

第4次山形県消費者基本計画

(中間案)

目 次

第1章 計画策定の基本的考え方

| | |
|--------------|---|
| 1 計画策定の趣旨 | 1 |
| 2 計画の位置付け | 2 |
| 3 計画の基本理念と目的 | 2 |
| 4 計画期間 | 2 |

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

| | |
|----------------------------------|----|
| 1 消費者を取り巻く経済・社会環境の変化 | 3 |
| 2 国における消費者行政の動向 | 7 |
| 3 山形県における消費生活の状況 | 7 |
| 4 第3次山形県消費者基本計画（第2次消費者教育推進計画）の成果 | 19 |
| 5 本県の消費者行政における課題 | 22 |

第3章 施策の展開方向

| | |
|-------------|----|
| 《第4次計画の体系図》 | 24 |
|-------------|----|

《施策の柱Ⅰ 消費者被害の防止と救済》

| | |
|------------------------|----|
| 1 地域における消費生活相談体制の充実・強化 | 27 |
| 2 消費者と事業者との取引の適正化 | 29 |
| 3 高齢者・若年者・障がい者等への支援 | 31 |
| 4 多重債務対策の推進 | 33 |

《施策の柱Ⅱ 主体性のある消費者の育成》

| | |
|--------------------------|----|
| 1 ライフステージに応じた消費者教育 | 35 |
| 2 消費者教育の担い手の育成と多様な主体との連携 | 38 |
| 3 持続可能な社会を目指した消費行動の推進 | 41 |

《施策の柱Ⅲ 消費生活の安全・安心の確保》

| | |
|--------------------|----|
| 1 消費者への情報提供の充実 | 44 |
| 2 食の安全・安心の確保 | 46 |
| 3 商品・サービスの安全・安心の確保 | 48 |

第4章 関係機関との連携

| | |
|--------------------------|----|
| 1 国、他都道府県、県内市町村、関係部局との連携 | 50 |
| 2 関係団体との連携 | 50 |

第5章 推進体制と進行管理

| | |
|------------------|----|
| 1 計画の推進体制 | 51 |
| 2 山形県消費生活審議会への報告 | 51 |
| 3 計画の進行管理 | 51 |

| | |
|-----------------|----|
| 【消費者基本計画目標指標一覧】 | 52 |
|-----------------|----|

資料編

| | |
|-------------|----|
| 【用語解説】 | 54 |
| 【山形県消費生活条例】 | 58 |

第1章 計画策定の基本的考え方

1 計画策定の趣旨

(1) 近年、高齢化の進行やデジタル化の進展・電子商取引の拡大、自然災害の激甚化や多発化、感染症の拡大など、消費者を取り巻く環境は、大きく変化し、それに伴って、消費者問題もますます複雑化、多様化しています。

また、改正民法の施行により、令和4年4月には成年年齢が18歳に引き下げられ、若年者の消費者被害の増加が懸念されています。

さらに、持続可能な社会の実現に向けて、消費者には自らの行動が今後の経済社会や地球環境に影響を与えることを認識し、食品ロスの削減やプラスチックごみの削減、エシカル消費など持続可能な消費の実践が求められています。

(2) 国においては、令和2年3月に、「消費者が主役となる社会」を実現するため、消費者基本法に基づく第4期消費者基本計画(計画期間:令和2年度から令和6年度まで)が策定されたところです。

また、特定商取引に関する法律(以下、「特定商取引法」という。)や消費者契約法、不当景品類及び不当表示防止法(以下、「景品表示法」という。)等の改正、食品ロスの削減の推進に関する法律の制定などの関係法令の整備がなされています。

(3) 本県においては、県民の消費生活の安定及び向上を実現するため、山形県消費生活条例に基づき、「山形県消費者基本計画」を策定し、消費者施策を総合的かつ計画的に推進してきました。

平成29年3月に策定した「第3次山形県消費者基本計画(第2次消費者教育推進計画)」では、「相談・監視指導・見守りによる消費者被害の未然防止・救済」、「消費者から信頼される安全・安心な商品・サービスの確保」、「自ら考え行動する消費者を育成する教育の推進」を3つの柱に掲げ、消費生活相談体制の充実強化、高齢者等の消費者被害の未然防止、学校や地域における消費者教育の充実など、様々な取組みを進めてきました。

(4) 令和3年度末をもって「第3次山形県消費者基本計画(第2次消費者教育推進計画)」の計画期間が終了することから、消費者を取り巻く社会環境の変化に対応するとともに、これまで実施してきた消費者施策の取組や成果を踏まえ、今後の消費者行政を総合的に推進するため、次期計画として「第4次山形県消費者基本計画」を策定するものです。

2 計画の位置付け

- (1) 本計画は、関係法及び条例(※)の規定に基づき、県民の消費生活の安定及び向上を図るための施策を総合的かつ計画的に推進するために策定するものです。
- (2) また、同時に、本計画は、消費者教育の推進に関する法律第10条第1項に基づく「山形県消費者教育推進計画」として位置付けることとします。
- (3) なお、本計画は、令和2年3月に策定された「第4次山形県総合発展計画」の政策の柱の一つである『県民が安全・安心を実感し、総活躍できる社会づくり』の取り組みとして、消費者保護を推進することにより、暮らしの様々なリスクへの対応力の強化を図るものです。そのほかの関連する山形県の他の計画との整合性を図ります。

※関係法及び条例

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。

消費者安全法第4条第1項

国及び地方公共団体は、前条に定める基本理念にのっとり、消費者安全の確保に関する施策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する。

消費者教育推進法第10条第1項

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計画を定めるよう努めなければならない。

山形県消費生活条例第4条

知事は、消費者施策の計画的な推進を図るため、消費者施策の推進に関する基本的な計画を策定するものとする。

3 計画の基本理念と目的

本計画は「消費者の権利(※)の尊重」及び「消費者の自立の支援」を基本理念とし、消費者の視点に立った消費者行政を推進することにより、県民の暮らしの安全・安心を目指します。

※消費者の権利

(山形県消費生活条例第2条)

- ① 消費者の安全が確保されること。
- ② 商品及び役務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こと。
- ③ 消費者に対し必要な情報が提供されること。
- ④ 消費者に対し必要な教育の機会が提供されること。
- ⑤ 消費者の意見が県の実施する施策に反映されること。
- ⑥ 消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されること。
- ⑦ 事業者に不当な取引行為を行わせないこと。
- ⑧ 消費者の利益を確保するため、消費者団体を組織し、行動すること。

4 計画期間

計画期間は、令和4年度から令和8年度までの5年間とします。
社会経済情勢の大きな変化等に対応するため、必要に応じて計画の見直しを行います。

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 消費者を取り巻く経済・社会環境の変化

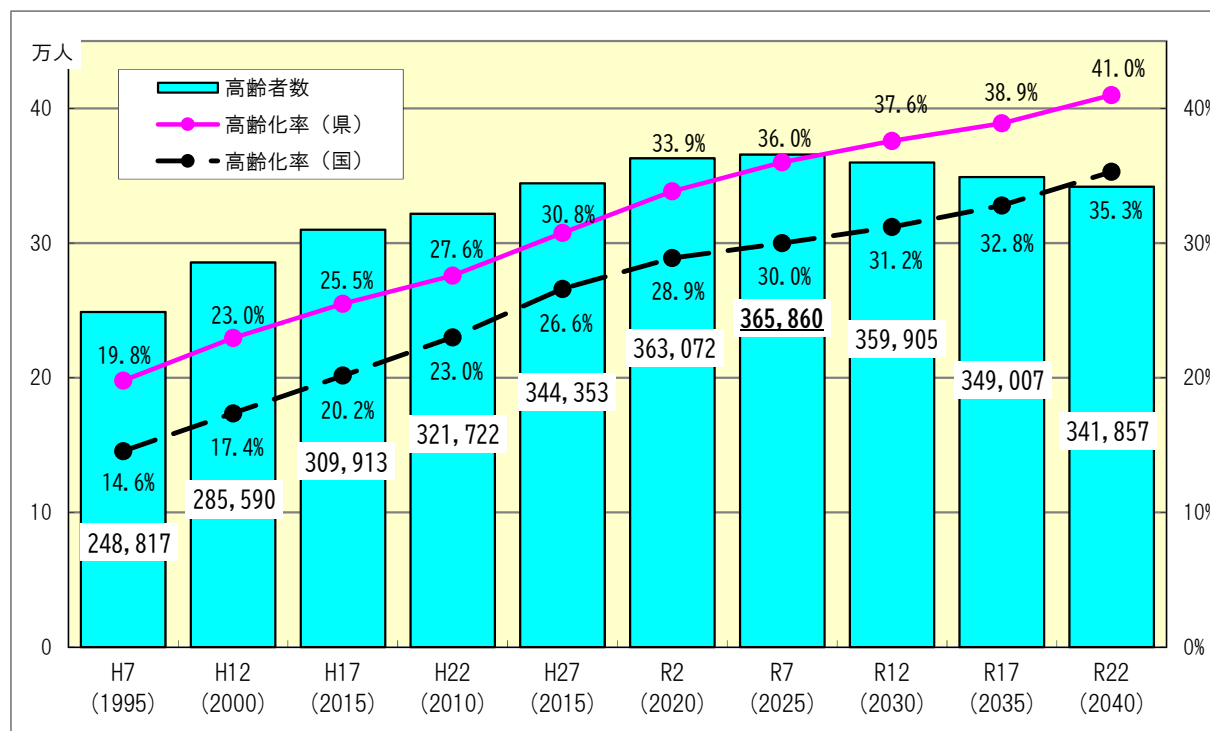
(1) 高齢化の進行

令和2年10月1日現在、本県の総人口は約106万人（推計人口）で、平成27年10月1日の国勢調査から約5万5千人減少しています。

県内の高齢者（65歳以上）人口は約36万人、高齢化率は約34%で、県民の3人に1人が高齢者という全国有数の高齢県となっています。高齢者人口は令和7（2025）年まで増加が続き、高齢化率は令和22（2040）年には41.0%（全国35.3%）まで増加すると推計されています。そのほか、一人暮らし高齢者や高齢者だけの世帯の増加が予想されています。

