(累計)*	420 人	2,500 人 (R5 年度末)
食品表示に関する調査の実施回数(合同調査含む)(累計)*	817 回	3,000 回 (R5 年度末)

※ 岐阜県食品安全行動基本計画（第4期）による目標

【連】多種多様な団体とのネットワークの構築

(1) 消費者の組織活動の推進

項目	基準値 (H30 年度末)	目標値 (R6 年度末)
消費者行政事業協働件数	4 件	5 件
消費者安全確保地域協議会の県内人口カバー率	37%	50%

(2) 消費者意見の反映

項目	基準値 (H30 年度末)	目標値 (R6 年度末)
県と消費者団体等との意見交換件数	2 件	3 件

各期の特徴	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		Ver.1.0
					特に若者	成人一般	
重点領域	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を通じた生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自らの行動を始められる時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
	消費がもつ影響力の理解	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済や社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響を伝えよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響を伝えよう
	持続可能な消費の実践	自分の生活と身近な環境とのなかかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指し、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう
	消費者の参画・協働	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むこと的重要性を理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ない暮らし方をすすめる習慣を付けよう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会をつくらう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝えよう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくらう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう	商品に選択し選ぶのとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝えよう
	生活設計・管理する能力	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	消費に関する生活管理の技術を活用しよう	主体的に生活設計を立てて生涯を通じた生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を通じた計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、くらしをしよう	生活環境の変化に対応し、支え合いながら生活を管理しよう
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費生活に関する情報の集め方や活用の方を知らよう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを守ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の評価、選択の仕方について学び、自己決定の大切さを知ろう	消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう

岐阜県消費者施策推進指針（令和2年度～令和6年度）

令和2年3月発行

《発行者》

岐阜県環境生活部県民生活課

岐阜県岐阜市藪田南2-1-1

電話 058-272-8204