

次期愛知県消費者行政推進計画のあり方について

( 答 申 )

2024年11月25日  
愛知県消費生活審議会



# 目次

I	答申に当たって	1
II	計画の基本的な考え方	2
1	基本理念	2
2	計画の位置付け	2
3	計画期間	2
III	消費生活をめぐる現状と課題	3
1	消費者行政の現状	3
2	消費生活相談に関する状況	9
3	県民の消費生活に関する意識	14
4	消費者を取り巻く環境の変化と課題	18
IV	施策の方向性	24
1	計画の体系	24
2	施策体系に基づく取組	26
V	推進体制と進行管理	42
1	推進体制	42
2	消費者団体、事業者団体等との連携・協働	42
3	進行管理	42
4	諸情勢の変化に伴う計画の見直し	42
5	県民への情報提供	42
	参考資料	44
1	答申を取りまとめるまでの経過	44
2	愛知県消費生活審議会委員名簿	45
3	愛知県消費生活審議会専門部会委員名簿	46
4	愛知県消費生活審議会消費者苦情処理委員会委員名簿	46



## I 答申に当たって

愛知県では、消費生活に関する施策を総合的・計画的に推進するため、「愛知県消費者行政推進計画」を策定し、庁内各局と連携して消費者施策を推進してきた。

現行の「あいち消費者安心プラン 2024（第三次愛知県消費者行政推進計画）」（2020年3月策定）は、2024年度をもって計画期間が終了するが、この間、デジタル化の進展や、経済のグローバル化、少子高齢化の進行など、消費者を取り巻く社会経済環境が大きく変化する中で、消費者問題はますます多様化し、広範にわたっている。

現行計画期間内には、「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」を基本理念に、「消費者安全確保地域協議会（高齢者等を消費者被害から守る見守りネットワーク）」の設置拡大や、成年年齢の引下げを踏まえた消費者教育の充実など、大きな成果が見られた一方で、急速なデジタル化への対応や2030年の「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に向けた更なる取組の推進など、引き続き取り組むべき課題も残されている。

次期愛知県消費者行政推進計画は、こうした最近の社会情勢の変化やこれまでの成果を踏まえ、向こう5年間の消費者施策の新たな指針となるものである。

愛知県消費生活審議会では、2024年6月3日、知事から「次期愛知県消費者行政推進計画のあり方について」の諮問を受け、専門部会を設置し、審議を付託した。

専門部会においては、現行計画の成果と課題を分析するとともに、消費者を取り巻く環境の変化等を勘案しながら、審議を重ねてきた。以下は、当該諮問について、専門部会の審議結果を踏まえ、本審議会が取りまとめた答申である。

本審議会は、県がこの答申の趣旨を踏まえて次期計画を策定し、安心・安全で豊かな消費生活の実現に向けて、消費者行政を一層積極的に推進していくことを期待する。

## II 計画の基本的な考え方

### 1 基本理念

安心して安全で豊かな消費生活を営むことは、消費者の権利である。このため、行政は消費者の権利の尊重と自立支援を基調とし、施策を推進することが求められ、事業者はこれに協力するとともに、消費者の視点に立って、安全な商品・サービスの供給、品質等の向上や消費者契約の適正化等により消費者の信頼を確保することが求められている。一方、消費者は、消費生活において自主的かつ合理的に行動することが求められている。

これら行政、事業者及び消費者の相互の信頼を基調とし、それぞれが連携することによって、「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」を目指す。

### 2 計画の位置付け

次期愛知県消費者行政推進計画は、現行計画同様、県民の消費生活の安定及び向上に関する条例第3条<sup>(※1)</sup>及び消費者基本法第4条<sup>(※2)</sup>の規定に基づき、県における消費生活に関する施策を、総合的かつ計画的に推進していくための計画とする。

また、消費者教育の推進に関する法律第10条<sup>(※3)</sup>に基づく「愛知県消費者教育推進計画」の内容を含むものとする。

この計画にある各種消費者関係施策の展開については、消費生活に関わる県政の様々な分野における計画との連携を図り、これらの計画と一体となって総合的かつ計画的に施策を推進する。

※1 県民の消費生活の安定及び向上に関する条例第3条

県は、県民の消費生活の安定及び向上を図るために必要な施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

※2 消費者基本法第4条

地方公共団体は、第2条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状況に応じた消費者施策を推進する責務を有する。

※3 消費者教育の推進に関する法律第10条

都道府県は、（政府が定めた）基本方針を踏まえ、その都道府県内の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めるよう努めなければならない。

### 3 計画期間

2025年度から2029年度までの5年間とする。

### Ⅲ 消費生活をめぐる現状と課題

#### 1 消費者行政の現状

##### (1) 国の消費者行政の動き ～最近の消費者施策の動向～

国では、消費者基本法に基づく「消費者基本計画」や消費者教育の推進に関する法律に基づく「消費者教育の推進に関する基本的な方針」等を策定し、様々な消費者政策を展開してきた。

2020年3月に策定された「第4期消費者基本計画」（計画期間：2020年度～2024年度）では、消費者の利益の擁護・増進が図られるよう着実に成果を上げることを目指し、「消費者被害の防止」や持続可能な社会の形成に向けた「協働による豊かな社会の実現」、「デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応」などを基本方針として定めている。2021年6月には、新型コロナウイルス感染症の流行に伴う消費生活の変化を踏まえ、一部改定を行った。

2023年3月に変更された「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（対象期間：2023年度～2029年度）では、幼児期から高齢期までライフステージに応じた体系的・継続的な消費者教育の必要性やデジタル化に対応した消費者教育の推進が示されている。

最近では、社会全体のデジタル化の進展や消費生活相談現場における新たな課題を踏まえ、消費生活相談等について目指す将来像等を示した「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン」を策定し、消費生活相談のDX化を推進している。

また、様々な消費者被害の発生に対応するため、消費者関連法令の制定・改正を行っており、2022年12月には、靈感商法を含めた悪質商法対策への社会的な要請の高まりを受け、消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法を一部改正するとともに、「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」を整備した。

加えて、機能性表示食品において健康被害が発生したことを踏まえ、消費者庁では、2024年4月に「機能性表示食品を巡る検討会」を設置し、機能性表示食品の安全性のあり方等について、報告書を取りまとめている。

なお、現行の「第4期消費者基本計画」の計画期間は2024年度までとなっており、2025年度から5年間を計画期間とする「第5期消費者基本計画」が策定される予定となっている。

#### 〈消費者関連法令の主な改正等〉

##### ■ 特定商取引に関する法律（特定商取引法）の一部改正

売買契約に基づかない送付商品に係る規定の改正〔2021年7月6日施行〕

通信販売（詐欺的な定期購入商法対策）に関する規定の追加及び電磁的方法によるクーリング・オフの導入等〔2022年6月1日施行〕

契約書面等の電磁的方法による交付の導入等〔2023年6月1日施行〕

- 民法の一部改正（成年年齢関係）〔2022年4月1日施行〕  
成年年齢を20歳から18歳に引下げ
- 取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律の制定〔2022年5月1日施行〕  
取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売取引の適正化及び紛争解決の促進に資する指針の策定  
販売業者の情報開示を請求できる権利の創設
- 預託等取引に関する法律（預託法）の一部改正〔2022年6月1日施行〕  
販売を伴う預託等取引の原則禁止
- 公益通報者保護法の一部改正〔2022年6月1日施行〕  
事業者に対して「通報窓口の設置」等の体制整備を義務化  
事業者の内部通報担当者に守秘義務
- 法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律の制定〔2023年1月5日施行〕  
寄附の勧誘に当たっての配慮義務の制定  
法人等による不当な寄附の勧誘を禁止
- 消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法の一部改正〔2023年1月5日施行〕  
靈感商法に対する取消権行使範囲拡大及び行使期間の伸長  
再発防止を目的とした事業者名の公表
- 消費者契約法の一部改正〔2023年6月1日施行〕  
契約の取消権の追加  
免責の範囲が不明瞭な条項の無効  
事業者の努力義務の拡充
- 不当景品類及び不当表示防止法の一部改正〔2024年10月1日施行〕  
確約手続の導入  
課徴金制度の見直し及び直罰の新設

## （2）愛知県における消費者行政の現状

～「あいち消費者安心プラン2024（第三次愛知県消費者行政推進計画）」の推進～

県では、県民の消費生活における利益の擁護及び増進に関し、県及び事業者の果たすべき責務並びに消費者の果たすべき役割を明らかにするとともに、県の実施する施策について必要な事項を定めることにより、消費者の権利の確立を図り、もって県民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的に「県民の消費生活の安定及び向上に関する条例（昭和50年愛知県条例第39号）」を制定している（2002年12月最終改正）。本条例に基づき、県は、県民の消費生活の安定及び向上を図るために必要な施策を策定・実施する責務を有している。

2010年3月には、消費者を取り巻く環境の変化や国の動きに対応するため、消費者行政分野における初めての総合計画となる「愛知県消費者行政推進計画」（計画期間：

2010年度から5年間)を策定した(2012年12月一部改定)。

その後の社会情勢の変化や新たな課題に的確に対応するため、2015年3月には、「第二次愛知県消費者行政推進計画(あいち消費者安心プラン2019)」、2020年3月には「あいち消費者安心プラン2024(第三次愛知県消費者行政推進計画)」(以下「第三次計画」という。)を策定し、消費生活に関する施策を総合的かつ計画的に推進してきた。

第三次計画においては、「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」を基本理念とし、県が取り組む施策の柱となる三つの目標(「消費者被害の救済・未然防止の強化」、「主体性のある消費者の育成」、「消費生活の安全・安心の確保」)を定め、その目標に沿って19の取組を体系化し、関係局、市町村等と連携を図りながら150の施策を実施している。

主な取組として、「あいち多文化共生センター」と連携した多言語による外国人県民向け相談体制の構築や高齢者等を消費者被害から守る見守りネットワークの設置拡大を進めた。「高齢者等見守りネットワーク」の人口カバー率は、2018年度の17.9%から2023年度末時点で92.0%(設置市町村数:36市町)となっており、設置が大幅に拡大している。悪質な事業者等に対しては、調査力の向上など、被害防止に向けた事業者指導の強化に努め、2020年度から2023年度までに32件(呼出:10件、来庁時:22件)の事業者指導を実施した。

また、2022年4月の成年年齢の引下げを踏まえ、学校等における消費者教育の充実に取り組むとともに、公正かつ持続可能な社会の形成に向け、「エシカルあいち宣言」の実施など、「エシカル消費」の普及啓発を進めた。

さらに、消費生活モニターから提供される不適正な表示等に関する情報を必要に応じて関係局と共有するなど、身近な商品・サービスの安全・安心の確保に向けた取組を関係局と連携して推進し、また、商品等による事故を未然に防止するため、ウェブサイトやSNS等を通じた注意喚起を行っている。

計画の進捗状況は、毎年度、愛知県消費生活審議会に報告しており、「概ね順調に進捗している」との評価を受けている。

● 「あいち消費者安心プラン2024」に係る施策(150施策)の進捗状況に対する評価

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
A:計画どおりに進捗した	93	110	119	129
B:ほぼ計画どおりに進捗した	30	23	14	12
C:計画どおりに進捗しなかった	25	15	13	5
-:評価せず	2	2	4	4

今後の県の消費者行政を一層進めていくに当たっては、これまでの取組を継承・発展させていくとともに、継続して取り組むべき課題や新たな課題への対応を、着実にやっていく必要がある。

## ◆ 第三次計画の主な取組状況

### 目標1 消費者被害の救済・未然防止の強化

#### ■ 愛知県消費生活総合センターの機能強化

2015年に設置した愛知県消費生活総合センターを高度な相談対応力と市町村支援機能を備える「地域における中核的相談機関」（センター・オブ・センターズ）として機能強化

- ・専門分野チーム・研究会における調査、研究
- ・弁護士会との連携
- ・消費生活相談員の研修の充実
- ・消費生活相談員人材バンクによる相談員候補者の情報提供
- ・市町村ホットラインによる市町村における相談処理の支援
- ・巡回指導・OJT研修による市町村相談員の支援

#### ■ 多言語による相談体制の構築

「あいち多文化共生センター」と連携し、多言語による外国人県民向けの消費生活相談体制を構築

#### ■ 高齢者等を消費者被害から守る見守りネットワークの拡大

高齢者等を消費者被害から守るため、「消費者安全確保地域協議会」の仕組みを活用し、地域社会全体で高齢者等を見守るネットワークの拡大を推進し、第三次計画の数値目標（人口カバー率85%以上）を達成

#### ■ 被害防止に向けた事業者指導の強化

消費者被害の未然防止に向けて、調査力の向上に努めるとともに、事業者に対する指導・調査等を適切に実施（事業者指導件数：2020年度～2023年度 32件（呼出：10件、来庁時：22件））

#### 【数値目標等の進捗状況】

項目	数値目標等		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
	現状（2018年度）	目標（2024年度）				
消費生活相談あっせん解決率	88.3%	95%以上	84.7%	87.3%	92.7%	85.0%
消費者被害防止に取り組む高齢者等の見守りネットワークの人口カバー率	17.9%	85%以上	65%	74%	82.0%	92.0%
悪質事業者に対する厳正な法執行	適正に実施 (処分量数1件)	適正に実施	適正に実施 (処分量数4件)	適正に実施 (処分量数2件)	適正に実施 (処分量数2件)	適正に実施 (処分量数0件)
商品等の表示に係る店頭調査件数	36件	40件 (毎年度)	48件	59件	59件	41件

#### 【評価と課題】

- 愛知県消費生活総合センターは、「地域における中核的相談機関」として、高度な相談対応力と市町村支援機能を備えており、県と市町村が適切な役割分担の下で連携し、引き続き同センターを中心として、地域の消費者問題解決力の強化に向けて取り組んでいく必要がある。
- 住民に身近な相談窓口である市町村消費生活センター等の機能強化に向け、支援を行うとともに、消費生活相談員の担い手不足の解消に向けた対策を行う必要がある。
- 「高齢者等見守りネットワーク」については、計画期間中に人口カバー率が92%に達し、大きな進展があった。今後は、様々な関係機関と連携し、同ネットワークが有効に機能するよう市町村を支援することが重要である。
- 消費者被害の防止には、悪質な事業者に対する指導・調査等を適切に実施する必要がある。迅速な事業者指導を行うとともに、法執行体制の強化が必要である。

## 目標2 主体性のある消費者の育成 [愛知県消費者教育推進計画]

### ■ 様々な場における消費者教育の推進

消費者が自主的かつ合理的な選択が行うことができるよう学校や地域社会における消費者教育を推進

- ・成年年齢引下げを踏まえた学校等における消費者教育の充実
- ・消費者教育コーディネーターによる高等・特別支援学校への実践的授業の支援
- ・小・中学生向けの消費者教育教材の開発及び配布
- ・消費者教育研究校の指定
- ・消費者教育勉強会の開催
- ・消費者教育の担い手の育成・支援
- ・消費者教育出前講座の実施
- ・消費生活情報サイト「あいち暮らしWEB」、SNSを活用した情報発信の充実

### ■ 公正かつ持続可能な社会の実現に向けた支援

「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に向け、「エシカル消費」の普及促進に取り組むとともに、地産地消の推進や食品ロス削減に向けた取組を実施

- ・「エシカルあいち宣言」の実施
- ・エシカル消費ポータルサイトの開設
- ・「いいともあいち運動」による地産地消の推進
- ・「食育ネットあいち」等による情報発信