高齢化の進行により、高齢者を狙った悪質商法の被害拡大や高齢者の消費者トラブルの増加が懸念されます。また、高齢者単独世帯の増加は、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ず、すぐに誰かに相談することができずに一人で抱え込んでしまうといった被害の潜在化・深刻化の恐れがあります。

高齢者人口及び高齢化率の推移及び推計



資料：H7(1995)～H27(2015)年 「国勢調査」
 R2(2020)年以降 「日本の将来推計人口」及び「日本の地域別将来推計人口」(H30(2018).3)
 (国立社会保障・人口問題研究所)

第2章

(2) デジタル化の進展・電子商取引の拡大

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、令和元(2019)年のインターネットの利用者の割合は89.8%と9割に迫っており、高齢者を含め幅広い年齢層で増加してきています。

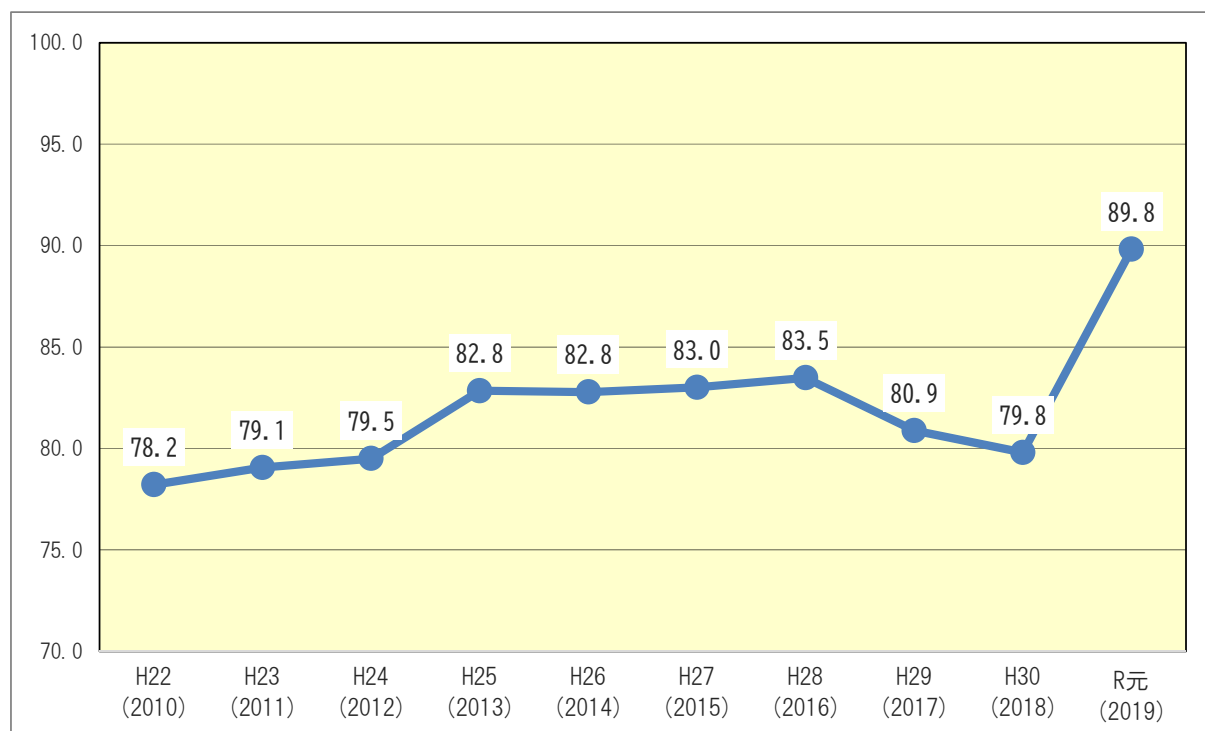
スマートフォンやタブレット型端末の普及により、誰もが、どこでも、いつでも、手軽に、デジタル空間にアクセスし、商品やサービスを購入することができるようになり、オンラインサービスを介した電子商取引は近年急速に活発化しています。

インターネットによる取引の増加に伴い、決済手段についても、スマートフォンによる電子決済、クレジットカードや電子マネーの利用など多くのキャッシュレス決済の種類や方法があります。

また、インターネットオークションやフリマアプリなどが普及し、消費者同士が売り手と買い手になって個人間取引を行うケースやインターネットを通じて消費者が海外の事業者や個人と直接取引を行うことが可能となり、それに伴って新たな消費者トラブルも増加しています。

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する一方で、カード情報の漏洩やキャッシュレス決済を悪用した詐欺など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。

インターネットの利用状況



●個人のインターネット利用率 (%) 出典：総務省「通信利用動向調査」

(3) 民法改正による成年年齢の引下げ

民法改正により、令和4年(2022)4月から、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられます。

新たに成年となる18歳及び19歳は契約主体者として積極的な社会参加が促される一方で、未成年者取消権(※)を行使することができなくなるため悪質な事業者のターゲットとなることが懸念されます。

このため、若年者が消費者被害にあわないよう早い段階から実践的な消費者教育を行うことが重要です。

※未成年者取消権(未成年者契約の取消し)

未成年者は判断能力が十分でないことから法律で保護されており、民法で「未成年者が法定代理人の同意を得ずにした法律行為は取り消すことができる」とされています。令和4年4月の成年年齢引き下げにより、これまで未成年ということで保護されていた18歳及び19歳の若者は、保護の対象から外れることとなります。

(4) 持続可能な社会の実現に向けた取組

平成27(2015)年9月、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(Sustainable Development Goals)(以下「SDGs」という。)」が採択されました。SDGsは、2030年までの国際目標であり、17の目標を達成することにより、「誰一人取り残さない持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現」に向けて取り組むものです。

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、様々な具体的施策を示して取組みを推進しています。

このSDGsの12番目の目標「つくる責任 つかう責任」では、持続可能な生産と消費について、事業者任せではなく消費者自らが意識を持ち、行動することが望まれています。

持続可能な社会の実現に向け、消費者の行動が社会経済や地域環境に大きな影響を与えるとの認識のもとに、日常生活において人や社会、環境等に配慮した消費行動であるエシカル消費(※)の実践など、社会全体で取り組むことが求められています。

※エシカル消費(倫理的消費)

エシカル(ethical)とは、「倫理的」、「道徳的」という意味で、エシカル消費とは地域の活性化や雇用等も含む人や社会・環境に配慮した消費行動のことをいいます。

【エシカル消費の具体例】

○人への配慮 : 障がいがある人の支援につながる商品を選ぶ。

○社会への配慮 : 寄付付き商品を選ぶ。フェアトレード商品を選ぶ。

[フェアトレード]

開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することで、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す貿易のしくみ

- 地域への配慮：地元の産品を買う（地産地消）。被災地の産品を選ぶ。
- 環境への配慮：エコ産品を選ぶ。リサイクル産品を選ぶ。
食品ロスを削減する。
- 生物多様性への配慮
 - ：FSC認証、MSC認証、RSPO認証のついた産品を選ぶ。
 - [FSC認証（森林認証）]
適切に管理された森林資源を使用した産品（紙産品など）
 - [MSC認証（海のエコラベル）]
海洋の自然環境や水産資源を守って獲られた水産物
 - [RSPO認証]
環境への影響に配慮した持続可能なパーム油使用の産品
（洗剤など）

（5）消費者の安全・安心確保のための取組

消費者安全法の規定に基づき消費者事故等の発生に関する情報は消費者庁に一元的に集約されており、令和2年に消費者庁に通知された消費者事故等は1万1,414件（対前年比4.4%減）で、そのうち重大事故等は1,487件でした。

消費者庁では、消費者等に向けた注意喚起等や事故情報に関する情報発信など、消費者事故等を未然防止・拡大防止するための取組を行っています。

（6）自然災害の激甚化・多発化、感染症の拡大

近年は、全国各地で、地震や台風、豪雨等の大規模な自然災害が頻発したり、新型コロナウイルス感染症が国内外で拡大するなど、経済や社会に大きな影響を及ぼす事象の発生により、消費者の日常生活に大きな影響が生じています。

災害発生時や感染症の拡大時において、不確かな情報の拡散や不確かな情報に影響を受けた消費行動が発生したり、心理的に不安定な状態になっている消費者につけ込む悪質商法等により、新たな消費者被害やトラブルも発生しています。

災害発生や感染症の拡大など非常時や緊急時には、いわゆる一般的・平均的消費者についても、一時的にぜい弱性が増加し、取引において自主的かつ合理的な選択が困難になってしまうなどの心理傾向等を踏まえ、消費者被害の防止や冷静な対応を促すなどの施策を図る必要があります。

2 国における消費者行政の動向

国では、消費者基本法第9条に基づいて定められる消費者基本計画に沿って消費者政策を展開しています。

令和2年3月には、第4期消費者基本計画（計画期間：令和2年度から令和6年度まで）が閣議決定され、「消費者が主役となる社会」を実現するため、「消費者被害の防止」や「消費者の自立と事業者の自主的取組の加速」、「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」、「新しい生活様式」の実践や災害時への対応」を政策の基本的方向として、消費者政策を推進しています。

また、消費者庁は、第4期消費者基本計画を踏まえ、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される地域体制を全国的に維持・拡充することを目指して、「地方消費者行政強化作戦2020」を策定し、地方消費者行政の充実・強化のため、地方における計画的・安定的な取組を支援しています。

さらに、様々な消費者被害の発生等に対応して、特定商取引に関する法律や消費者契約法、不当景品類及び不当表示防止法等の改正、食品ロスの削減の推進に関する法律の制定などの関係法令の整備がなされています。

3 山形県における消費生活の状況

(1) 消費生活相談体制の状況

消費者安全法において、地方公共団体の消費生活センターが位置づけられ、広域的な見地を必要とする相談は県、地域住民の相談は市町村が行うなどの役割が定められています。

県内の消費生活相談体制は、県の消費生活センターが、村山、最上、置賜、庄内のそれぞれ1か所の4センター体制となっており、また、全市町村において消費生活相談窓口が設置され、消費者に最も身近な市町村において、消費生活相談を受ける体制が整備されています。

また、山形連携中枢都市圏（7市7町 中心市：山形市）や酒田北部定住自立圏（1市3町 中心市：酒田市）により市町村間における広域連携による相談体制が構築されています。

しかし、消費者安全法に基づく消費生活センターの設置市町村の県内人口カバー率は令和2年度85%（10市）、専任の相談員（広域連携による配置を含む。）が配置されていない市町村があるほか、配置されている相談員の資格保有率も令和2年度66%という状況です。

県内の消費生活相談体制の充実強化のためには、消費生活相談員の確保や複雑化・多様化する相談に適切に対応するためのスキルアップや消費者行政職員の研修受講による資質向上が必要となっています。

県内の消費生活相談体制（令和3年度）



| | 県 | 市町村 |
|---------------------------|-----------|-----|
| 消費生活センター設置数 | 4 | 10 |
| 相談窓口設置市町村数 | — | 35 |
| 消費生活相談員配置市町村数 | — | 16 |
| 消費生活相談員数 (うち指定消費生活相談員) | 10 (3) | 25 |

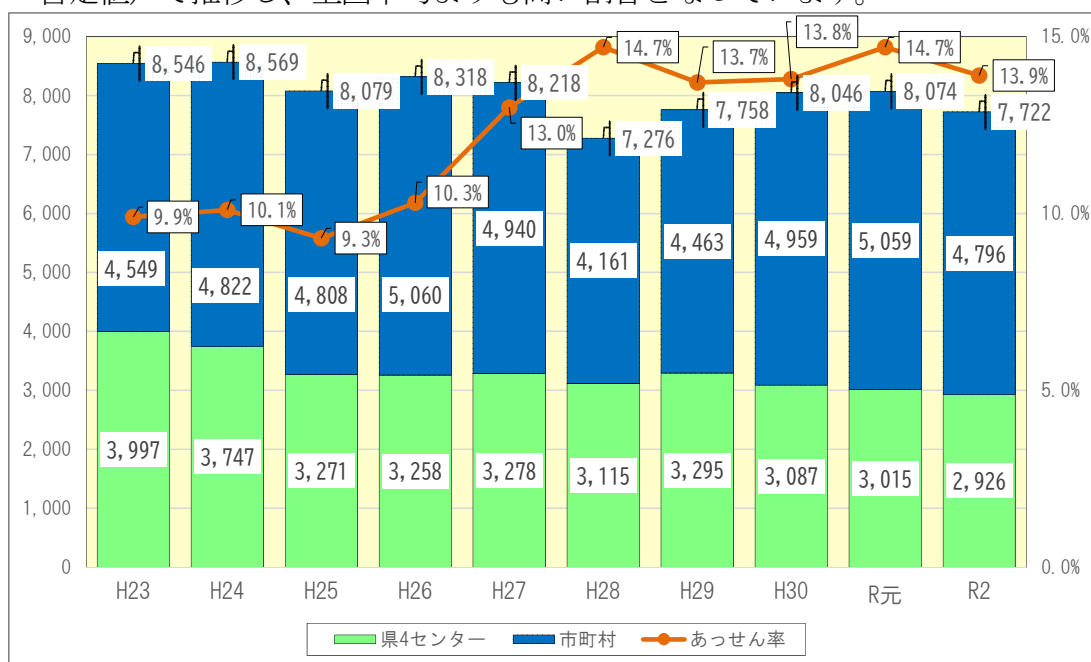
(2) 消費生活相談の状況

① 消費生活相談件数の推移

県及び市町村で受け付けた消費生活相談件数は、平成23年度以降、概ね8,000件前後で緩やかに減少しています。

県と市町村の相談受付割合は、平成23年度には県53%・市町村47%でしたが、令和2年度には県38%・市町村62%でした。消費者にとってより身近な相談窓口である市町村の相談受付割合が高まっています。

また、あっせん率（相談件数のうちあっせんに入った相談件数の割合）は、平成23年度には9.9%でしたが、平成27年度以降は13%から14%台（令和2年度の数值は暫定値）で推移し、全国平均よりも高い割合となっています。

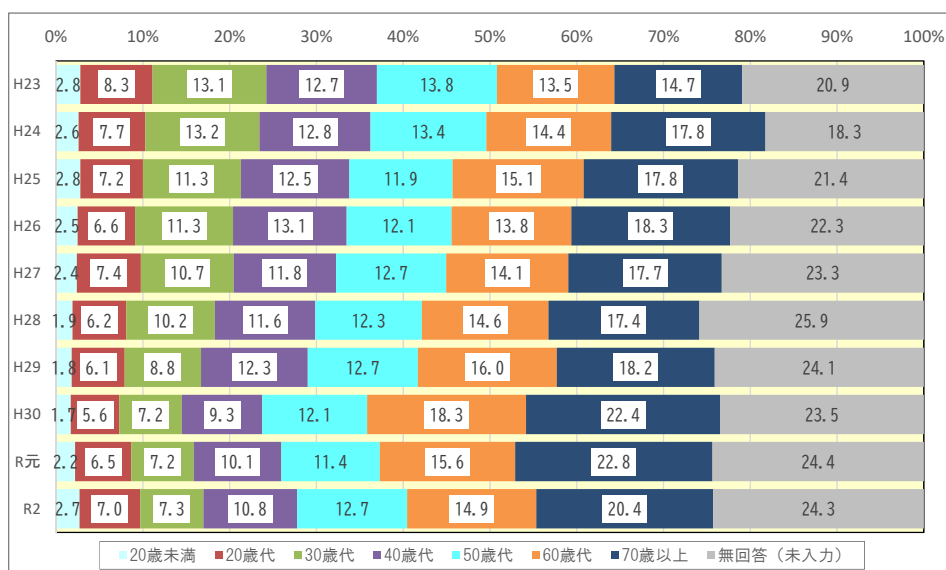


※ 相談件数は、市町村にはPIO-NET未設置町村を含む。あっせん率は、PIO-NET設置分のみ。

PIO-NET：全国消費生活情報ネットワークシステム (Practical Living Information Online Network System)