愛知県エシカル消費ロゴマーク

### 【数値目標等の進捗状況】

項目	数値目標等		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	
	現状（2018年度）	目標（2024年度）					
消費者教育教材「社会への扉」を活用した実践的授業の実施率	県立高等学校	21.5%	100% (毎年度)	98.0%	100%	95.3%	93.3%
	県立特別支援学校	3.4%	100% (毎年度)	93.5%	93.5%	90.0%	93.3%
	私立高等学校等	0%	70%以上 (毎年度)	92.2%	98.8%	80.0%	78.8%
「消費者教育担い手（団体等）リスト」の登録件数	76件	100件以上	78件	79件	80件	91件	
ウェブサイト「あいち暮らしWEB」へのアクセス件数	427,111件 (2015～2018年度平均)	430,000件 (毎年度)	533,383件	598,987件	510,981件	491,823件	
エシカル消費ポータルサイトへのアクセス件数	—	5,000件 (毎年度)	2021年3月26日 開設	137,494件	156,769件	205,345件	
SNS等のフォロワー件数	781件 (2020年2月末現在)	1,500件	359件	433件	284件	776件	

### 【評価と課題】

- 小・中学生向けの消費者教育教材の開発を始め、成年年齢の引下げを踏まえた消費者教育の充実に取り組み、学校等を中心とした消費者教育を推進した。引き続き、学校等における消費者教育を推進していくとともに、消費者教育コーディネーターによる消費者教育の支援の充実に取り組む必要がある。
- 計画期間中は、SNS等の様々な情報発信ツールの活用を開始した。引き続き様々な媒体で情報発信を行うとともに、各媒体の周知を図り、消費者の特性に応じた適切な情報発信を行う必要がある。
- エシカル消費については、引き続き認知度の向上と具体的な行動の周知・啓発に努める必要がある。

## 目標3 消費生活の安全・安心の確保

### ■ 身近な商品・サービスの安全・安心の確保

食に関する総合的な安全対策を推進し、食の安全・安心の確保を図ったほか、各種法令に基づく立入検査等による商品・サービスの安全確保、消費者事故等の未然防止対策等を推進

- ・生産から消費までの一貫した食の安全対策の推進
- ・食品衛生監視指導計画に基づく効率的な監視指導
- ・表示に係る関係機関との協力体制の強化
- ・消費生活モニターによる情報収集
- ・関係法令に基づく関係事業者に対する監視・指導及び検査体制の充実
- ・消費者事故情報の収集・報告と消費者への速やかな情報提供

#### 【数値目標等の進捗状況】

項目	数値目標等		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
	現状（2018年度）	目標（2024年度）				
食品衛生責任者の養成人数	—	5,550人 (毎年度)	—	4,472人	1,417人	1,690人
家畜保健衛生所による県内畜産農家（小規模を除く）への立入検査実施率	100%	100%	100%	100%	100%	100%
消費者事故の未然防止に向けた情報発信回数	60回	100回以上 (毎年度)	126回	200回	131回	115回

#### 【評価と課題】

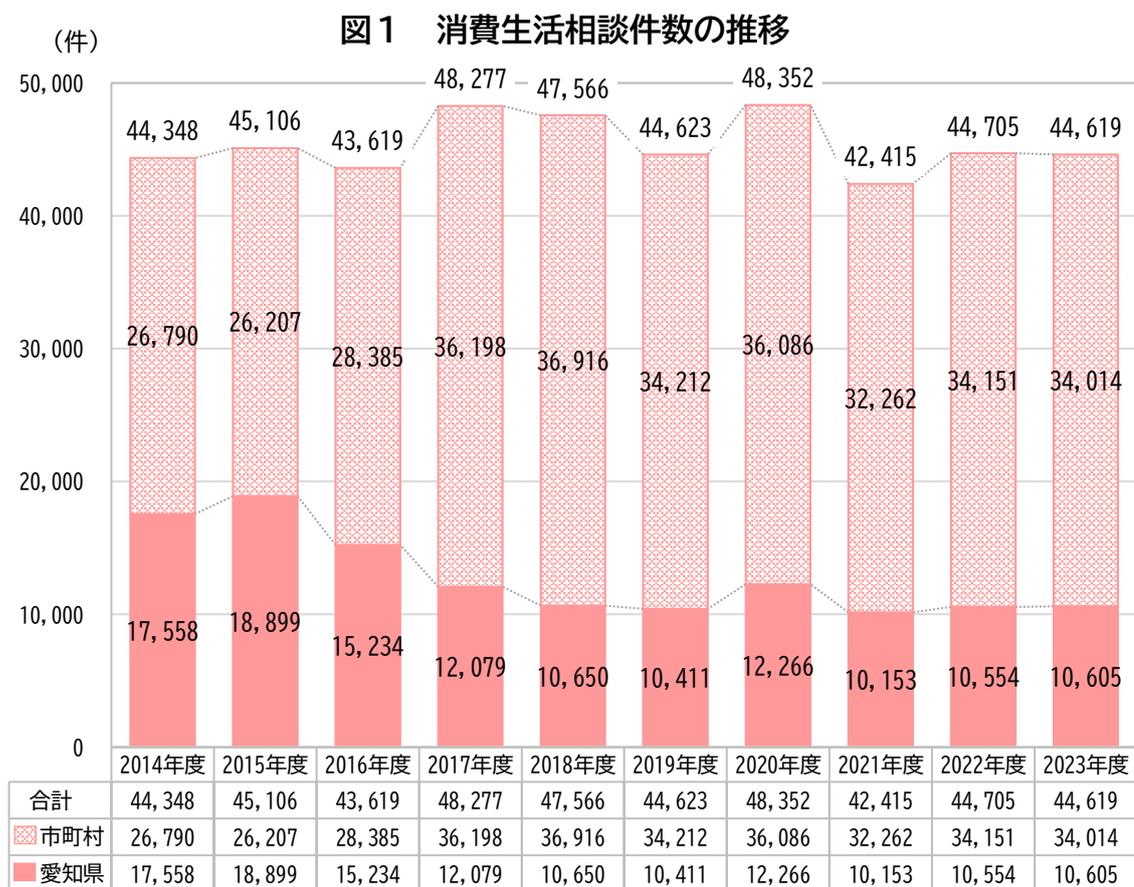
- 消費生活の安全・安心の確保に向け、関係法令に基づく検査等を適切に実施しており、引き続き、効果的な方法により実施していくことが必要である。
- 消費者事故等の注意喚起・情報提供について、情報発信を強化していく必要がある。

## 2 消費生活相談に関する状況

### (1) 多様化・複雑化する消費生活相談

愛知県消費生活総合センター及び市町村の消費生活相談窓口にて2023年度に寄せられた消費生活相談件数は、44,619件で、2014年度以降年間45,000件程度で推移している。

そのうち、市町村の消費生活相談窓口で受け付けた相談は、2017年度以降、全体の約4分の3を占め、身近な相談窓口である市町村が重要な役割を担っている(図1)。



出典：愛知県消費生活総合センター調べ

商品・サービス別相談件数では、2022年度を除き、身に覚えのない架空請求など商品が特定できない「商品一般」に関する相談が最も多くなっている(表1)。

特徴的な相談として、2023年度には、20歳代・30歳代の若年者を中心に、「美容医療」に関する相談が急増した(図2)。

また、「化粧品」や「健康食品」の「定期購入」に関する相談は、50歳以上の年代を中心に依然として多く寄せられている(図3)。

さらに、「賃貸アパート」に関する相談が前年度に比べて増加しており、20歳代・30歳代の割合が高い傾向にある(図4)。

表1 商品・サービス別相談件数の推移

単位:件

年度 順位	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
1	商品一般 5,611	商品一般 4,974	商品一般 3,828	化粧品 4,112	商品一般 4,279
2	デジタルコンテンツ 4,038	デジタルコンテンツ 4,302	化粧品 2,160	商品一般 3,758	化粧品 3,189
3	健康食品 2,711	健康食品 3,080	賃貸アパート 1,499	賃貸アパート 1,447	賃貸アパート 1,582
4	化粧品 1,888	化粧品 1,849	娯楽等情報 配信サービス 1,425	健康食品 1,436	健康食品 1,504
5	賃貸アパート 1,383	賃貸アパート 1,453	健康食品 1,418	工事・建築 1,345	工事・建築 1,293
6	工事・建築 1,340	工事・建築 1,364	工事・建築 1,350	娯楽等情報 配信サービス 1,287	フリーローン・サラ金 1,124
7	インターネット接続回線 1,338	インターネット接続回線 1,179	フリーローン・サラ金 982	エステティックサービス 1,116	娯楽等情報 配信サービス 1,114
8	フリーローン・サラ金 1,155	保健衛生品 その他 1,173	インターネット接続回線 965	フリーローン・サラ金 980	四輪自動車 1,064
9	四輪自動車 851	フリーローン・サラ金 1,028	紳士・婦人洋服 929	紳士・婦人洋服 926	紳士・婦人洋服 859
10	携帯電話サービス 770	紳士・婦人洋服 995	携帯電話サービス 888	四輪自動車 849	エステティックサービス 846

図2 「美容医療」に関する相談件数の推移

単位:件

区分	全体	年代別内訳								
		18歳未満	18・19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答
2019年度	107	0	1	43	19	20	12	3	3	6
2020年度	102	1	1	50	20	13	8	3	0	6
2021年度	161	3	3	59	36	28	22	1	2	7
2022年度	192	0	6	64	54	37	15	6	2	8
2023年度	472	3	15	181	121	78	44	18	1	11

図3 「定期購入」に関する相談件数の推移

単位:件

区分	全体	年代別内訳								
		18歳未満	18・19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答
2019年度	2,834	237	139	315	305	534	676	350	201	77
2020年度	3,091	244	119	281	304	631	711	438	274	89
2021年度	3,036	190	65	198	211	466	666	510	578	152
2022年度	5,089	155	50	135	256	751	1,423	1,131	1,020	168
2023年度	4,365	76	47	117	191	503	1,063	1,061	1,142	165

出典:愛知県消費生活総合センター調べ〔表1及び図2・3〕

図4 「賃貸アパート」に関する相談件数の推移

単位：件

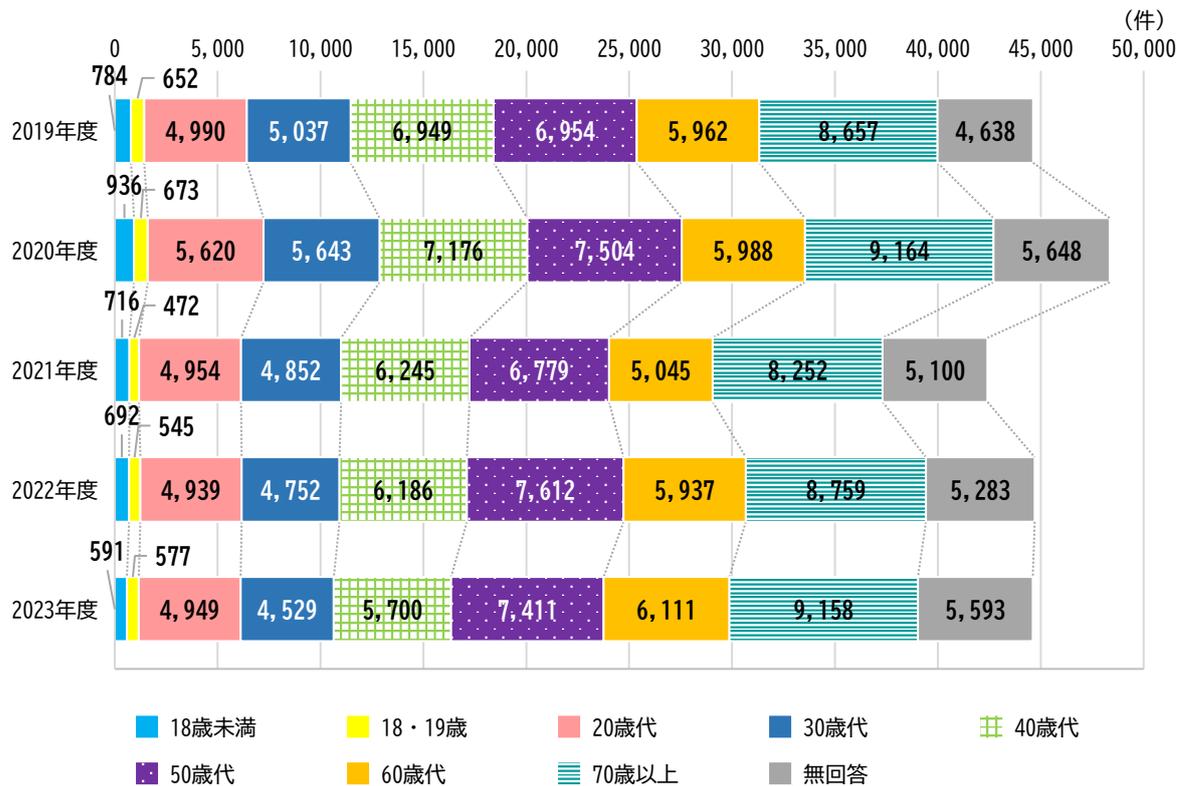
区分	全体	年代別内訳									
		18歳未満	18・19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答	
2019年度	1,383	1	12	239	318	260	170	113	92	178	
2020年度	1,453	0	6	257	315	245	192	124	93	221	
2021年度	1,499	0	7	308	345	259	185	91	103	201	
2022年度	1,447	0	11	264	329	242	196	118	87	200	
2023年度	1,582	0	12	305	334	263	222	108	103	235	

出典：愛知県消費生活総合センター調べ

(2) 契約当事者の年代別相談状況

契約当事者の年代別の相談件数は、60歳以上が増加傾向にあり、2023年度では、全体のおよそ35%を占めている（図5）。また、18・19歳については、他の年代と比べて相談件数は少ないものの、若干の増加が見られた。

図5 年代別相談件数の推移

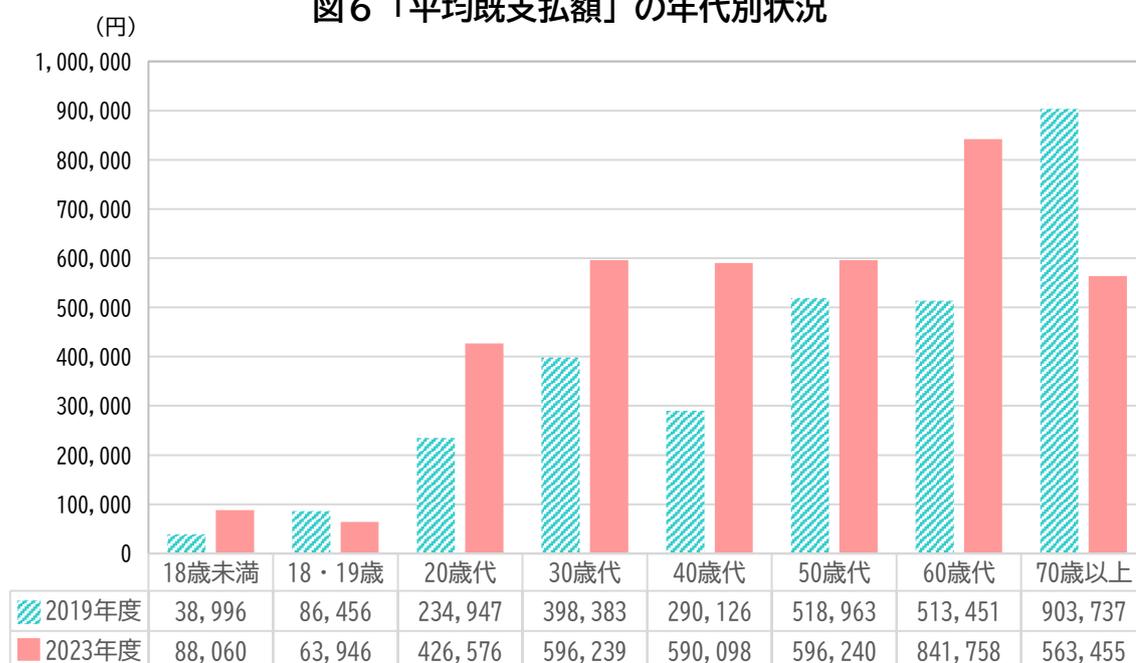


出典：愛知県消費生活総合センター調べ

### (3) 消費者被害の状況

2023年度の年代別の「平均既支払額」を見ると、60歳代で80万円を超えており、他の年代に比べ高額になっている。また、30歳代から70歳代までの年代でも平均支払額が60万円程度となっているなど、2019年度と比べて被害額が増えている年代が多く見られており、消費者被害の深刻さを表している（図6）。