② 年度別にみた契約当事者年代別割合

消費生活相談は、各年代から広範に寄せられていますが、平成23年度以降、毎年度、70歳以上の方の相談割合が最も高くなっています。

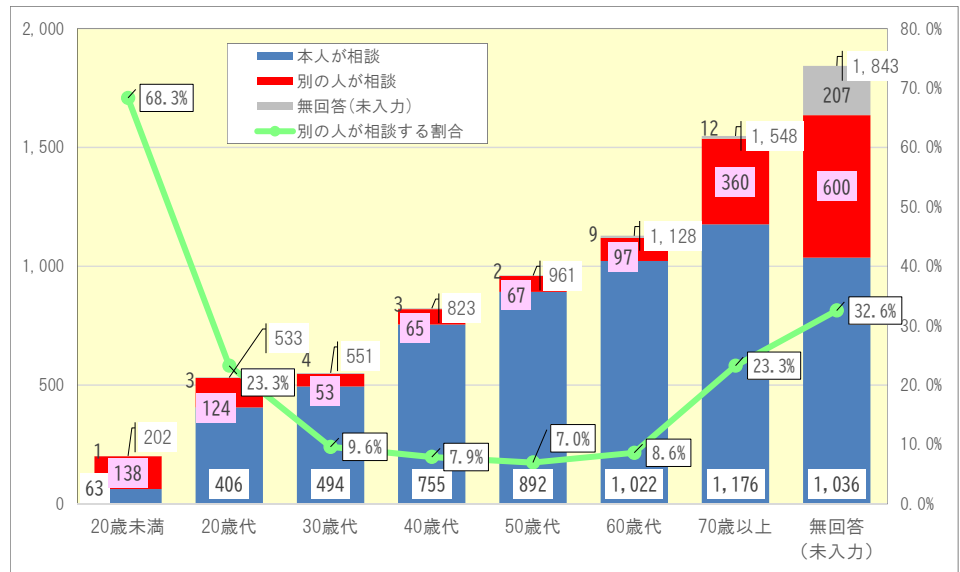


第2章

③ 契約当事者の年代別相談者の内訳（令和2年度）

令和2年度の消費生活相談について、契約当事者が20歳未満の場合は68.3%が、20歳代の場合と70歳以上の場合はともに23.3%が、契約当事者とは別の person からの相談でした。

未成年者や若年者、高齢者は家族や関係者など周囲の人から相談が寄せられる割合が、他の年代より高くなっています。



④ 契約当事者年代別にみた上位商品・役務等別相談件数（中分類） （令和2年度）

20歳未満から40歳代までの各年代では「デジタルコンテンツ」に関する相談が、50歳代以上の各年代では「商品一般」に関する相談が最も多く寄せられました。

また、すべての年代において「他の健康食品」に関する相談が前年に比して増加しました。このほとんどが、インターネット通販による定期購入のトラブルでした。

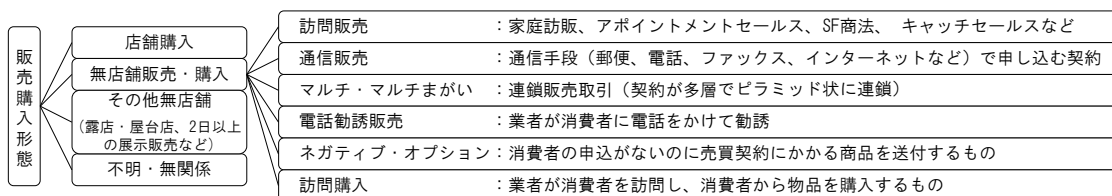
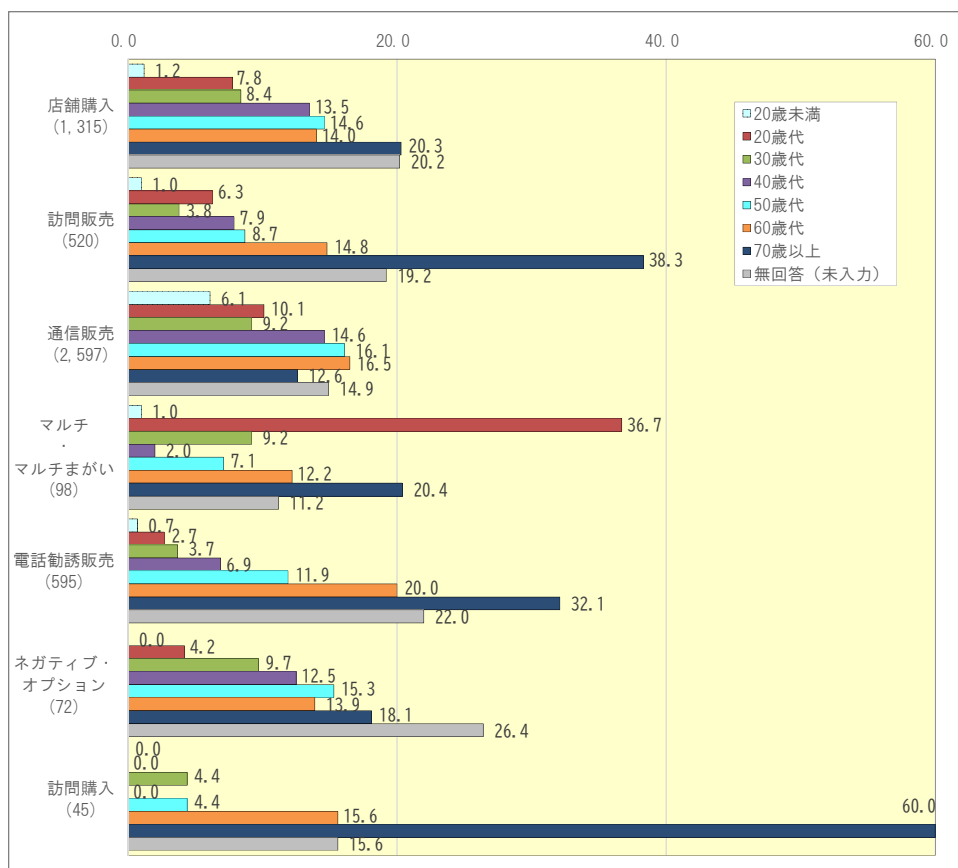
| 順位 | 役務・商品別 | 年齢別 | | | | | | | | 再掲 【65歳以上】 2,114件 |
|----|---------------------------|------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|-------------------------|
| | | 20歳未満 202件 | 20歳代 533件 | 30歳代 551件 | 40歳代 823件 | 50歳代 961件 | 60歳代 1,128件 | 70歳以上 1,548件 | | |
| 1位 | 商品一般 642件 | デジタルコンテンツ 58件 | デジタルコンテンツ 96件 | デジタルコンテンツ 61件 | デジタルコンテンツ 72件 | 商品一般 103件 | 商品一般 165件 | 商品一般 212件 | 商品一般 290件 | |
| 2位 | デジタルコンテンツ 525件 | 他の健康食品 34件 | 他の健康食品 34件 | 商品一般 51件 | 商品一般 68件 | デジタルコンテンツ 78件 | デジタルコンテンツ 98件 | インターネット接続回線 90件 | インターネット接続回線 134件 | |
| 3位 | 他の健康食品 328件 | 商品一般 14件 | フリーローン・サラ金 30件 | 他の健康食品 33件 | 他の健康食品 67件 | 他の健康食品 64件 | インターネット接続回線 69件 | デジタルコンテンツ 62件 | デジタルコンテンツ 109件 | |
| 4位 | インターネット接続回線 253件 | 他の化粧品 13件 | 商品一般 29件 | フリーローン・サラ金 28件 | フリーローン・サラ金 41件 | インターネット接続回線 48件 | 他の健康食品 44件 | 固定電話サービス 54件 | 他の健康食品 71件 | |
| 5位 | フリーローン・サラ金 184件 | 酵素食品 8件 | 不動産貸借 24件 | 不動産貸借 20件 | 複合サービス会員 30件 | フリーローン・サラ金 30件 | 保健衛生品その他 32件 | 他の健康食品 52件 | 固定電話サービス 65件 | |
| 6位 | 四輪自動車 保健衛生品その他 115件 | 基礎化粧品 7件 | モバイルデータ通信 15件 | インターネット接続回線 16件 | インターネット接続回線 22件 | 保健衛生品その他 29件 | 役務その他サービス 31件 | 電気 47件 | 電気 59件 | |

※ 合計「7,589件」は、「年齢不明・その他1,843件」を含めたもの。

- (参考) 商品一般 : 不審な電話・メール、身に覚えのない請求等に関すること
 デジタルコンテンツ : オンラインゲーム、出会い系サイト、情報商材等
 他の健康食品 : サプリメント等の健康食品に関すること
 インターネット接続回線 : 光通信サービスやプロバイダ契約に関すること
 フリーローン・サラ金 : 多重債務やヤミ金融に関すること
 複合サービス会員 : 旅行やブランド品等が安くなるとうたう会員権の未納会費請求等に関すること

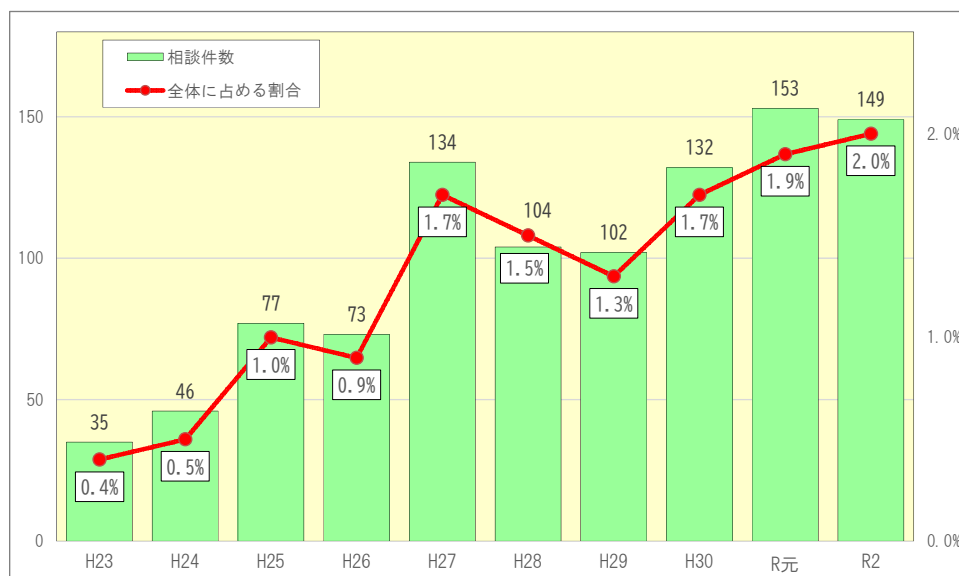
⑤ 主な販売購入形態別にみた契約当事者年代の割合（令和2年度）

「訪問販売」、「電話勧誘販売」及び「訪問購入」は、70歳以上の相談割合が高くなっています。「マルチ・マルチまがい」は、20歳代の相談割合が高くなっています。



⑥ 契約当事者が障がい者の相談状況

障がい者の相談は、平成23年度は相談件数全体の0.4%でしたが、年々相談件数は増加傾向にあり、令和2年度は相談件数全体の2.0%となっています。

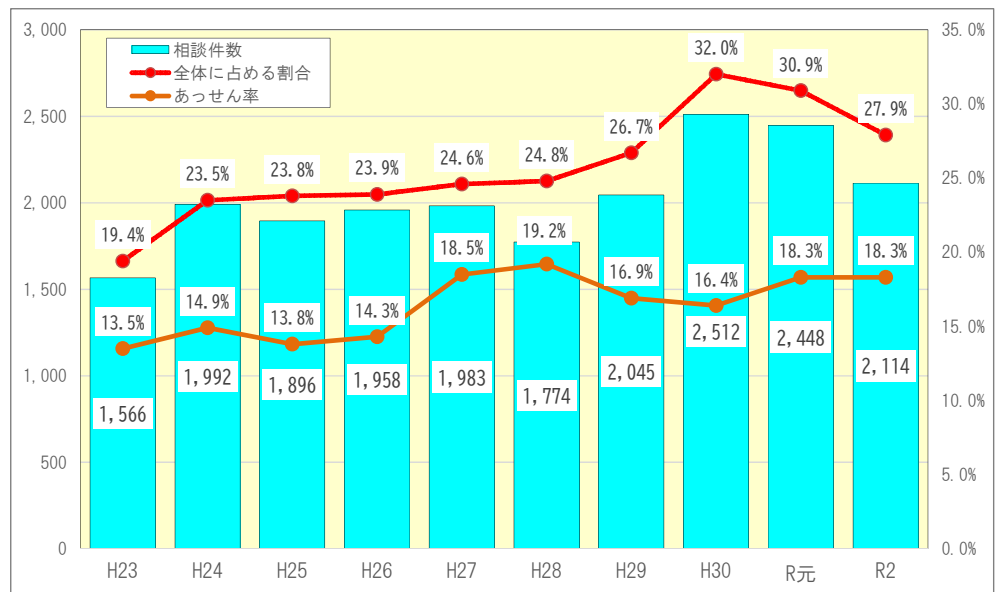


第2章

⑦ 高齢者（契約当事者が65歳以上）の相談状況

相談件数全体に占める65歳以上の高齢者の相談割合は、平成30年度をピークに2年連続減少していますが、依然として高い傾向にあります。

契約内容を十分に理解していない場合も少なくなく、高齢者の相談におけるあっせん率は、全年齢でみたあっせん率よりも高い水準で推移しています。

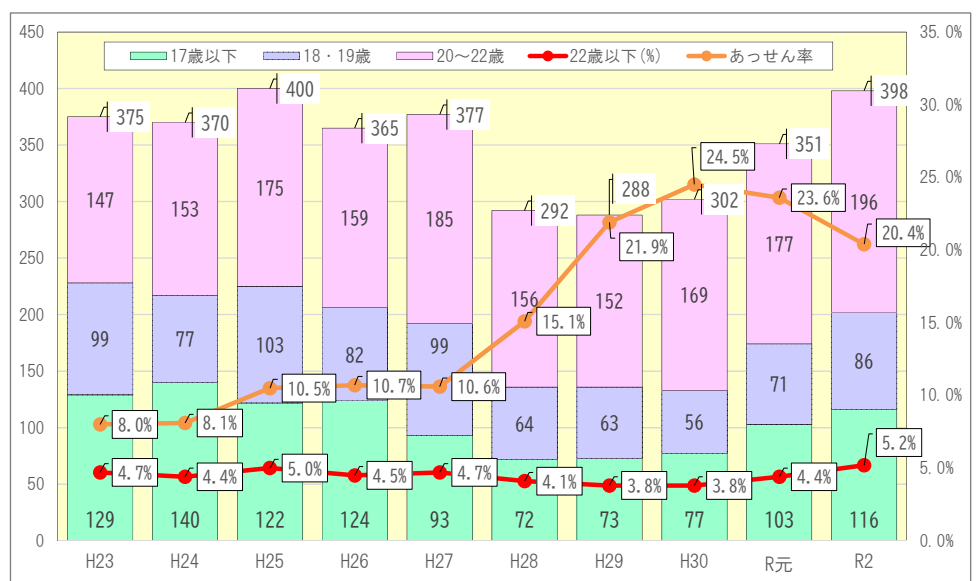


⑧ 若年者（契約当事者が22歳以下）の相談状況

平成27年度までは、アダルトサイトのワンクリック請求に関する相談が若年者の相談の約3割を占めていましたが、平成28年度以降急激に減少し、若年者の相談件数は一時減少しました。

しかし、ここ5年間で若年者の相談件数は再び増え、令和2年度は相談件数全体の5.2%を占めました。相談内容も大きく変化し、オンラインゲームや他の健康食品（定期購入トラブル）、出会い系サイト、情報商材など、インターネットを通じたトラブルが多いほか、賃貸アパートに関する相談も多く寄せられています。

相談内容が複雑化したことにより、若年者の相談におけるあっせん率も大きく上昇しています。



(3) 事業者指導及び法執行の状況

消費者の被害の防止や利益の保護のため、特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）や不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）等の法令に基づき調査を行い、必要に応じて、事業者に対して行政指導や行政処分を行い、消費者と事業者との間の適正な取引の確保に努めています。

特定商取引法については、消費者の被害、事業者の実態等を踏まえ、悪質事業者等を市場から排除するため、国や警察等と連携し、法令に基づく行政処分等を行っています。県では、不当な取引行為を防止するため、平成29年度から令和2年度までの間に4件の行政指導を行いました。

景品表示法については、消費者が自主的かつ合理的な判断のもとに商品やサービスを選択できるようにするため、事業者や事業者団体における法令遵守の取組みに対する助言・指導等を行うとともに、不当な表示等を行う事業者に対して、平成29年度から令和2年度までの間に6件の行政指導を行いました。

(4) 消費者教育の状況

消費者被害・トラブルの未然防止と早期救済を図るため、消費生活に必要な知識や悪質商法の手口・その対処法などについて、県民への情報提供と啓発を行っています。

また、自ら考え行動する消費者を育成するため、学校、地域、家庭、職場等において、生涯にわたりライフステージに応じた消費者教育の充実が必要であり、学校や各種団体等が企画する研修会等に消費生活相談員等が出向き、幅広い年齢層を対象に出前講座を実施しています。

さらに、消費生活の必要な情報を知る機会を提供するため、県主催の消費生活講座の実施や山形県消費生活センターキャラクター“ケロちゃん”を主役として、消費生活に関する情報を伝える「ケロちゃんが行く」シリーズを活用した紙面講座等を行っています。

消費生活出前講座の実施状況（県の4センター実施分）

(件)

| 対象者 | 平成28年度 | 平成29年度 | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度※ |
|---------|--------|--------|--------|-------|--------|
| 幼児・小学生 | 11 | 17 | 5 | 3 | 5 |
| 中・高・大学生 | 5 | 16 | 22 | 21 | 16 |
| 勤労者 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 |
| 高齢者 | 95 | 103 | 92 | 99 | 37 |
| 一般消費者 | 27 | 25 | 18 | 14 | 6 |
| 障がい者 | 3 | 7 | 4 | 12 | 7 |
| 地域指導者等 | 12 | 5 | 14 | 15 | 4 |
| 合計 | 154 | 175 | 156 | 166 | 75 |