図6 「平均既支払額」の年代別状況



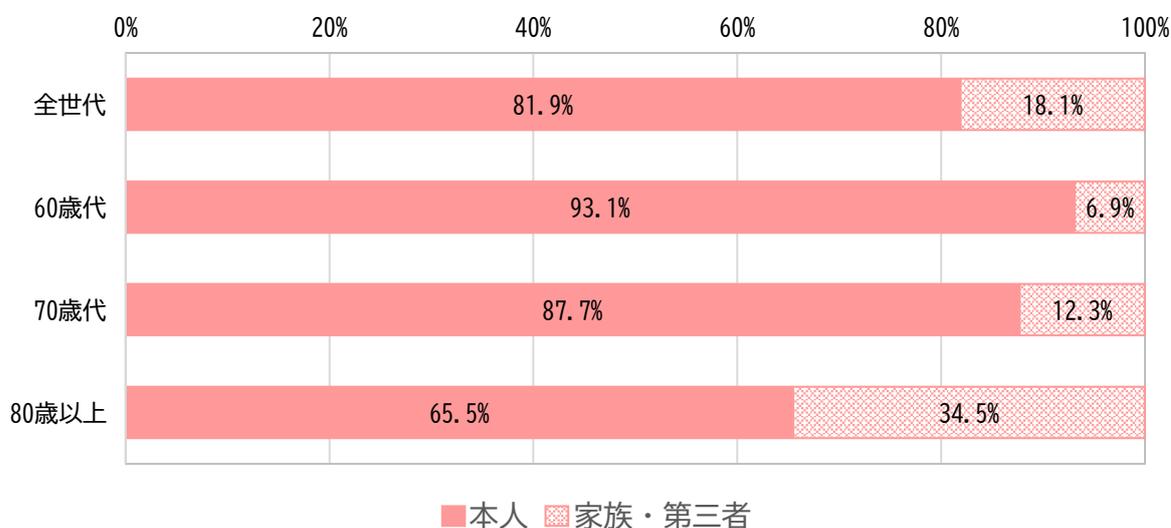
出典：愛知県消費生活総合センター調べ

### (4) 相談者の内訳

2023年度の相談における相談者の割合を年代別に見ると、高齢になるほど、家族・第三者から寄せられることが多くなっている。

特に、80歳以上では、家族・第三者からの相談が3割を超えており、高齢者を消費者被害から守る家族や周囲の取組の重要性を示している（図7）。

図7 相談に占める本人と家族・第三者の割合(2023年度)



出典：愛知県消費生活総合センター調べ

## (5) 消費生活相談窓口の現状

県では、2015年度に愛知県消費生活総合センターを設置し、「地域における中核的相談機関（センター・オブ・センターズ）」として機能強化を進めてきた。また、市町村においては、消費生活センターの設置が進み、現在、県内50市町村において、消費生活センターが設置されている。

愛知県消費生活総合センターには、2024年4月時点で22名の消費生活相談員（会計年度任用職員）が在籍している。消費者庁が2023年度に実施した「消費生活相談員、相談業務に関するアンケート」によると、全国の都道府県及び市区町村の消費生活相談員の採用職種は、会計年度任用職員が7割以上を占めている。

消費生活相談員の配置状況を年代別に見ると、愛知県消費生活総合センターでは、45.5%が60歳以上となっている。また、消費者庁の「令和5年度地方消費者行政の現況調査」によると、60歳以上の消費生活相談員の割合は、県内市町村の消費生活センター等においては52.4%、全国の都道府県及び市町村の消費生活センター等においては48.2%を占めている（表2）。

表2 消費生活相談員の年代別配置状況

単位：人

	30歳代以下	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	計
愛知県消費生活総合センター (2024.4.1時点)	0 (0.0%)	4 (18.2%)	8 (36.4%)	10 (45.5%)	0 (0.0%)	22 (100.0%)
県内市町村 (2023.4.1時点)	2 (1.2%)	24 (14.3%)	54 (32.1%)	67 (39.9%)	21 (12.5%)	168 (100.0%)
全 国 (2023.4.1時点)	104 (3.1%)	411 (12.3%)	1,210 (36.3%)	1,336 (40.1%)	271 (8.1%)	3,332 (100.0%)

出典：消費者庁「令和5年度地方消費者行政の現況調査」（県内市町村及び全国）

※全国の数値は、都道府県及び市町村の消費生活相談窓口（消費生活センター含む）の状況（2023年4月1日時点）

消費生活相談現場をめぐっては、消費生活相談員の担い手不足や高齢化が愛知県内を含め全国的な課題となっている。今後も消費生活センターが継続的に機能していくためには、消費生活相談員が十分に力を発揮することができるよう、環境整備や相談処理の支援に取り組むとともに、報酬を含む処遇等に対する課題を踏まえながら、特に若い世代の消費生活相談員の人材確保に向けた対策が求められる。

### 3 県民の消費生活に関する意識

#### (1) 消費者トラブルの経験

2023年7月に愛知県が実施した「2023年度県政世論調査」によると、ここ1～2年の間に消費者トラブルに遭った経験がある人は、22.7%となっており、2018年調査と比較して18.5ポイント減少している（図1）。消費者トラブルの経験を項目別に見ると、2018年調査と比較して全ての項目で減少しており、特に「苦情を言っても対応されなかった」については9.0ポイント減少した。また、2018年度は「架空請求」に関する相談が非常に多く寄せられた時期に当たることから、「利用した覚えのない請求や不当に高額な請求を受けた」についても、2018年調査と比較して6.4ポイント減少となった。なお、2018年調査、2023年調査のいずれにおいても、最も多いトラブルは、「商品やサービスの品質・機能に問題があった」（12.6%）となっている（図2）。

図1 消費トラブルの経験（経年比較）

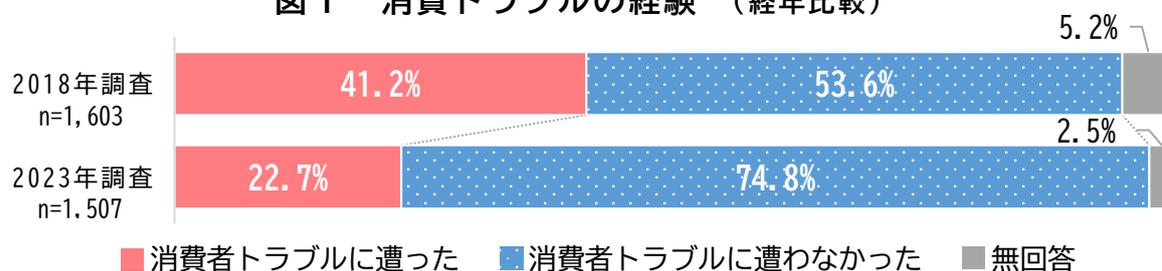
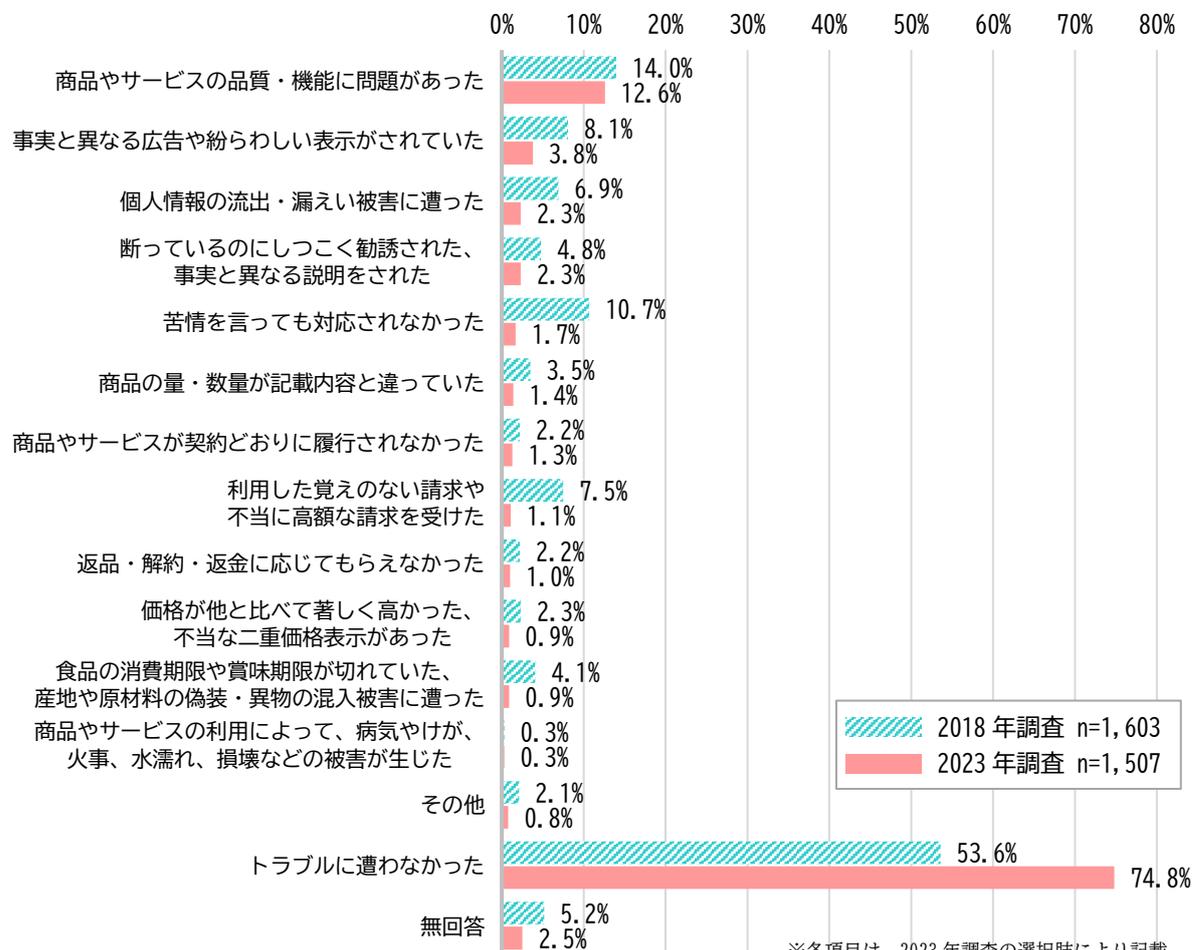


図2 消費者トラブルの経験（複数回答・経年比較）



## (2) 消費者トラブルの相談先

ここ1～2年の間に消費者トラブルに遭った経験がある人のうち、52.3%が「どこにも相談しなかった」と回答している(図3)。その理由は、「被害が小さかったから」が最も多く、次いで「面倒だったから」となっているが、「どこに相談したらいいかわからなかったから」と回答した人も13.4%となっている(図4)。

図3 消費者トラブルの相談先(複数回答)

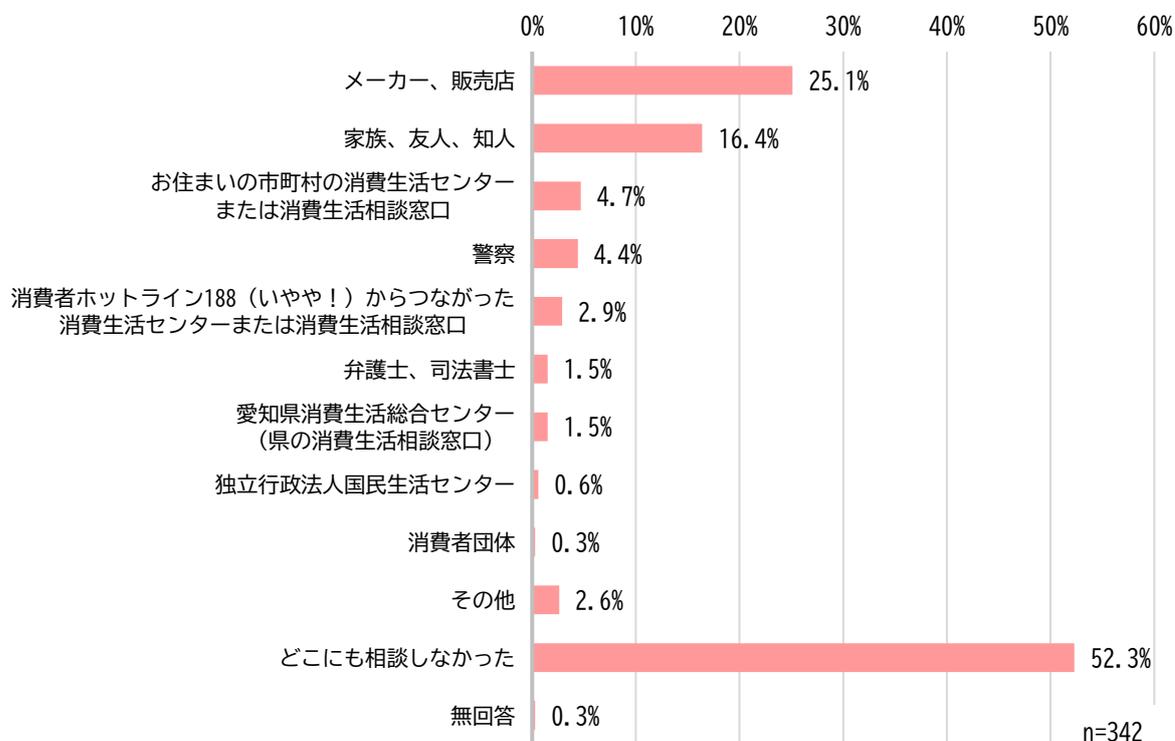
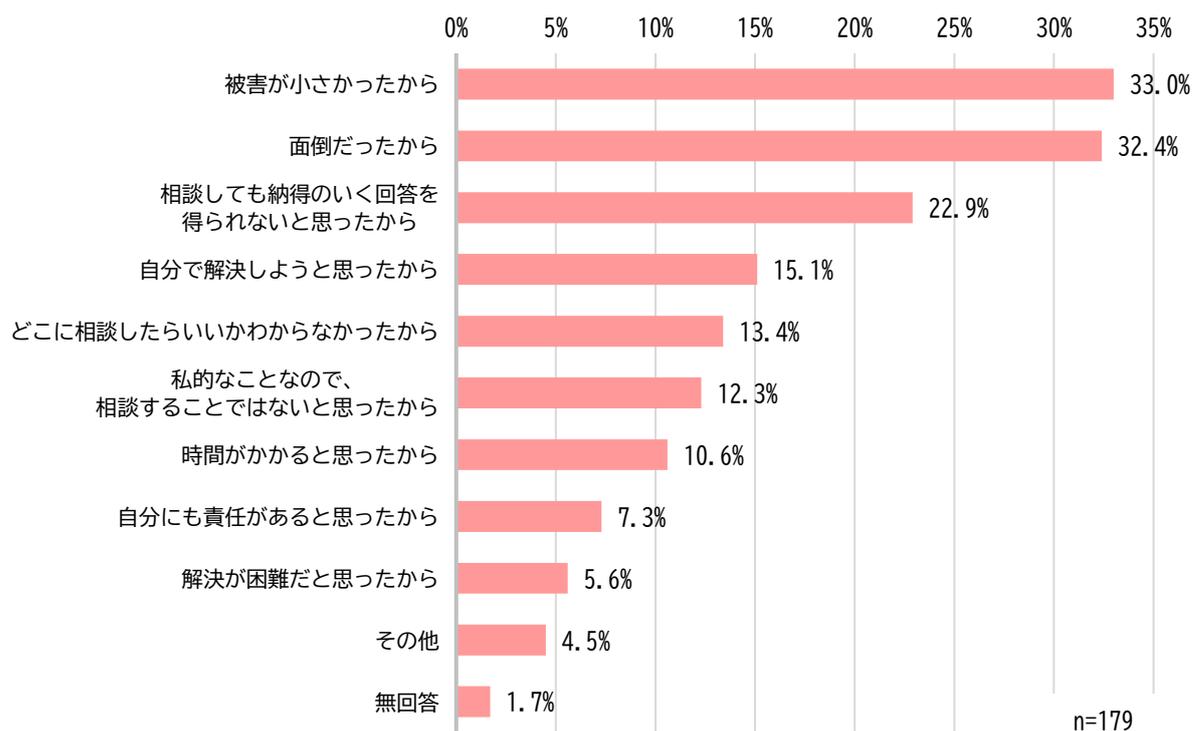