※令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の拡大により出前講座の実施数減

第2章

消費者教育を効果的に推進するため、身近な地域において啓発活動等を行う県民ボランティアを「消費生活サポーター」として委嘱しています。

県では、消費生活サポーターの活動支援と地域における消費者教育の担い手育成、連携促進のために研修会を開催しています。

また、福祉関係機関や社会教育施設、山形県金融広報委員会等消費者教育を担う多様な主体との連携による消費生活講座の開催や消費者啓発のための事業を実施しています。

消費生活サポーター数の推移

(人)

| | 平成28年度 | 平成29年度 | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 | 令和3年度 R3.10.1現在 |
|---------------|--------|--------|--------|-------|-------|--------------------|
| 累計 (経験者含む) | 110 | 131 | 144 | 160 | 177 | 182 |
| 単年度 (年度末数) | 72 | 89 | 94 | 103 | 106 | 101 |

(5) 消費生活に関する県民の意識

消費生活に係る県民意識を的確に把握するため、令和3年7月に山形県において「消費生活に係る県民意識調査」を実施しました。

県内在住の満18歳以上の男女個人向け調査【一般調査】と県内在住の高校2、3年生の男女個人向け調査【高校生調査】の2種類を実施しました。

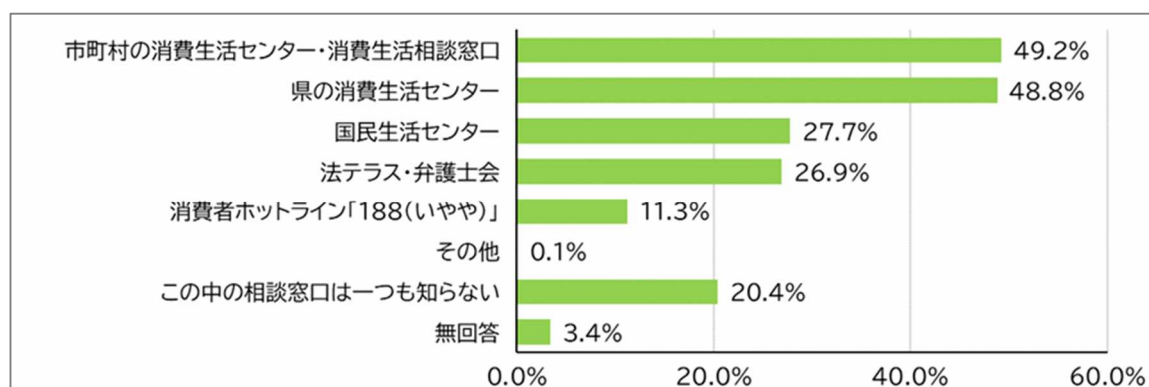
① 消費生活センター及び消費者ホットライン「188(いやや)」の認知度

県内の公的な相談窓口の認知度としては、一般調査では約半数の人が県の消費生活センターを知っていますが、消費者ホットライン「188(いやや)」については、まだ1割強の認知度です。

また、高校生調査では消費者ホットライン「188(いやや)」が最も高い割合となっており、次いで「県の消費生活センター」が続いています。

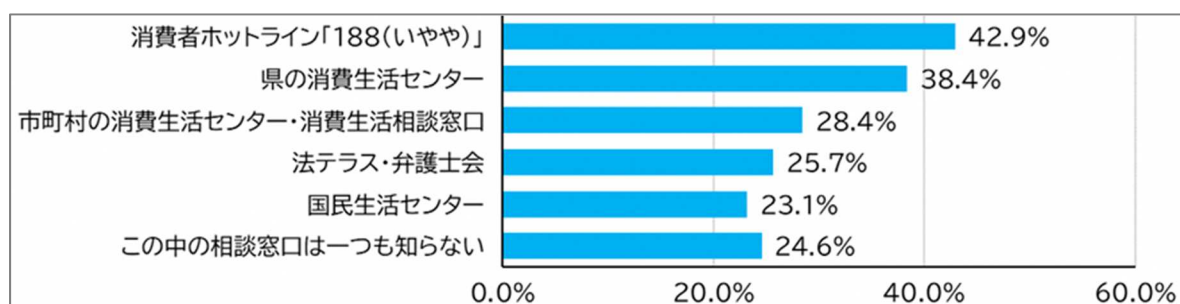
一般調査

[標本数 2,988 複数回答]



高校生調査

[標本数 834 複数回答]



第2章

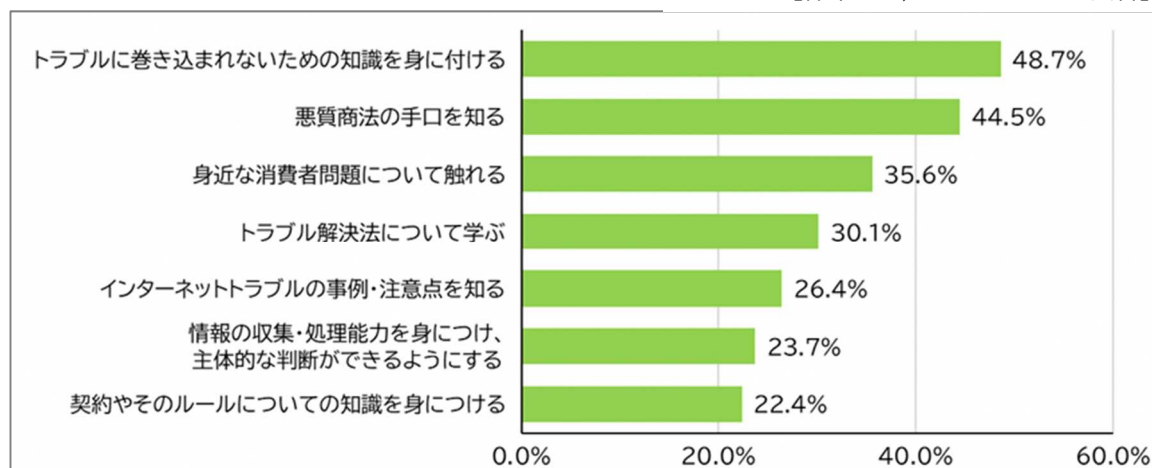
② どのような消費者教育が重要か

安心して安全な商品やサービスを購入する知識を身につけたり、地球環境の保全や労働環境の改善を考えて商品を選ぶなど、よりよい社会作りに自ら進んで関わる「自立した消費者」を育てるための消費者教育について、一般調査では、どのような消費者教育が重要か聞いてみたところ、最も多い回答は、「トラブルに巻き込まれないための知識を身に付ける」で、以下「悪質商法の手口を知る」、「身近な消費者問題について触れる」と続きました。

被害にあわないための知識やトラブル解決法への関心が高くなっています。

一般調査

[標本数 2,988 3つまで回答]



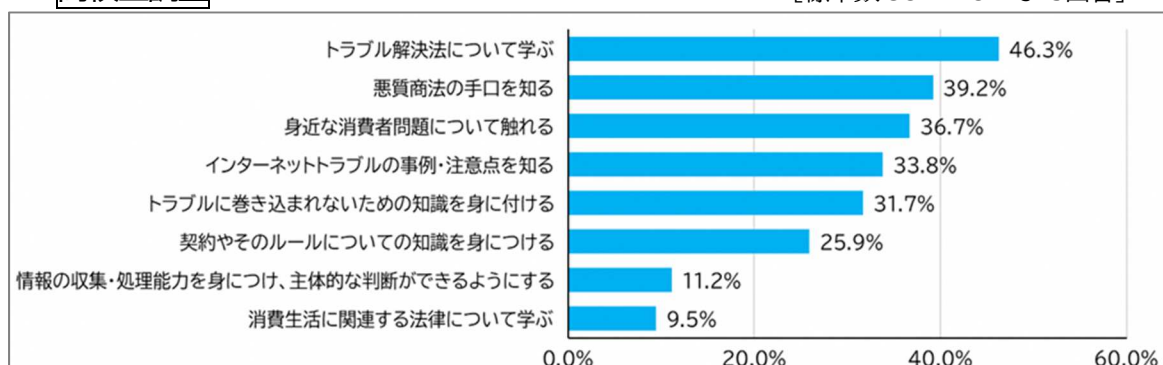
③ どのような消費者教育が受けたいか

高校生調査では、どのような消費者教育を受けたいかきいてみたところ、最も多かったのが、「トラブル解決法について学ぶ」で、以下「悪質商法の手口を知る」、「身近な消費者問題について触れる」と続きました。

被害にあわないための知識やトラブル解決法への関心が高くなっています。

高校生調査

[標本数 834 3つまで回答]