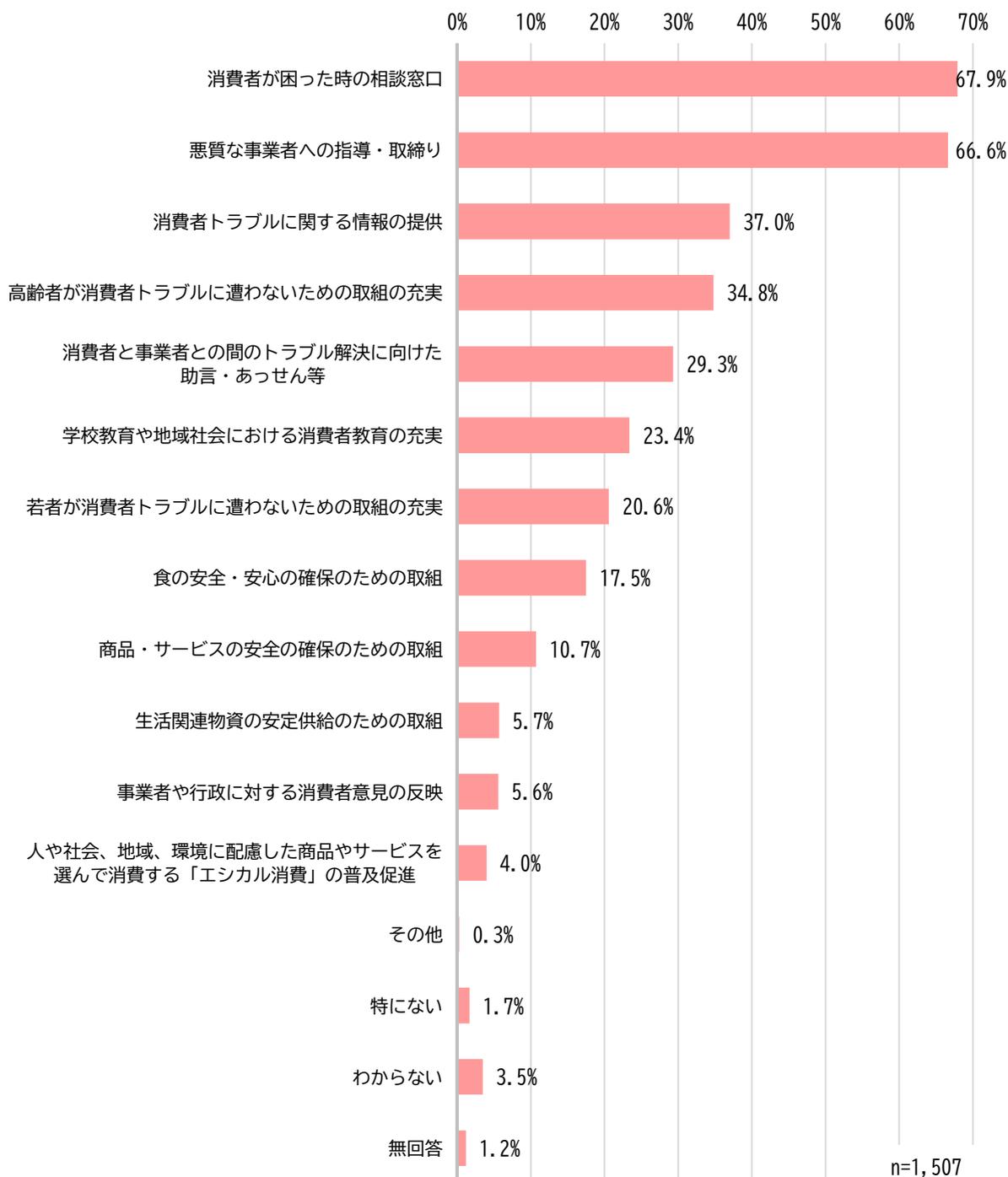
図4 相談しなかった理由(複数回答)



### (3) 消費者行政に対する期待

愛知県では、「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」を基本理念に、消費者行政に取り組んでいる。こうした社会の実現のために必要だと思うことについては、「消費者が困った時の相談窓口」(67.9%)という意見が最も多く、次いで、「悪質な事業者への指導・取締り」(66.6%)となっている(図5)。

図5 基本理念の実現のために必要だと思うこと  
(複数回答)



#### (4) 高齢者や若者の消費者トラブル防止のための対策

高齢者の消費者トラブル対策として有効だと思うことについては、「家族や親族で日頃から話し合いをする」(57.6%)という意見が最も多く(図6)、一方、若者の消費者トラブル対策として有効だと思うことについては、「小中学校、高等学校等の授業などで消費者教育を充実する」(67.6%)という意見が最も多くなっている(図7)。また、高齢者・若者ともに「悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」が2番目に多くなっている。

図6 高齢者の消費者トラブル対策に有効だと思うこと  
(複数回答)

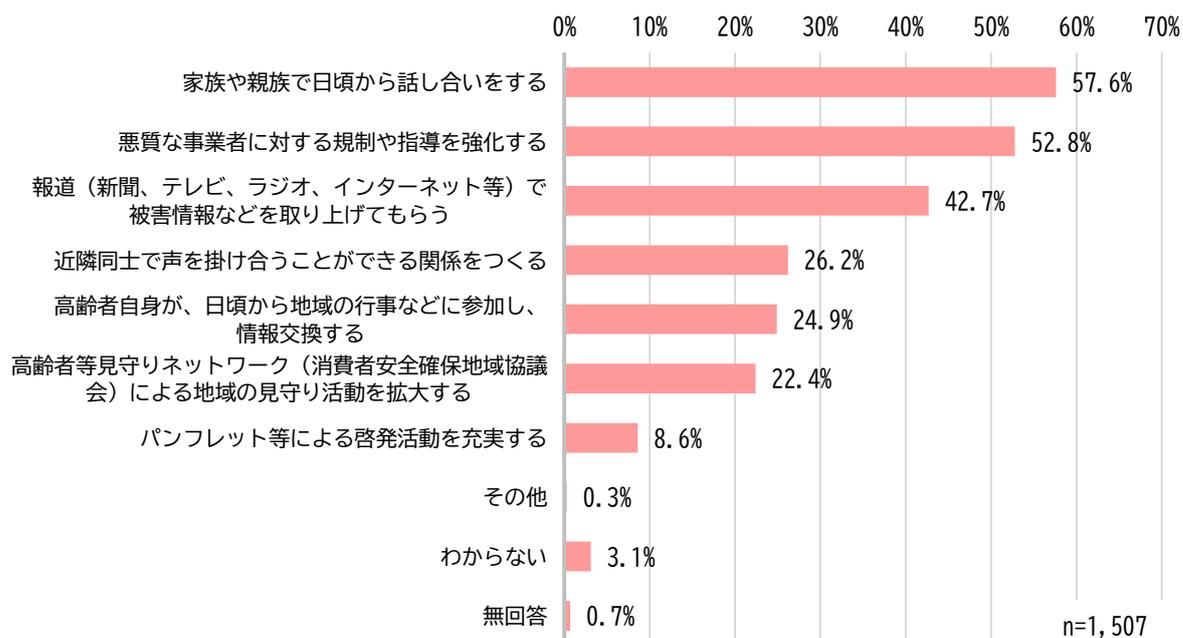
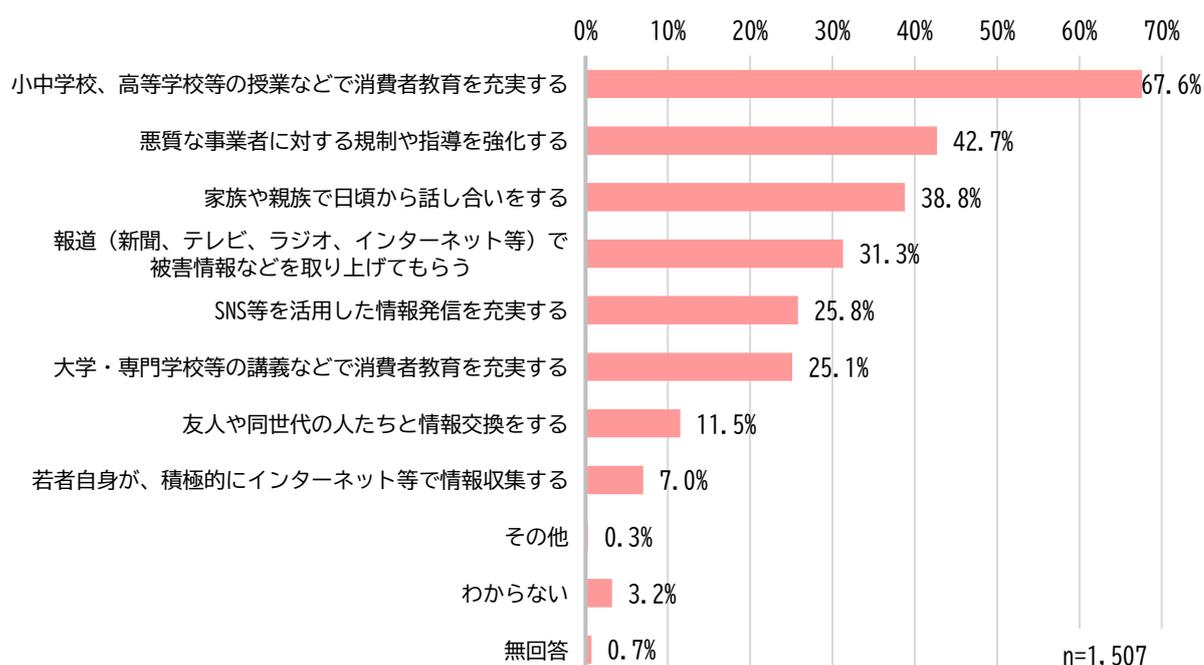


図7 若者の消費者トラブル対策に有効だと思うこと  
(複数回答)



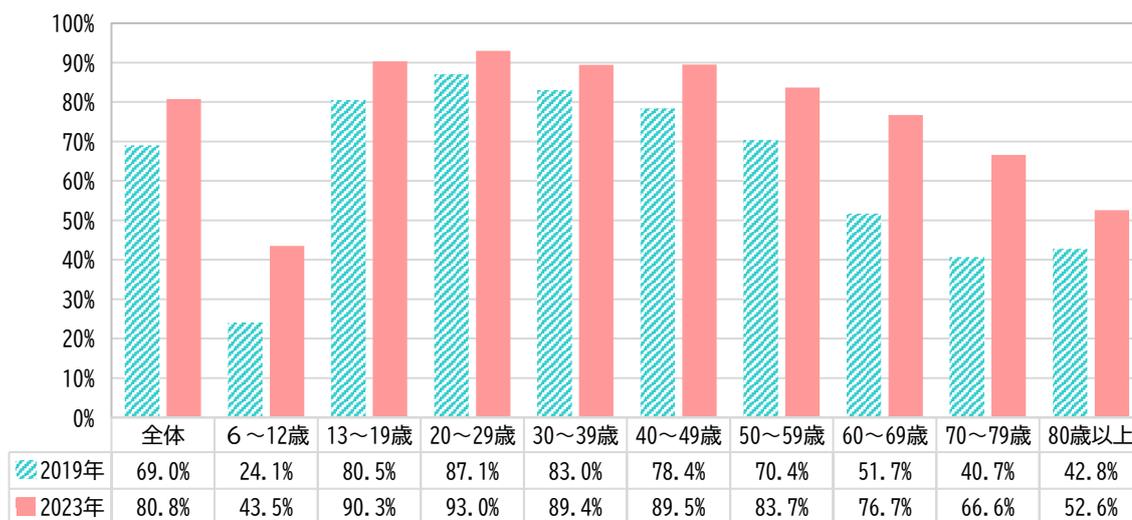
## 4 消費者を取り巻く環境の変化と課題

### (1) デジタル化の進展

情報通信技術の発達と情報通信機器・サービスの普及により、デジタル化が急速に進展している。新型コロナウイルス感染症の拡大以降、インターネットショッピングやキャッシュレス決済サービスの利用が加速し、私たちの生活に広く普及した。

また、通信利用動向調査（総務省）によると、SNSの利用者は、2019年と比較して、全ての年代で増加しており（図1）、SNS上での広告や勧誘などが消費者の意思決定に大きな影響を与えている。

図1 年齢階層別SNSの利用状況

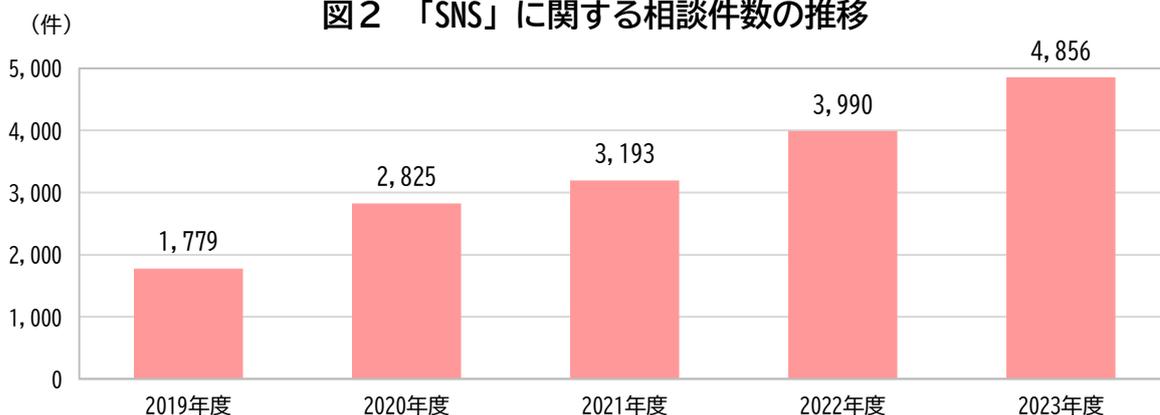


出典：総務省「通信利用動向調査」

さらに、消費者に関する情報を収集して分析し、消費者の行動等を予測する手法にAI技術が活用されており、個々の消費者に合わせた商品・サービスの広告が表示されるなど、AI技術の発展が消費者の消費行動に対して影響を与えていると考えられる。

デジタル化の進展により、消費者の利便性が大きく向上する一方で、インターネット等の情報通信技術の恩恵を受けられないことで生じる情報格差（デジタルデバイド）の拡大やインターネットショッピングやSNSに関する消費者トラブルの増加などが問題となっている（図2）。

図2 「SNS」に関する相談件数の推移



出典：愛知県消費生活総合センター調べ

また、AI 技術が、偽情報の作成・拡散等に悪用される危険もあり、消費者被害につながる詐欺的な手口がますます巧妙化していくことや、デジタル化の更なる進展により、新たな消費者トラブルの発生が懸念される。

デジタル化の進展に伴う消費者トラブルを防止し、効果的な消費者教育を行うため、消費生活相談員を始めとした多様な消費者教育の担い手の育成を進めるとともに、消費生活に関連する情報教育等と連携した消費者教育を進める必要がある。また、消費者に対する効果的な情報発信ツールとして、SNS 等の活用が求められる。

さらに、多様化・複雑化する消費者トラブルに対応するため、消費生活相談員の資質向上など、消費生活相談センターの機能強化が重要である。

## (2) 高齢化の進行

愛知県の 65 歳以上人口は、令和 2 年国勢調査（2020 年）で 190 万 7392 人（県人口の 25.3%）となり、前回平成 27（2015）年調査時から 12 万 9685 人増加し、高齢化が進行している。このうち、単独世帯の人口についても、32 万 3769 人（65 歳以上人口の 17.4%）と増加しており、高齢世帯の独居化も進んでいる。国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」によると、2030 年には、県の総人口に占める 65 歳以上人口の割合は、27.3%となると予測されており、今後さらに高齢化が進行すると考えられる。

愛知県における高齢者（70 歳以上）の消費生活相談は、2017 年以降年間 8,000 件を超えている。2023 年度には、相談件数が 9,158 件となり、前年度と比べて 4.6%増加した（図 3）。



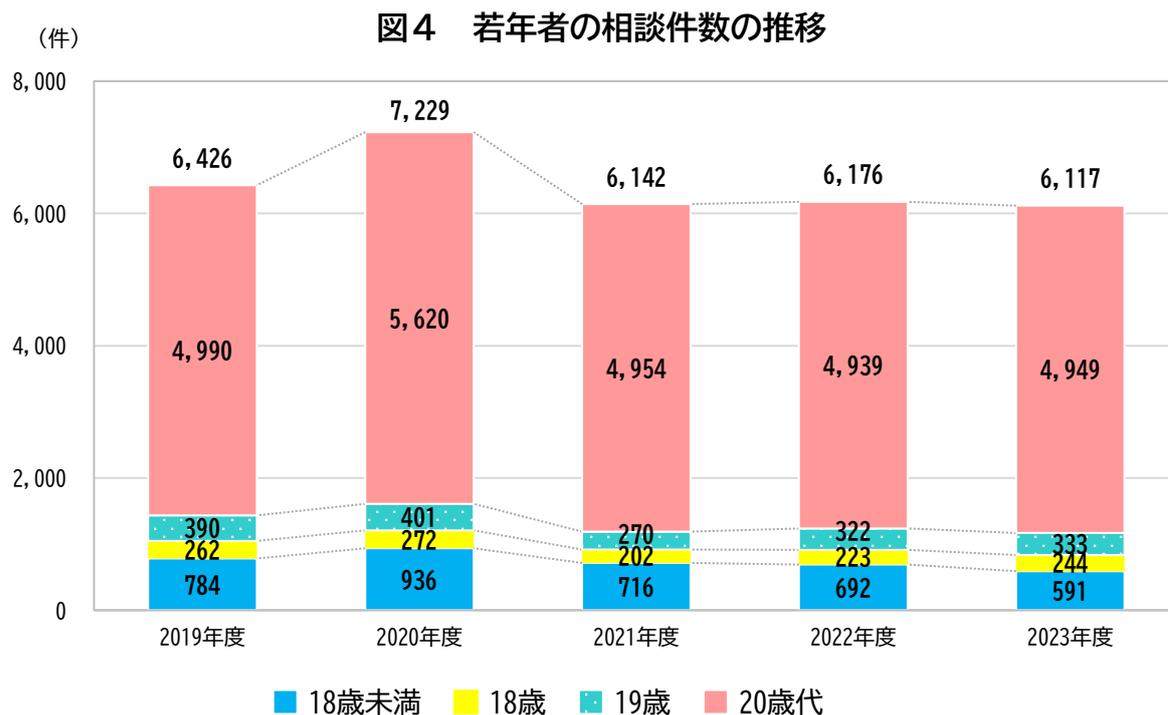
出典：愛知県消費生活総合センター調べ

高齢化が進行する中で、認知症患者や判断力が低下した人が増加し、消費者被害が深刻化することが懸念される。認知症等の高齢者本人は、消費者被害に遭っているという認識が低く、問題が顕在化しにくいことも考えられるため、周囲の人による見守りやサポートが重要である。

### (3) 成年年齢の引下げ

民法の改正により、2022年4月から成年年齢が18歳に引き下げられた。これに伴い、18歳から、親の同意を得ずに様々な契約をすることができるようになった一方で、「未成年者取消権」を行使することができなくなった。

2023年度の若年者（30歳未満）の相談件数は6,117件で、前年度（6,176件）と比べて1.0%減少している。そのうち、未成年（18歳未満）の相談件数は591件で、前年度（692件）と比べて14.6%減少している一方、18歳、19歳の相談件数は577件で、前年度（545件）と比べ5.9%増加している（図4）。



出典：愛知県消費生活総合センター調べ

若年者が消費者トラブルに遭わないようにするには、発達の段階に応じて、契約に関する様々な知識やルールを知ることや、その契約が必要かをよく検討する力を身に付けることが必要である。国では、2022年3月に「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針」を定め、消費者庁、文部科学省、法務省及び金融庁の連携による若年者に対する消費者教育の取組を推進している。県でも、小・中学生向け消費者教育教材「かしこい消費者のススメ」の作成・配布や、メッセージ動画「18歳からの大人大作戦!!!」の配信など、若年者を対象とした取組の充実を進めている。

また、消費者被害の深刻化を防ぐためには、被害に遭った場合の相談窓口の周知・充実も重要である。若年者は、日常のコミュニケーションツールとしてSNSを積極的に活用していることから、若年者が利用しやすい情報提供の仕組みや相談体制を整備していくことが必要となる。

#### (4) グローバル化の進展

グローバル化の進展に伴い、様々な商品が輸入され、流通し、近年では、消費者個人が海外の事業者と直接取引するケースも増えている。国際的な取引が可能となったことにより、消費者は、多様な商品・サービスを選択できるようになった一方で、トラブルに巻き込まれる事例も生じている。国民生活センター越境消費者センター(CCJ)によると、2023年度には、開設以降最多となる6,371件の越境消費者相談が寄せられ、2022年度の5,006件と比べ、約27%増加した。

越境消費者取引によりトラブルが生じた場合、言語や商慣習の違い等により、解決が困難となる場合もあり、国民生活センター越境消費者センター等の関係機関との連携が求められる。

また、愛知県の外国人県民の数は、2023年12月末現在で、東京都に次いで全国第2位の約31万人で、県人口に占める割合は4.16%となっている(図5)。

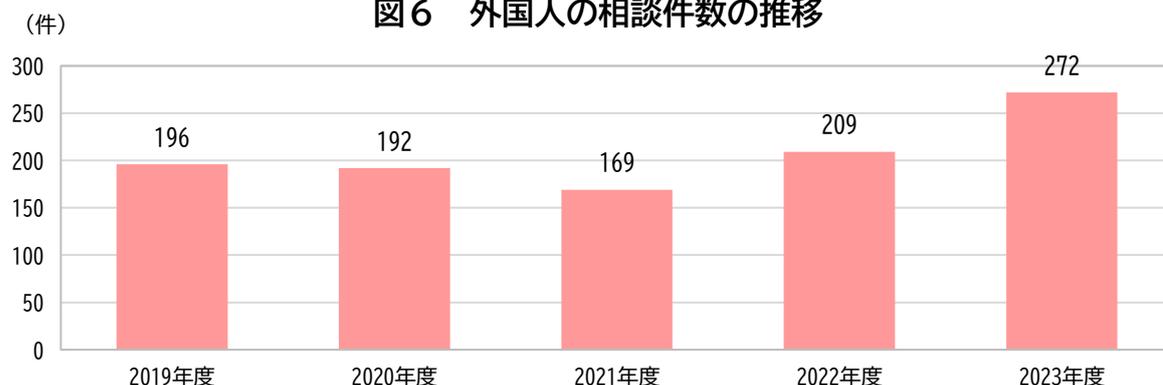
図5 愛知県内の外国人県民数の推移



出典：法務省「在留外国人統計」

愛知県における外国人からの消費生活相談については、2022年度までは年間200件程度で推移していたが、2023年度は272件と増加した(図6)。2020年1月には、「あいち多文化共生センター」と連携した外国人県民向け消費生活相談窓口を設置し、多言語による相談に対応している。

図6 外国人の相談件数の推移



出典：愛知県消費生活総合センター調べ

人・モノ・サービス・情報等が国境を越えて行き交うグローバル社会においては、言語や文化の違いにより消費者トラブルに巻き込まれてしまうことのないよう、効果的な情報提供のあり方や相談体制について検討していくことが必要である。

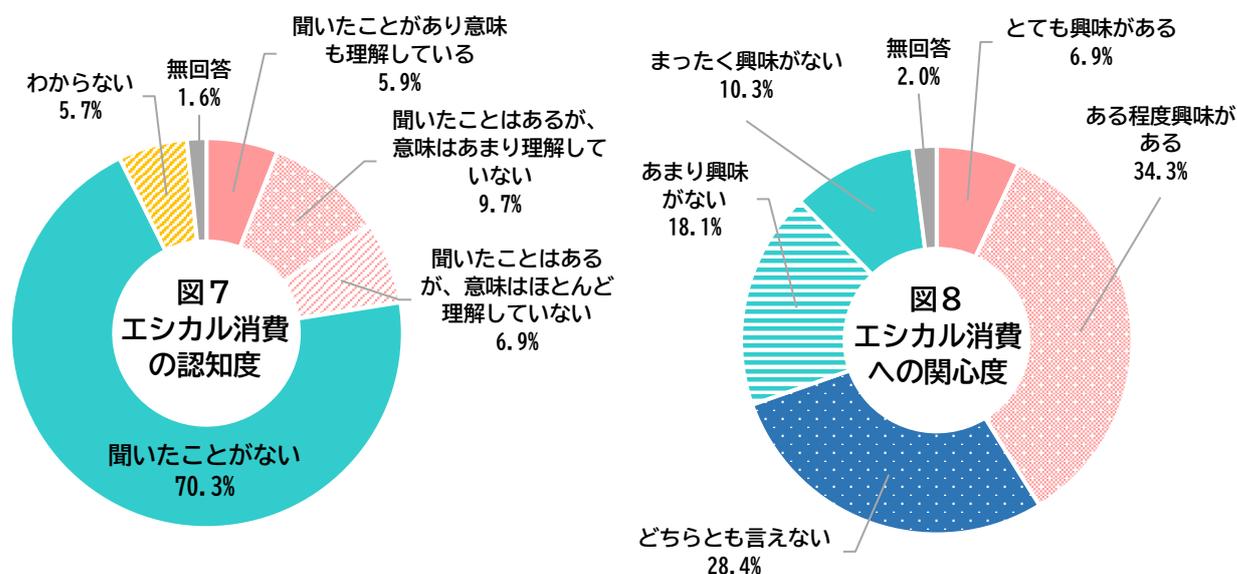
## (5) 「持続可能な開発目標 (SDGs)」の達成に向けた機運の高まり

2015年9月の国連サミットで「持続可能な開発目標 (SDGs)」が採択され、「誰一人取り残さない」という理念の下、2030年までに持続可能な社会の実現を目指すことが確認された。県では、「愛知県 SDGs 未来都市計画」を策定し、SDGs 達成に向けた取組を推進している。

人や社会、地域、環境に配慮した消費行動である「エシカル消費」は、SDGs の目標 12「つくる責任つかう責任」の達成につながる取組とされている。

2021年11月に愛知県が実施した「2021年度県政世論調査」によると、「エシカル消費」について、70%以上が「聞いたことがない」と回答する一方で(図7)、エシカル消費に「とても興味がある」「ある程度興味がある」と回答した人は合わせて40%を超えている(図8)。

消費者の行動は、経済・社会に大きな影響を与えるものであり、SDGs の達成に向けて、エシカル消費などの消費者の具体的な行動を促していくことが重要である。



出典：県政世論調査(2021年11月)

また、消費者庁では、SDGs の達成に関連する取組として、消費者と共創・協働して社会価値を向上させる経営である「消費者志向経営」を推進している。消費者志向経営は、持続可能な社会の実現に貢献するものとして、「①みんなの声を聴き、かついかすこと」「②未来・次世代のために取り組むこと」「③法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化をすること」の三つの活動を柱としている。

このように、SDGs 達成の観点からも消費者の意見を事業活動に反映させていくことが求められている一方で、近年、一部の消費者による行き過ぎた行為が「カスタマ

「ハラスメント」として問題となっている。カスタマーハラスメントを防止し、消費者の意見を事業活動に適切に反映していくため、消費者に対して、適切な意見の伝え方等の周知・啓発が必要である。

## **(6) 自然災害の激甚化・多発化や感染症等の流行**

近年、全国各地で地震や台風等の大規模災害が発生しており、愛知県においても、大規模地震等の災害の発生が懸念されている。

また、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行時には、生活関連物資の一時的な品薄や不確かな情報の拡散、便乗した悪質商法等の消費者トラブルが発生するなど、新たな感染症等の流行が、私たちの生活に大きな影響を与えることがある。

こうした非常時や緊急時においては、いわゆる一般的・平均的な消費者であっても、冷静な行動・判断ができなくなるなど、消費者トラブルに巻き込まれる危険性があり、適切な情報発信・注意喚起を行っていく必要がある。

また、非常時においても冷静かつ適切な行動ができるよう、日頃から消費者教育を推進するとともに、正しい情報を見極めるための情報教育など、その他の消費生活に関連した教育と連携して推進していくことも重要である。

## IV 施策の方向性

### 1 計画の体系

計画の基本理念「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」に向けて、「Ⅲ 消費生活をめぐる現状と課題」を踏まえ、「消費者被害の救済・未然防止の強化」、「主体性のある消費者の育成」、「消費生活の安全・安心の確保」を三つの柱として、施策を展開することを提言する。

#### 目標1

##### 消費者被害の救済・未然防止の強化

～消費者問題解決力の高い地域づくりを目指して～

デジタル化やグローバル化などの社会経済環境の変化に伴う新たな消費者問題に的確に対応し、地域全体の消費者問題解決力の強化を推進することが重要である。

県と市町村の消費生活相談体制の維持・充実を図るとともに、高齢者・障害者・外国人など、社会経済環境の変化への対応が難しい消費者を消費者被害から守るための取組を進める。

また、悪質事業者に対する綿密な調査と厳正な処分等を行うとともに、消費生活相談の内容の分析により、迅速に事業者指導を実施し、消費者被害の未然防止・拡大防止を図る。

#### 目標2

##### 主体性のある消費者の育成

～消費者の自立支援と持続可能な社会の実現を目指して～

様々な関係者・団体と連携を図りながら、ライフステージに応じた消費者教育を総合的、体系的に推進することが重要である。

消費者自身が消費生活に関する必要な知識の習得、情報の収集を行い、自主的かつ合理的な選択を行うことができるよう、主体性のある消費者の育成・支援に積極的に取り組む。

また、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」の理念を踏まえ、「人や社会、地域、環境に配慮した消費行動」である「エシカル消費」について、広く県民に普及啓発し、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進する。