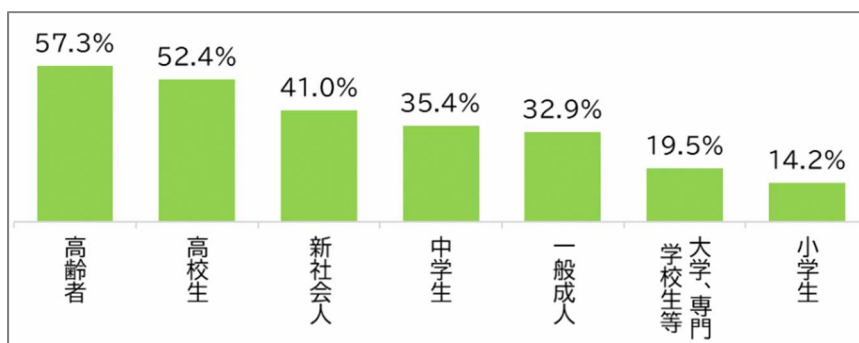
④ どのような人に消費者教育を重点的に行ったらよいか

一般調査では、回答の多い順に、「高齢者」、「高校生」、「新社会人」、「中学生」などとなりました。

高校生調査では、高校生を重点的という回答が8割以上、中学生を重点的という回答が6割以上ありました。

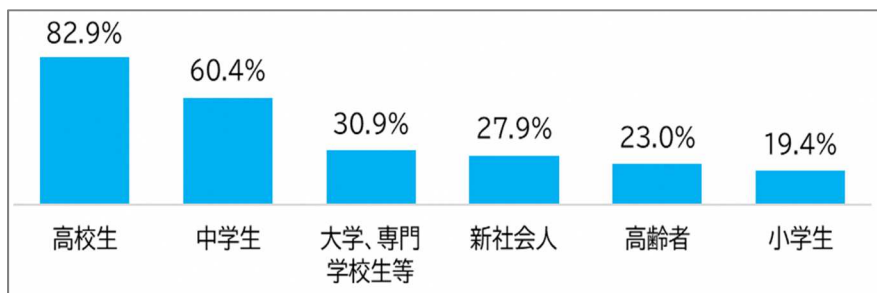
一般調査 (上位7位)

[標本数 2,988 3つまで回答]



高校生調査 (上位6位)

[標本数 834 3つまで回答]

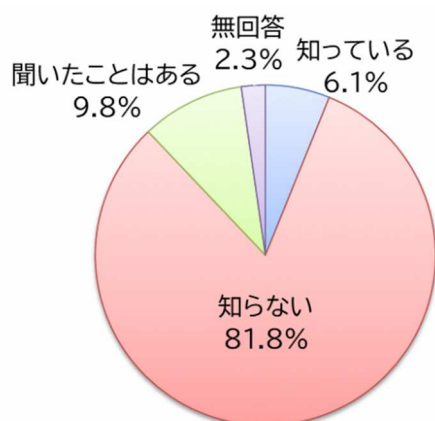


⑤ エシカル消費の認知度

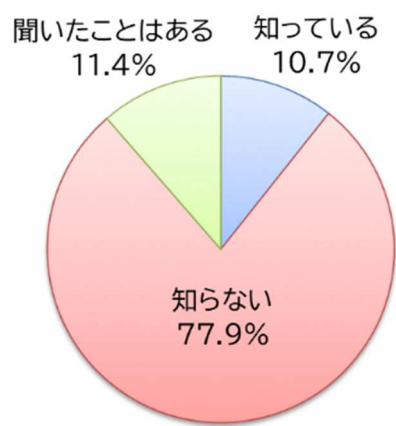
エシカル消費について、一般調査では、「知っている」が6.1%、「聞いたことはある」は9.8%、8割以上の人々が「知らない」という結果になりました。

高校生調査でも、1割をやや超える認知度であり、まだまだエシカル消費の認知度は低いようです。

一般調査 [標本数 2,988 単一回答]



高校生調査 [標本数 834 単一回答]

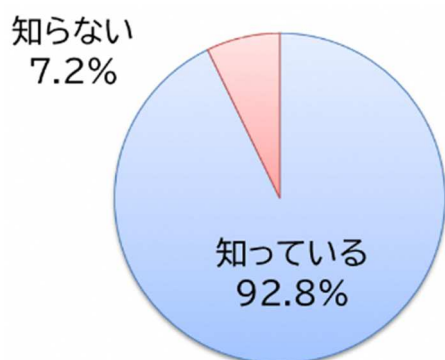


⑥ 「成年年齢引下げ」及び「未成年者取消権」について
(高校生調査のみ実施)

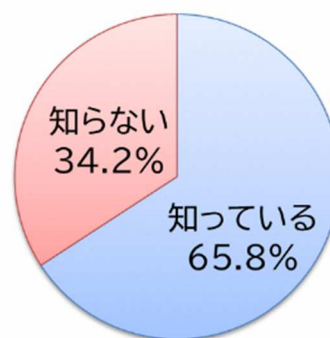
「成年年齢」について、民法の改正により、令和4年4月から成年年齢が現行の20歳から18歳に引き下げになることを、「知っている」高校生は9割を上回っています。

しかし、民法において、未成年者が行った契約について、「未成年者が不利益をこうむらないように、契約を取り消すことができる。」(未成年者が法定代理人(親等)の同意を得ないでした法律行為(契約等)は、取り消すことができる。)ことを、「知っている」高校生は6割に留まりました。

成年年齢引下げ



未成年者取消権



[標本数 834 それぞれ単一回答]

4 第3次山形県消費者基本計画（第2次消費者教育推進計画）の成果

第3次計画では、県民の消費生活の安定と向上を目指して、3つの項目を柱に、10の施策を推進してきました。

特に、高齢者等の消費者被害の未然防止や若年者に重点を置いた消費者教育に力を入れ、学校や地域における各種講座や多様な主体との連携による消費者教育・啓発を進めてきました。

第3次山形県消費者基本計画における主な成果と課題については、以下のとおりです。

「I 相談・監視指導・見守りによる消費者被害の未然防止・救済」

県は、市町村における消費生活相談の充実強化のため、市町村からの経由相談に対して助言、あっせんによる支援を行うとともに、令和元年度から指定消費生活相談員を配置し、巡回訪問やOJT研修により相談員等への助言、指導、情報提供等の支援を行いました。

また、市町村の相談員及び行政職員のスキルアップを図るため、県主催の研修会や事例検討会等を継続して行いました。

悪質商法に関する情報については、県のホームページや消費生活センターニュース等に掲載するほか、市町村等へ情報提供を行い、県民に周知を図りました。

高齢者等の消費者被害の未然防止のため、市町村や関係団体と連携し、注意喚起や啓発資料を配布したほか、地域の見守りネットワークの構築のため、研修会の開催や理解と設置促進のためのガイドブックやリーフレットの配布等を行いましたが、令和3年10月現在、消費者安全確保地域協議会の設置は1市となっており、引き続き設置促進のための支援が必要です。

| 主な個別施策 | 指標 | 基準 H27年度 | 現状値 R2年度 | 目標値 R3年度 |
|-------------------------|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| 連携強化による相談機能の充実 | 指定消費相談員数 | — | 2名 | 2名 |
| 消費生活相談員の資質向上 及び人材の確保 | 国等が開催する専門的研修会への県相談員の参加率 | 100% | 100% | 100% |
| | 市町村の相談員を対象とした研修会の開催数 | 4回 | 4回 | 4回 |
| 高齢者等の見守りネットワーク構築の推進 | 人口5万人以上の市における消費者安全確保地域協議会の設置数 | — | 1市 | 5市 |

「Ⅱ 消費者から信頼される安全・安心なサービスの確保」

消費生活の安全・安心のため、消費者事故等の情報や災害時や感染症拡大時の消費生活に関する情報等を、県のホームページや消費生活センターニュース等に掲載するほか、市町村等へ情報提供を行い、県民に周知を図りました。

商品・サービスに関する安全性と信頼性を確保するため、関係法令に基づく立入検査等の実施や必要に応じて行政指導・行政処分を行っています。

| 主な個別施策 | 指標 | 基準 H27年度 | 現状値 R2年度 | 目標値 R3年度 |
|---------------------|------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| ホームページ等を活用した情報提供の充実 | 各センターにおける「消費生活センターニュース」の発行回数 | 12回 | 12回 | 12回 |
| 食品等の衛生監視指導の強化 | 食品衛生監視指導計画に基づく監視率 | 100% | 100% | 100% |
| 流通食品の安全対策 | 規格等適合率 | 99.3% | 98.5% | 99.8% |

「Ⅲ 自ら考え行動する消費者を育成する教育の推進」

第3次計画は、消費者教育の推進に関する法律第10条に基づく消費者教育を推進するための計画と位置づけられたことから、消費者が自立した主体として能動的に行動できるようにするため、学校や地域における消費者教育を重点的に取り組みました。

特に、高等学校においては、2022（令和4）年4月に成年年齢が18歳に引き下げられることを見据え、高校生を対象とした消費者庁作成教材「社会への扉」を用いた消費者教育の実施や弁護士による消費生活法律授業、教育委員会等連携して、消費生活相談員等による出前講座を実施するなど消費者教育の充実を図り、若者の消費者被害の未然防止に努めました。

また、地域に根差した消費者啓発活動の実践者である消費生活サポーターは、目標以上の人数となり、悪質商法や消費者事故等に係る地域への情報提供、消費生活出前講座の講師、地域のイベント等における啓発活動への参加など、様々な地域活動がみられました。