#### 目標3

##### 消費生活の安全・安心の確保

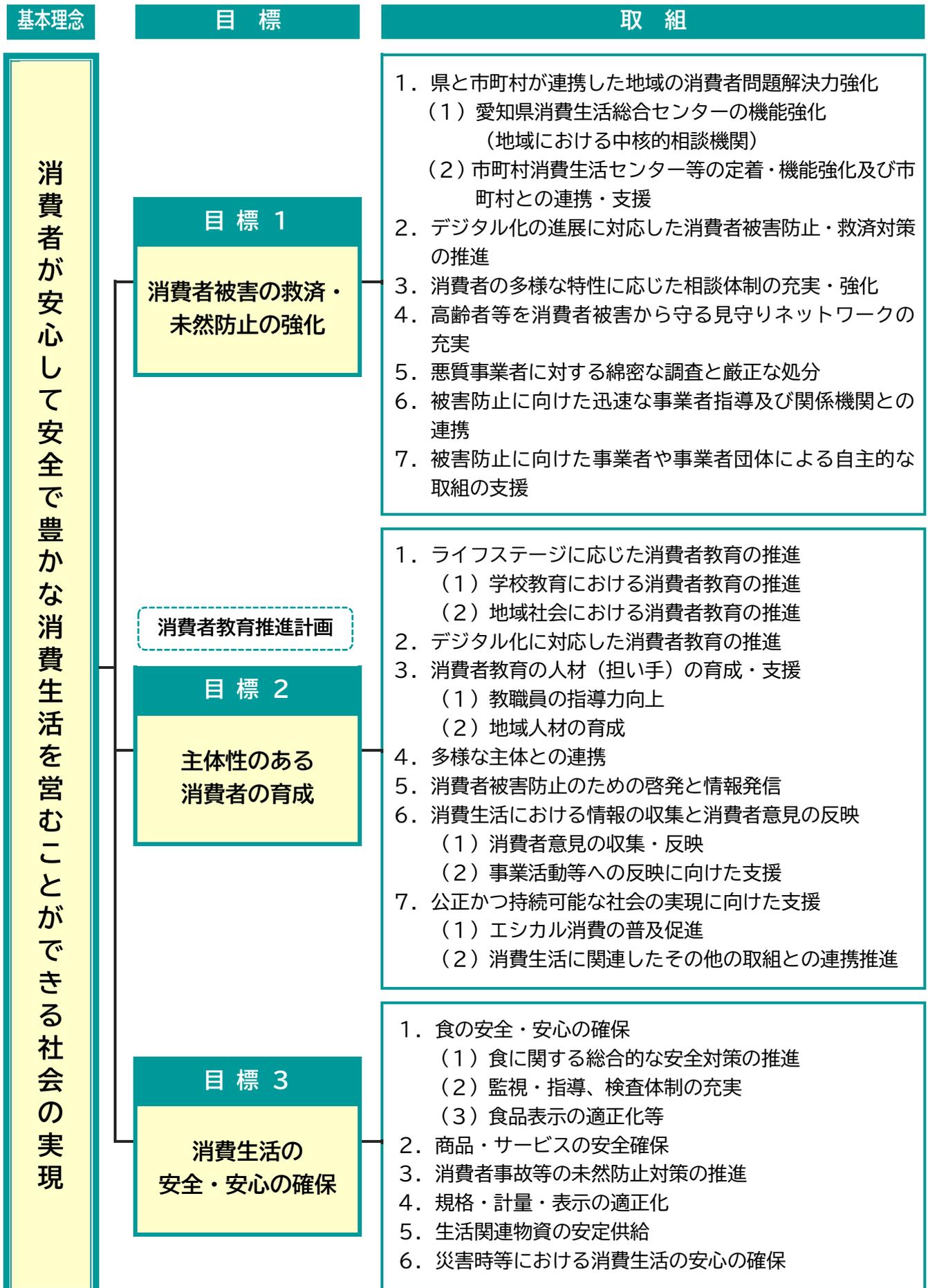
～安心して商品・サービスを選択できる暮らしの実現を目指して～

商品・サービスによる危害を防止するとともに、規格・計量・表示の適正化を図り、消費者の安全・安心の確保と適切な選択ができる環境を整備する。

消費者の生命や健康に直接影響する食の安全・安心の確保については、関係機関と連携し、食の安全管理体制を推進する。

また、県民の生活にとって欠かすことができない生活必需品等が安定して供給されるよう価格や需給動向の調査を行うとともに、災害発生時等の非常時・緊急時においても消費生活の安全・安心が確保されるよう正確な情報提供等を実施する。

◆ 次期愛知県消費者行政推進計画 施策体系図



## 2 施策体系に基づく取組

### 目標1

#### 消費者被害の救済・未然防止の強化

～消費者問題解決力の高い地域づくりを目指して～

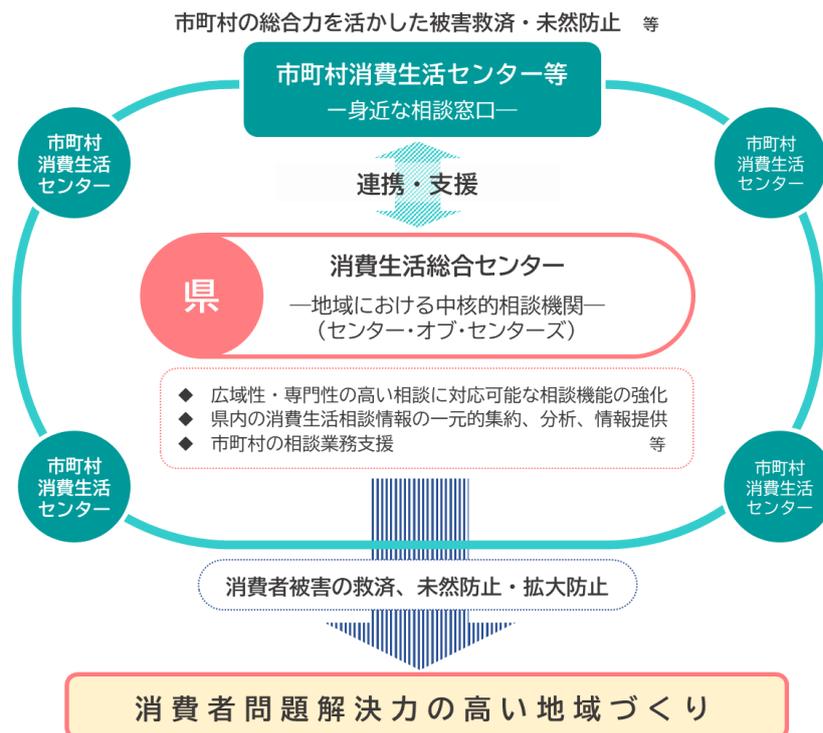
#### ✦ 取組1 県と市町村が連携した地域の消費者問題解決力強化

社会経済環境の変化に伴う新たな消費者問題に的確に対応していくため、県内の消費生活相談体制の充実を図るとともに、県と市町村が適切な役割分担の下で連携を強化し、地域全体で消費者問題解決力の強化を推進する必要がある。

また、「2023年度県政世論調査」によると、消費者行政について、「消費者が困った時の相談窓口」に対する期待が大き一方で、消費者トラブルについて相談しなかった理由として、「どこに相談したらいいかわからなかったから」と回答した人が一定数見られることから、「消費者ホットライン188(いちゃ!)」や県及び市町村の消費生活センター等、消費者トラブルに遭った際の相談窓口の周知・広報が重要である。

さらに、消費生活相談員の高齢化や報酬を含む処遇及び雇用等に関する課題を踏まえ、愛知県消費生活総合センター及び市町村の消費生活センター等が継続的に機能していくよう、消費生活相談員の人材確保に向けた取組を進める必要がある。

#### 〈消費者問題解決力の高い地域づくりに向けた県と市町村の連携体制〉



#### (1) 愛知県消費生活総合センターの機能強化（地域における中核的相談機関）

愛知県消費生活総合センターが、地域における中核的相談機関（センター・オブ・センターズ）としての役割を果たしていくため、専門分野チームにおける調査・研究や研修等の充実を通じて、消費生活相談員の資質向上を図るとともに、弁護士会等との連携による解決困難事案への対応など、広域性・専門性の高い相談にも対応できる体制を強化する必要がある。

また、県内の消費生活センター等の相談情報を一元的に集約・分析し、県民へのタイムリーな情報提供（注意喚起）や、事業者指導の着実な実施につなげることで、消費者被害の未然防止・拡大防止を図る必要がある。

消費生活相談員の人材を安定的に確保し、消費生活相談体制を維持・継続していくためには、国・県・市町村が一体となった取組が求められることから、県内市町村や他都道府県とも情報共有・連携しながら、効果的な対策を講ずることが求められる。

## （２）市町村消費生活センター等の定着・機能強化及び市町村との連携・支援

市町村の消費生活センター等が住民に身近な相談窓口として定着するため、「消費者ホットライン 188（いちゃ!）」や消費生活センター等の役割及び利用方法等の周知・広報に努めることが求められる。また、市町村の消費生活センター等における相談処理の適正化・円滑化を図るため、研修や巡回指導の実施など、市町村消費生活相談員の実務能力向上に向けた取組を行うとともに、「市町村ホットライン」や支援弁護士制度など、市町村における相談処理の支援体制の充実を図る必要がある。

加えて、「愛知県消費者行政連絡協議会」等の開催を通じて、消費生活に関する情報の共有等に努め、地域における中核的相談機関となる愛知県消費生活総合センターと市町村の消費生活センター等との効果的な連携を図り、県と市町村が一体となった消費者問題解決力の高い地域づくりを推進することが求められる。

市町村における消費生活相談員の人材確保に向けては、ウェブサイト、SNS などの様々な広報媒体を活用して、消費生活相談員の重要性ややりがい・魅力を含む業務内容を発信するとともに、消費生活相談員の採用情報や国が行う人材確保に向けた施策等の周知に努めることが必要である。また、消費生活相談員人材バンクを活用した情報提供や国への要望を継続するなど、県と市町村が連携して、消費生活相談員の高齢化や報酬を含む処遇及び雇用等に関する課題に取り組み、市町村における消費生活相談員の安定的な人材確保に向けた支援を行う必要がある。

## ★ 取組 2 デジタル化の進展に対応した消費者被害防止・救済対策の推進

デジタル化の進展により、取引や決済方法の多様化など、消費者の利便性が大きく向上する一方で、SNS に関連した相談など、デジタル化の進展に伴う消費者トラブルが増加している。また、今後も、既存の概念を超えた商品・サービス等の登場に伴い、新たな消費者トラブルが発生することが懸念される。

多様化かつ複雑化する消費者問題に適切に対応するため、県の消費生活相談員の専門性を高めるとともに、社会経済環境の変化を注視しながら、継続的に調査研究を進める必要がある。

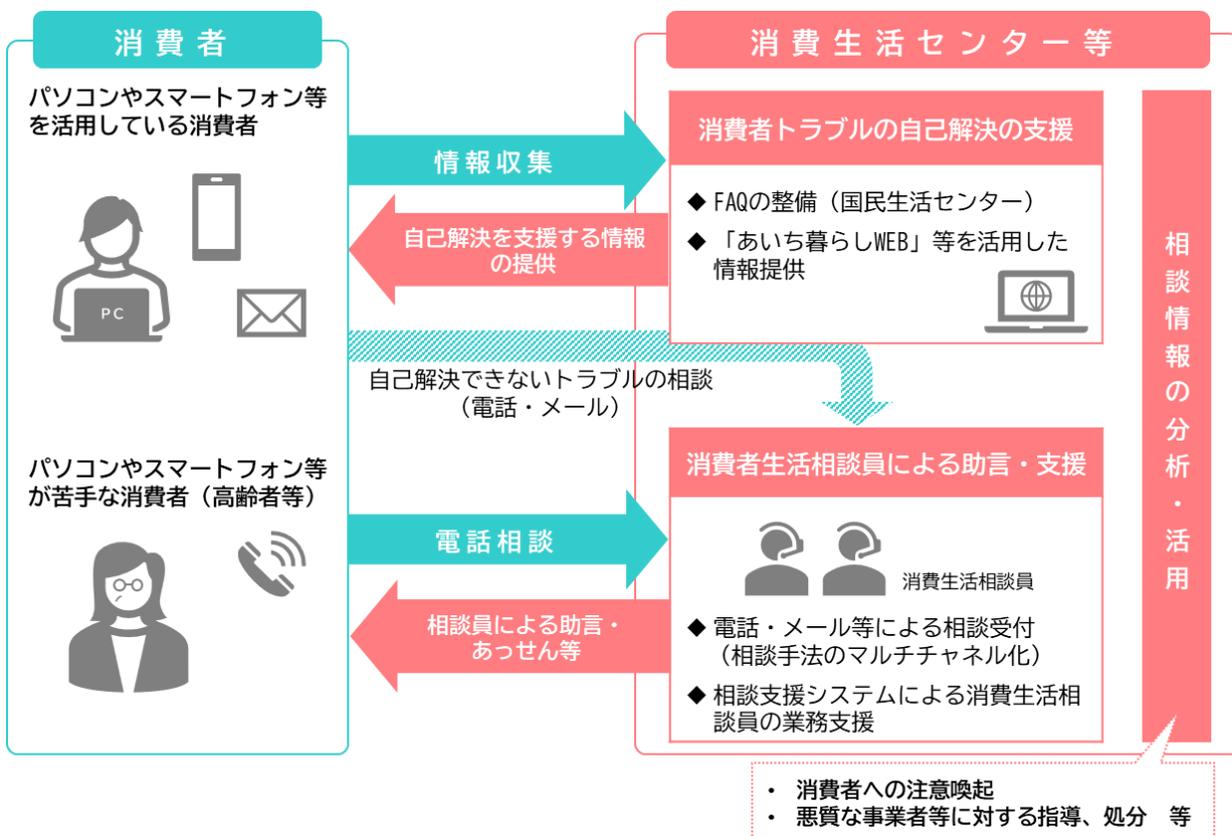
また、新型コロナウイルス感染症の流行や急速なデジタル化などを背景に、対面や電話以外の相談方法へのニーズが高まっていることや人口減少社会における課題等を見据え、国では、「消費生活相談の DX 化<sup>\*</sup>」を推進している。システム面では、現行の PI0-NET の利用が終了し、2026 年 10 月から新たなシステムを導入する予定となっている。新システ

ムへの円滑な移行など、国が推進する消費生活相談のDX化に適切に対応し、相談体制の充実・強化を図る必要がある。

※消費生活相談のDX化

国は、相談者の利便性の向上や相談対応の質の向上、相談員の負担軽減等を目指し、「消費生活相談のDX化」を推進。FAQの整備による消費者トラブルの自己解決支援、相談手法のマルチチャネル化、相談支援システムによる業務支援等が予定されている。

<消費生活相談DX化後の消費生活相談体制のイメージ>



※消費者庁資料をもとに愛知県が作成

※国が検討している新システムの内容を反映させたものであり、変更となる場合がある

【参考：新システムへの移行スケジュール】



2026年10月の新システム利用開始に向け、2025年度中に端末等の機器整備を進める。新システムの利用開始に先立って、国が業務説明会や相談員向けの操作研修を実施する予定であることから、適切に情報収集し、新システムへの円滑な移行を図る。

✦ 取組3 消費者の多様な特性に応じた相談体制の充実・強化

消費者には、年齢・国籍・障害の有無等の様々な特性があることから、誰一人取り残さない相談体制のあり方について、継続的に研究することが求められる。

外国人や障害のある人など、相談をすることについて困難を抱えている人や電話を使う機会が少ない傾向にある若年者にも配慮し、効果的な情報提供による消費者トラブルの自己解決の支援や多言語による相談対応など、国が推進する消費生活相談のDX化の動向等を踏まえながら、多様な消費者を想定した相談体制の充実を図る必要がある。

#### ✦ 取組 4 高齢者等を消費者被害から守る見守りネットワークの充実

高齢者、障害者等の消費生活上特に配慮を要する消費者の消費者被害の背景には、生活の困窮や社会的孤立、認知力の低下などが潜んでいることがある。

高齢化の進行とともに、認知症患者等の判断力が低下している人や高齢単独世帯が増加しており、被害に遭っていることを認識していない、一人暮らしで相談する人がいないなど、被害が表面化しにくく、高齢者等の消費者被害の深刻化が懸念される。

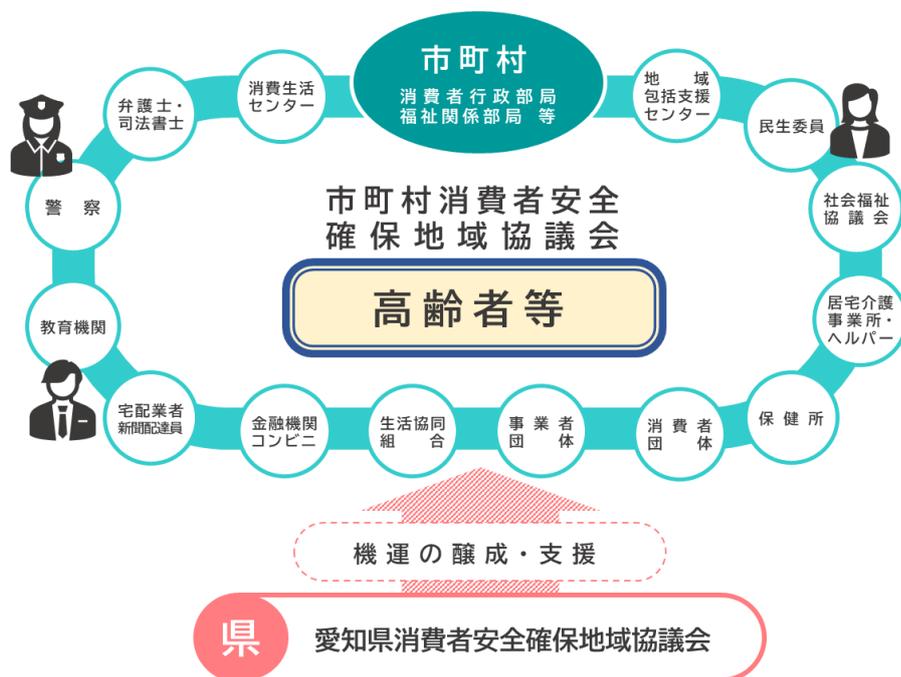
県では、高齢者等を消費者被害から守るため、身近で気軽に相談できる地域の相談窓口を整備するとともに、消費者安全法（2014年6月改正）で規定された「消費者安全確保地域協議会」の仕組みを活用し、地域社会全体で高齢者等を見守るためのネットワークづくりを進めてきた。

「消費者安全確保地域協議会」は、2023年度までに36市町において設置（2024年3月末現在）されているが、より多くの高齢者等が見守られる体制を構築するため、引き続き、市町村における協議会の設置を促進するとともに、関係機関へ対する情報提供や「愛知県消費者安全確保地域協議会」の開催等を通じて、実効性のある見守りが実施されるよう支援を行う必要がある。

なお、地域において実効性のある見守りを行うためには、消費者行政部局と福祉関係部局の連携や見守り活動の担い手となる人材の育成・活用も重要である。

また、高齢者等が被害に遭いやすいオレオレ詐欺を始めとする特殊詐欺の被害を防止するため、関係機関と連携し、注意喚起や啓発に取り組む必要がある。

#### 〈高齢者等を消費者被害から守る見守りネットワーク〉



## ✦ 取組 5 悪質事業者に対する綿密な調査と厳正な処分

---

県では、「県民の消費生活の安定及び向上に関する条例」及び同施行規則により、不当な取引行為を類型化し、禁止している。「2023年度県政世論調査」によると、消費者行政に対する期待について、「悪質な事業者への指導・取締り」という意見が「消費者が困った時の相談窓口」に次いで多くなっており、消費者被害を防止するためには、相談体制の強化とともに、事業者に対する指導・取締りを適切に実施していくことが重要である。

法律や条例に反した不当な取引行為による消費者被害を防止するため、消費生活相談の内容を把握して、事業者に対して行政処分が必要と認められる場合には、綿密な調査により実態解明に努め、速やかに厳正な処分を実施する必要がある。また、処分逃れを企図する極めて悪質な事業者の実態を解明するため、調査力の向上を図るとともに、広域的な事案については、国の関係機関や近隣県等と連携して調査を行うことが求められる。

消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害する不適正な広告表示等については、国の関係機関や近隣県等と連携をとりながら適正に対処していく必要がある。

また、近年の新たな消費者被害に対しても的確に対応するため、「販売目的の隠匿」「不招請勧誘」等の条例第13条第1項により定める不当な取引行為について、最新の事例や他都道府県の動向を調査するなど、消費生活相談におけるあっせんの現状等を踏まえながら、効果的なあり方を研究していく必要がある。なお、条例及び規則等については、関係法令の改正や社会情勢の変化に対して適切に対応できるよう、見直しが必要な場合には、引き続き迅速に改正等を行う必要がある。

## ✦ 取組 6 被害防止に向けた迅速な事業者指導及び関係機関との連携

---

不当な取引行為については、新たな被害の発生を防止するため、悪質な事業者等に関する情報を収集するとともに、消費生活相談の内容の分析を適時に行い、被害の発生が認められた場合には初期の段階で迅速な指導を行う必要がある。

短期間に多数の被害が生じるおそれのある場合には、速やかな事業者名の公表、消費者への注意喚起を実施し、詐欺的な利殖勧誘など犯罪被害が疑われる場合や、健康被害のおそれがある場合には、警察及び監督官庁に情報提供を行い、迅速な取締り、的確な指導につなげる必要がある。

表示に係る法令は、景品表示法を始め、食品表示法、医薬品医療機器等法など複数存在するため、関係法令を所管する国の機関や県の所管局とも連携しながら、迅速かつ適正な指導を行う必要がある。また、インターネットショッピング等の拡大に伴い、不適正な広告表示が、広く全国に影響を及ぼすおそれがあることから、他の都道府県とも協力関係を一層強め、綿密な情報交換や合同での指導など、連携して取り組むことが求められる。このほか、店舗における表示等を調査し、当該事業者への啓発を行う必要がある。

また、深刻化する特殊詐欺被害を防止するため、金融機関等の事業者と連携し、情報共有を図りながら、被害の水際阻止、注意喚起を行うことも求められる。

加えて、消費者被害の未然防止・拡大防止の観点から、事業者の不当な取引行為の「差止請求」を行うことができる「適格消費者団体」（消費者契約法第13条第1項）への情報提供に努めるとともに、差止請求制度について県民に周知するなど、引き続き連携・支援を行うことが重要である。さらに、「適格消費者団体」が消費者の財産的被害の集団的な回復のための訴訟を提起できる「特定適格消費者団体」（消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律第65条第1項）として内閣総理大臣の認定を受けることができるよう、支援を行っていく必要がある。

#### ✦ 取組 7 被害防止に向けた事業者や事業者団体による自主的な取組の支援

---

消費者被害の未然防止及び消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保のためには、不適正な事業者に対する監視・指導の強化だけではなく、事業者のコンプライアンス意識の向上や、消費者の視点に立った自主的な取組を支援していくことも重要である。

事業者団体の勉強会や、自主的に事業者が来庁する機会を捉えて、法律や条例等の周知を図るとともに、事業者からの個別の相談等に対しては、適切な助言、対応を行う必要がある。

また、事業者が、消費者全体の視点に立ち、健全な市場の担い手として、消費者の信頼を獲得するとともに、持続可能で望ましい社会の構築に向けて、社会的責任を自覚して事業活動を行うこと、すなわち「消費者志向経営<sup>※</sup>」について、周知・啓発を行うことが必要である。

##### ※消費者志向経営

事業者が、「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営のこと。「みんなの声を聴き、かついかすこと」、「未来・次世代のために取り組むこと」、「法令の遵守／コーポレートガバナンスの強化をすること」の3つの活動から成り立っている。

**✦ 取組1 ライフステージに応じた消費者教育の推進**

消費者教育は、誰もがどこに住んでいても、生涯を通じて、学校、地域、家庭、職域等のライフステージに応じた様々な教育の場で受けられることが必要であり、幼児期から高齢期までの各段階に応じて総合的、体系的に行うことが求められる。

このため、消費者及び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」(P.33 参考資料)なども参考にしながら、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、体系的に推進する必要がある。

**(1) 学校教育における消費者教育の推進**

「2023 年度県政世論調査」によると、若年者の消費者トラブル対策として有効だと思ふことについて、「小中学校、高等学校等の授業などで消費者教育を充実する」という意見が最も多くなっており、学校教育における消費者教育の推進が求められる。

民法改正により成年年齢が引き下げられたことを踏まえ、若年者の消費者被害を防止するとともに、自主的かつ合理的に社会の一員として行動できる、真に自立した消費者の育成を図るため、学校等における実践的な消費者教育を効果的に推進する必要がある。

学習指導要領が消費者教育に関する学びを充実させる形で改訂され、2020 年度以降、小・中・高等学校及び特別支援学校において順次実施されている。家庭科や社会科、道徳などの教科を中心に、学校教育において一層充実した消費者教育が行われるよう、調査・研究を進めるとともに、消費者教育教材の提供等を通じた支援が求められる。

また、学校における実践的な消費者教育を推進するため、「消費者教育コーディネーター※」を配置し、消費生活相談員や弁護士等の外部講師を紹介・調整するとともに授業案の作成等の支援が求められる。市町村に対しては、地域の実情に応じた消費者教育コーディネーターの設置が図られるよう、会議等を通じて情報提供を行うなど、継続的に支援を行っていく必要がある。

大学等においては、一人でも多くの学生に消費生活や消費者問題に関する情報や知識を届けるため、新入生ガイダンスでの消費者教育の出前講座の活用を働きかけるなど消費者教育の取組を推進していく必要がある。

**※ 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、間に立って調整をする役目を担う者。

## (2) 地域社会における消費者教育の推進

県民一人一人が「自立した消費者」として豊かな消費生活を営むには、地域社会（地域、家庭、職域等）における消費者教育も重要である。

地域社会における消費者教育を一層推進するため、愛知県消費生活総合センターを「消費者教育センター」として位置付け、消費者教育に関する情報の収集・発信、消費者教育教材の作成・提供、消費者教育の担い手の育成、消費者教育を行う多様な主体の連携に向けた支援などを行う必要がある。

また、消費生活情報紙や消費生活情報サイト「あいち暮らしWEB」による消費生活情報の発信や保育所や幼稚園、学校と連携した保護者向け出前講座の実施、社員研修への講師派遣等の取組を通じて、地域社会における消費者教育の推進を図る必要がある。

〔参考資料〕 消費者教育の体系イメージマップ （消費者庁作成）

		幼児期	小学生期	中学生期
各期の特徴 重点領域	各期の特徴	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持ち、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
	重点領域			
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心を持つ	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
	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方などを工夫しよう	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
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	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
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方に気づこう	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
	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	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	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
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	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	商品を適切に選択するとともに、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
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方考えよう お小遣いを考えて使おう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう
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	消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう	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
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう
	消費生活情報に対する批判的な思考力	身の回り情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう

高校生期	成人期		
	特に若者	成人一般	特に高齢者
生涯を見通し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
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、社会に与える影響を考える習慣を身に付けよう	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、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝え合おう
持続可能な社会を目指して、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探そう	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合おう
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の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	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう	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、公正な社会をつくろう
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ろう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝え合おう
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ろう	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
適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールを活用について理解しよう	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合おう
主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的なくらしを目指して、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう	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
情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	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
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ろう	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

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

## ✦ 取組2 デジタル化に対応した消費者教育の推進

---

デジタル化の進展に伴い、取引形態やサービス、情報発信等のあり方が多様化し、フリマアプリのように消費者が販売者となることや、SNS等を通じて消費者が情報を発信する機会も増加している。そのため、消費者は、自らの消費者被害を防止するだけでなく、他の消費者へ被害を与えることのないよう必要な知識を身に付ける必要がある。

また、今後も新たなデジタルサービス等の出現とともに、それに応じた消費者トラブルの発生が懸念されることから、デジタル化の進展に伴う新たな課題に速やかに対応していくことが求められる。

このため、既存のデジタルサービスの仕組みやリスクに加え、新たなデジタル技術を使ったサービス等や、それに付随した新たな消費者トラブルについて情報収集を行い、消費者がトラブルに巻き込まれないための教育を推進する必要がある。

## ✦ 取組3 消費者教育の人材（担い手）育成・支援

---

学校、地域、家庭、職域その他様々な場において、消費者教育を身近に受けられるよう、消費者教育の人材の育成・支援に取り組むことが重要である。

### （1）教職員の指導力向上

学校の教職員に対しては、消費者教育の推進役としての役割が期待されることから、消費者教育の必要性についての理解を一層推進するとともに、研修や教員向け消費者教育情報提供紙の作成等を通じて、消費者教育に関する指導力の向上を図ることが求められる。

### （2）地域人材の育成

学校、地域、家庭、職域等様々な場において消費者教育を一層推進していくためには、講習会や出前講座の講師等となる人材の育成を図るとともに、そうした人材が活動できる場をできるだけ多く提供していくことが重要である。

消費生活相談員については、消費生活センター等における相談業務の知識や経験を活かした効果的な教育・啓発活動の実施が期待されることから、研修等を通じて、消費者教育の担い手としての育成支援を行うことが必要である。

また、多様な関係者との間に立って調整を図り、消費者教育の担い手と受け手のつなぎ役となる人材「消費者教育コーディネーター」を育成するなど、多様な主体と連携・協働した体制づくりを進めることが求められる。

## ✦ 取組 4 多様な主体との連携

消費者教育については、消費者教育の推進に関する法律で「それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携…〔中略〕…を確保しつつ、効果的に行われなければならない」とされているほか、「消費者教育推進地域協議会」の設置が都道府県・市町村の努力義務とされるなど、連携・協働による体制づくりが求められている。

「愛知県消費者教育推進地域協議会※」を開催し、消費者教育を体系的、効果的に推進するための情報交換及び調整を行うとともに、市町村における「消費者教育推進地域協議会」設置促進に向けた支援を行う必要がある。

また、消費者団体、事業者・事業者団体、NPO 等、地域における多様な主体が連携し、効果的に消費者教育を展開できるよう、消費者教育担い手団体として登録し、消費生活情報サイト「あいち暮らしWEB」等に活動内容を掲載することにより、情報の共有を図ることも重要である。

さらに、2022年4月年次進行による学習指導要領（平成30年告示）において金融教育の充実が図られ、また、2024年4月には、新たに金融経済教育推進機構（J-FLEC）が設立されるなど、近年、金融経済教育の推進が図られている。「貯蓄から投資へ」という方針の下、今後も投資に関する関心が高まっていくことが考えられることから、県においても、「愛知県金融広報委員会」と連携し、講演会の開催や講師派遣講座の周知を行うなど、地域や学校における金融経済教育を推進することが求められる。なお、金融経済教育の推進に当たっては、投資をしないという選択肢があることを踏まえ、投資に偏重した教育とならないよう留意する必要がある。

※ 「愛知県消費生活審議会」を愛知県消費者教育推進地域協議会として位置付け

## ✦ 取組 5 消費者被害防止のための啓発と情報発信

消費者被害の未然防止・拡大防止のためには、潜在化している相談を掘り起こし、迅速な被害救済を図るとともに、できる限り早い段階で、多くの人に効果的に啓発を実施していく必要がある。

また、国、都道府県、市町村、関係機関等との連携により、消費者被害の情報収集を行い、その情報を分析した上で、県民へ広く情報を提供することが求められる。

このため、対象となる消費者の特性に配慮し、ウェブサイトやSNSを始めとした様々な広報媒体の中から最適な手段を選択して啓発、情報発信を行う必要がある。

### 〈情報発信方法の具体例〉

- 消費生活情報サイト『あいち暮らしWEB』  
<https://www.pref.aichi.jp/kenmin/shohiseikatsu/>



- 消費者トラブル情『あいちクリオ通信』
- 消費生活情報『あいち暮らしっく』



- 動画配信(YouTube)
- SNS  
X(旧:Twitter)  
Instagram 等



「あいち暮らしWEB」  
キャラクター ピッピー

また、消費者被害を防止し、消費者自身が安心・安全に商品・サービスを利用することができるよう、啓発資料の作成・配布や講習会・セミナー等の開催を通じて、正しい知識の普及・啓発に取り組むことが必要である。

## ✦ 取組 6 消費生活における情報の収集と消費者意見の反映

---

消費者が自らの意見を適切に伝えることは、商品やサービスの改善につながるものであり、消費者市民社会の実現にとって重要なものであることから、消費者意見等の収集とその反映に関する取組を推進する必要がある。

### (1) 消費生活における情報の収集及び消費者施策等への反映

消費者、事業者及び行政がそれぞれの役割や責務についての認識を深め、相互の理解の下、連携した取組を進めるため、消費者が日頃から関心を持っている商品・サービス等について意見交換の機会を設けるとともに、消費生活モニター等を活用し、消費者からの意見や要望等の収集に努めることが求められる。

消費者の意見等が消費者施策や事業活動に反映されることの重要性を認識し、収集した消費者の意見や要望等を県の関係局、市町村、事業者、事業者団体等に情報提供していく必要がある。

また、消費生活に関する重要な事項の調査審議を行う「愛知県消費生活審議会」の開催を通じて県民の県政への参画を促し、消費者意見の施策への反映に努めることも重要である。

### (2) 事業活動等への反映に向けた支援

消費者自身が積極的に意見や要望等を表明し、その意見等が消費者施策や事業活動に反映されることは、消費者市民社会の構築につながる重要なものである。

一方で、近年、消費者が事業者等に対して意見を伝える際、その態様が権利の濫用や逸脱に当たる等、一部の行き過ぎた事例が「カスタマーハラスメント」に当たるとして問題となっていることから、消費者に対して、カスタマーハラスメントの防止に向けた啓発を行う必要がある。

また、事業者のより良い取組につなげていくため、消費生活相談窓口に寄せられた県民からの意見、要望、苦情を事業者に対して提供していくことが求められる。

## ✦ 取組 7 公正かつ持続可能な社会の実現に向けた支援

---

国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に向け、県民一人一人が、自らの消費が社会、経済、環境等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼしうるものであることを理解し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参加していくことが重要である。

県は、「エシカル消費」を広く県民に普及啓発するとともに、環境教育、食育、国際理解教育、金融経済教育、情報教育等と連携した消費者教育を行う必要がある。

## **(1) エシカル消費の普及促進**

消費者の行動は、経済・社会に大きな影響を与えるものであり、消費者行政においても、消費者の持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進していく必要がある。

このため、人や社会、地域、環境に配慮した消費行動である「エシカル消費」について、イベントの開催やエシカル消費ポータルサイトの運営等を通じた普及啓発を進める必要がある。

また、県民に対し、エシカル消費につながる具体的な行動の啓発を進めるため、環境に配慮した消費行動であるグリーン購入や地産地消、障害者の支援につながる製品購入の普及・推進等に取り組むことが必要である。

## **(2) 消費生活に関連したその他の取組との連携推進**

消費者の自立を支援し、消費者市民社会の形成に参画することの重要性についての理解及び関心を深めるため、消費者教育と重なる部分が多い環境教育、食育、国際理解教育、金融経済教育等、その他の消費生活と関連する教育に関する取組との連携を図ることが必要である。

### ✦ 取組1 食の安全・安心の確保

食の安全・安心を確保するためには、生産者、加工者、流通・販売者における食の安全管理体制を推進するとともに、食品の安全性や表示についての監視・指導、検査体制等の充実が求められている。

「あいち食の安全・安心推進アクションプラン」や「食と緑の基本計画 2025」等、食に関する計画と連動した取組を進め、食の安全・安心の確保を図ることが重要である。

#### (1) 食に関する総合的な安全対策の推進

食の安全・安心を確保するためには、食品関連事業者自らが、安全管理を推進することが重要であることから、生産者、加工者、流通・販売者における食の安全管理体制を推進する必要がある。

#### (2) 監視・指導、検査体制の充実

食品関連事業者が適切に食品を取り扱っているかを監視や検査等を通じて検証していく必要があることから、効率的かつ効果的な監視・検査を継続的に行い、食品の安全性を確保する必要がある。

#### (3) 食品表示の適正化等

県民の関心の高い食品表示については、表示関係法令を所管する機関との連携を図り、迅速かつ適正な指導・処分を行うことが求められる。また、食品表示法等の表示制度について、研修会の開催等を通じて、事業者や消費者に対して周知するとともに、消費生活モニターから収集した不適正な食品表示等の情報について、必要な情報を関係局へ提供するなど、表示の適正化を推進する必要がある。

### ✦ 取組2 商品・サービスの安全確保

「2023 年度県政世論調査」によると、消費者トラブルの経験について、2018 年調査に引き続き「商品やサービスの品質・機能に問題があった」と回答した人が最も多く、商品・サービスの安全確保に向けた取組を継続して実施することが求められる。

全ての消費者が安心して安全な消費生活を営むことができるように、商品・サービスの安全性を確保するため、各種法令等に基づく関係事業者に対する監視・指導や検査体制の一層の充実を図る必要がある。

### ✦ 取組 3 消費者事故等の未然防止対策の推進

---

商品やサービスの使用等により生じた消費者事故等について、情報の収集を行い、迅速に消費者庁に通知するとともに、消費者被害の発生・拡大を防ぐため、収集した事故情報、リコール情報、苦情処理テスト結果などの情報を、ウェブサイトや SNS 等を活用して、速やかに県民に提供する必要がある。

また、消費者安全法に基づく報告徴収・立入調査権限を国から引き続き受任し、機動的に権限を活用することで消費者被害の未然防止・拡大防止を図ることが求められる。

### ✦ 取組 4 規格・計量・表示の適正化

---

消費者の自主的かつ合理的な選択のため、規格・計量・表示について、各種法令に基づく検査等を実施し、不適正なものについては、事業者に対する指導を行う必要がある。

また、消費生活モニターから随時、不適正な表示等の情報を収集し、必要な情報は関係局へ提供するなど、規格・計量・表示の適正化を推進していく必要がある。

### ✦ 取組 5 生活関連物資の安定供給

---

生活必需品等の供給及び価格の安定を図るため、生活必需品等の価格や需給動向を把握するとともに、著しい価格高騰時などには必要な調査を行い、関係局と連携して所要の対策を講じ、消費者へ情報提供を行うことが求められる。

### ✦ 取組 6 災害時等における消費生活の安心の確保

---

災害時や感染症流行時等の非常時において、不確かな情報の拡散や便乗した悪質商法等による被害を防止するため、消費者への適切な情報発信・注意喚起を行う必要がある。

また、生活関連物資等の物価高騰や不足等が生じるおそれがあることから、被災地域及びその周辺地域等における生活関連物資等の需給や価格情報の収集を適切に行うことを目的とした危機管理マニュアルを作成し、非常時においても迅速な情報収集を行うことが求められる。

災害時等においても県民に対し必要な相談体制を確保できるよう、消費生活相談に関することを非常時優先業務の一つとして位置付ける等、愛知県消費生活総合センターの速やかな復旧に向けた体制整備が必要である。

## V 推進体制と進行管理

### 1 推進体制

次期計画に係る事業を所管する庁内の消費者行政関係課室長で構成する「愛知県消費者行政推進会議」において、計画の進捗状況や消費生活に関する問題解決のための情報交換を行い、消費者施策の計画的・効率的な推進を図る。

また、県内市町村の消費者行政担当課で構成する「愛知県消費者行政連絡協議会」を開催し、消費生活に関する情報の共有に努めるとともに、緊密な連携を図り、市町村と一体となって消費者行政を推進する。

### 2 消費者団体、事業者団体等との連携・協働

消費者の利益を守り、向上させることなどを目的として活動する消費者団体は、県の消費者行政の推進に大きな役割を担っている。

また、事業者団体においては、苦情処理窓口の充実や消費者への積極的な情報提供、消費者教育など、自主的な取組を行っている。

さらに、学校や地域における消費者教育や消費者被害から守る見守り活動において、教育関係者や福祉関係者の役割は、非常に重要なものとなっている。

県は、これらの団体等と連携・協働して、消費者行政を効果的・効率的に推進する。

### 3 進行管理

消費者行政の推進を図り、進捗状況を適切に把握するため、「次期計画における目標設定の例」を参考に数値目標等を適切に設定し、施策への反映に努める。

県は、計画の進捗状況等について、毎年度、愛知県消費生活審議会へ報告し、確認・評価を受けるものとし、また、その結果の施策への反映に努めるものとする。

### 4 諸情勢の変化に伴う計画の見直し

消費者行政を取り巻く状況の変化や国の動向などを見極め、迅速かつ効果的な施策の推進を図るため、必要がある場合は、審議会の意見を踏まえて、計画の見直しを行う。

### 5 県民への情報提供

計画について県民への周知を図るとともに、毎年度、施策の進捗状況を消費生活情報サイト「あい暮らしWEB」において公表する。

〈 次期計画における目標設定の例 〉

成果目標 : 次期計画全体に共通する達成目標として設定するもの

項目	現状 (2023年度)	目標
消費者トラブルに遭った人の割合の減少	22.7%	減少 (2028年度)
消費者ホットライン188の認知度の向上	— 【参考】全国：31.5% (令和5年度第5回消費生活意識調査)	40%以上 (2028年度)

活動目標 : 施策体系に基づく取組を計画的に推進するために設定するもの

項目	現状	目標		
目標1	消費者安全確保地域協議会 (高齢者等見守りネットワーク)の人口カバー率	93.0% (2024年7月末時点)	100% (2029年度)	
	消費者安全確保地域協議会構成員への情報提供回数	25.8回 (2020~2023年度の年平均)	30回 (毎年度)	
	商品等の表示に係る店頭調査件数	10件 (2024年7月末時点)	40件 (毎年度)	
目標2	教材等を活用した実践的授業の実施率	県立高等学校	93.3% (2023年度)	100% (毎年度)
		県立特別支援学校	93.3% (2023年度)	100% (毎年度)
		私立高等学校等	78.8% (2023年度)	80%以上 (毎年度)
	消費者教育の推進に向けた出前講座の満足率 (「よかった」と評価された講座の割合)	学校向け	90.5% (2023年度)	90%以上 (毎年度)
		一般向け	88.9% (2023年度)	90%以上 (毎年度)
	「あいち暮らしWEB」・「エシカル消費ポータルサイト」へのアクセス件数	123,231件 (2024年7月末時点)	450,000件 (毎年度)	
エシカル消費普及啓発事業の効果 (エシカル消費について理解できた人の割合)	60.2% (2023年度)	70%以上 (毎年度)		
目標3	消費者事故の未然防止に向けた情報発信回数	40回 (2024年7月末時点)	120回 (毎年度)	
	消費生活モニターからの情報提供件数	88件 (2024年7月末時点)	300件 (毎年度)	

モニタリング指標 : 目標は設定しないが、効果的な施策を実施するために定期的に参照する指標として設定するもの

消費生活相談件数  
 消費生活相談あっせん解決率  
 メールによる相談件数  
 外国人県民向け消費生活相談の利用状況  
 不当な取引行為に係る事業者指導・処分の実施件数

## 参考資料

### 1 答申を取りまとめるまでの経過

会議名	開催日	審議の内容
第89回 愛知県消費生活審議会	2024年6月3日	「次期愛知県消費者行政推進計画のあり方」について知事から諮問を受け、専門部会に付託することを決定
第1回専門部会	7月8日	「消費生活をめぐる現状と課題」及び「施策体系案」について審議
第2回専門部会	8月5日	「施策体系に基づく取組と具体的施策例」及び「推進体制と進行管理」について審議
第3回専門部会	9月17日	「専門部会報告案」について審議
第90回 愛知県消費生活審議会	10月28日	専門部会から提出された「専門部会報告書」をもとに、答申について審議

## 2 愛知県消費生活審議会委員名簿

任期：2024年4月1日～2026年3月31日

区分	氏名	団体名・職名
消費者代表	石附 満江	愛知県生活学校運動推進協議会会長
	犬塚 のぶ子	公益社団法人全国消費生活相談員協会中部支部副支部長
	浮須 一郎	公募委員
	加藤 昭夫	愛知県生活協同組合連合会会長理事
	加藤 和広	公募委員
	佐藤 嘉彦	社会福祉法人愛知県社会福祉協議会事務局長兼公益財団法人愛知県老人クラブ連合会事務局長
	吉田 典子	愛知消費者協会会長
事業者代表	安藤 寛一	愛知県商工会連合会副会長（2024年6月12日から※）
	内田 吉彦	愛知県商工会議所連合会専務理事
	加藤 高幸	公益社団法人消費者関連専門家会議（株式会社パロマ CS部 お客様相談室長）
	平岩 幸一	愛知県中小企業団体中央会副会長
	渡辺 広志	愛知県商店街振興組合連合会副理事長
学識経験者	石川 真司	弁護士
	○上野 顕子	金城学院大学生活環境学部教授
	加藤 博子	弁護士
	榊原 ともみ	愛知県小中学校長会（新城市立千郷中学校長）
	◎杉島 由美子	中京大学法学部教授
	玉井 寿樹	名古屋大学大学院経済学研究科教授
	牧野 美和	愛知県公立高等学校長会（愛知県立新城有教館高等学校長）

◎は会長、○は会長代理

（区分ごと五十音順、敬称略）

※ 2024年4月1日～2024年6月4日：河合 利則（愛知県商工会連合会副会長）

### 3 愛知県消費生活審議会専門部会委員名簿

区分	氏名	団体名・職名
部会長	上野 颯子	金城学院大学生生活環境学部教授
委員	石川 真司	弁護士
委員	犬塚 のぶ子	公益社団法人全国消費生活相談員協会中部支部副支部長
委員	加藤 高幸	公益社団法人消費者関連専門家会議（株式会社パロマ CS部 お客様相談室長）
委員	加藤 博子	弁護士
委員	榊原 ともみ	愛知県小中学校校長会（新城市立千郷中学校長）
委員	玉井 寿樹	名古屋大学大学院経済学研究科教授
委員	牧野 美和	愛知県公立高等学校校長会（愛知県立新城有教館高等学校長）
委員	吉田 典子	愛知消費者協会 会長

（敬称略）

### 4 愛知県消費生活審議会消費者苦情処理委員会委員名簿

区分	氏名	団体名・職名
委員長	石川 真司	弁護士
委員	犬塚 のぶ子	公益社団法人全国消費生活相談員協会中部支部副支部長
委員	加藤 博子	弁護士
委員	玉井 寿樹	名古屋大学大学院経済学研究科教授
委員	渡辺 広志	愛知県商店街振興組合連合会副理事長

（敬称略）