さらに、大学生自らが啓発物品の開発、作製に参加することで、消費生活サポーターとして大学生等に啓発するなどの活動につながりました。

しかし、出前講座や消費者力アップ講座等の実施によりライフステージに応じた消費者教育・啓発の強化を図りましたが、対象となる年代や参加者が限られ、また、対面の講座実施が困難となった状況もあり、開催回数としては、目標を達成することができませんでした。

今後は、消費者の特性に配慮しながら、出前講座等の実施方法（身近な市町村での開催、参加しやすい時間帯、特性に応じた教材や講師の選定等）を検討するほか、ライフスタイルの変化やスマートフォンの普及を考慮し、SNS等を活用した効果的な消費者教育の実施を検討していく必要があります。

| 主な個別施策 | 指標 | 基準 H27年度 | 現状値 R2年度 | 目標値 R3年度 |
|-----------------------------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|
| 学校等における消費者教育の実施 ①幼少期 ②学校期 ③若者期 | 学校等における消費者教育の 実施件数 | 21件 | 27件 | 26件 |
| 地域における消費者教育の推進 ①若者期 ②成人期 ③高齢期 | 地域における出前講座 の実施件数 | 185件 | 48件※ | 190件 |
| 消費生活サポーターの推進 | 消費生活サポーター数 | 69人 | 106人 | 79人 |

※新型コロナウイルス感染拡大の影響による減

5 本県の消費者行政における課題

消費者を取り巻く経済・社会環境の変化やこれまでの取組、「消費生活に係る県民意識調査」の結果等を踏まえ、県として、次のような課題に対応していく必要があります。

(1) 消費生活相談体制の充実

- ① 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、そのうち消費生活センターの設置は10市に留まっています。
また、消費生活相談員が配置されていない町村もあることから、引き続き、どこに住んでいても質の高い消費生活相談が受けられるよう、市町村の相談体制等の充実への支援が必要です。
- ② デジタル化の進展や電子商取引の普及に伴い、新たな商品・サービスの提供や取引形態が生じたことにより、ますます複雑化・多様化しており、こうした相談に迅速かつ的確に対応するためには、消費生活相談員等の資質の向上が求められます。
- ③ 県民意識調査の結果をみると、消費生活に関する相談窓口の認知度が低いことから、消費生活センターや消費者ホットライン188の認知度向上のために積極的に周知する必要があります。

(2) 消費者被害の未然防止と救済

- ① 高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分になった人など、消費生活上特に配慮を要する消費者の消費者被害防止と早期発見のためには、本人や家族に対しての注意喚起や啓発に加え、地域の人たちの見守りが重要であり、地域のネットワークづくりを進める必要があります。
- ② 若年者は社会経験が浅く、契約に関する基礎知識が乏しいことから、令和4年4月からの成年年齢引下げにより、成年になったばかりの18, 19歳に消費者被害が急増することが懸念されています。このため、高校生等の若年者への消費者教育を重点的に取組む必要があります。
また、若年者を中心にSNSの利用が増加していますが、悪質商法の勧誘等にSNSが利用される傾向が見られることから、対策の強化が必要です。
- ③ 不適正な取引を行う事業者に対して、厳正な指導や処分を実施するため、国、警察、関係機関等との更なる連携強化が必要です。
- ④ 依然として深刻な社会問題である多重債務者問題について、関係機関・団体と連携し、継続して取り組むことが必要です。

(3) 消費者教育の推進

- ① 自ら考え自ら行動する自立した消費者を育成するため、学校・地域、職場、家庭など様々な場において、幼年期から高齢期までの各ライフステージに応じた体系的な消費者教育を推進することが必要です。
- ② 教育現場と連携した実践的な消費者教育の推進するため、県の消費生活センターにおける消費者教育に係るコーディネート機能を充実・強化する必要があります。

(4) 持続可能な社会の実現

- ① 持続可能な社会の実現のため、消費者一人ひとりが、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、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ものであることを自覚して、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」を目指すことが求められています。
- ② 人や社会、環境に配慮した消費行動である「エシカル消費（倫理的消費）」については、県民意識調査の結果を見ると、一般調査では8割以上が「知らない」という回答であり、県民の認知度が低い状況にあります。

一方、食品ロス削減や資源の再利用や再生利用、プラスチックごみの削減など、様々な取組が推進されており、日常生活の中で意識せずに行っている地産地消やマイバック持参などの消費行動があります。

このような消費行動を「エシカル消費」であると消費者が認識し、更に、人や社会、環境に配慮した消費行動を積極的に実践できるようにするため、幅広い普及啓発が必要です。

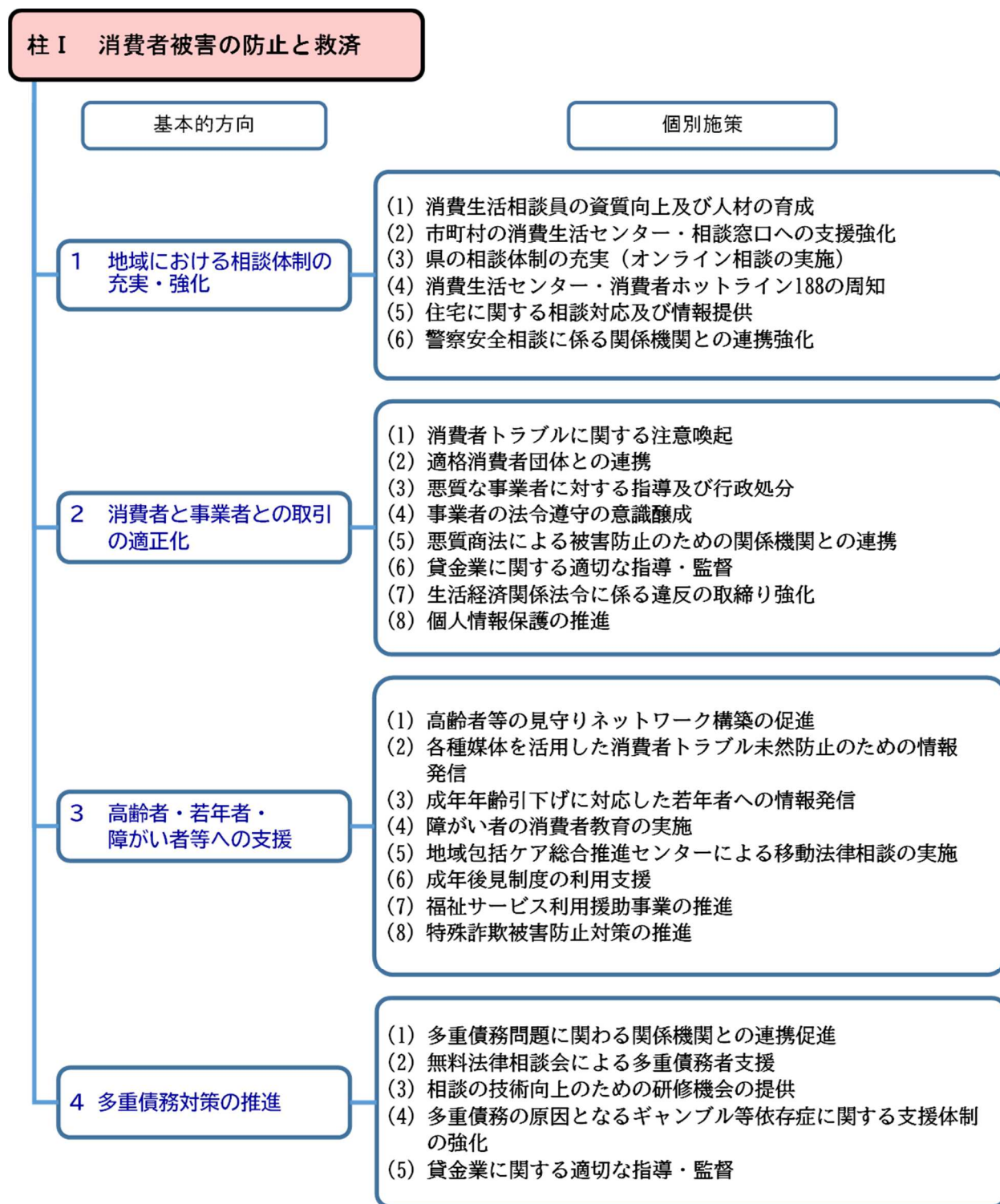
(5) 消費生活の安全・安心の確保

- ① 消費生活の安全・安心のため、消費者事故や悪質商法の手口等の情報を様々な媒体を活用して、分かりやすくかつ迅速に消費者に提供していく必要があります。
- ② 災害発生や感染症の拡大など非常時や緊急時には、行政による生活関連物資等に関する迅速かつ適切な情報提供や相談体制の充実を図り、消費者被害の防止や冷静な対応を促すなどの施策を図る必要があります。
- ③ 消費者が商品・サービスにより生命や身体および財産に被害を受けることなく安心して生活ができるよう、各種法令に基づく指導監視等により商品・サービスの安全・安心の確保が必要です。

第3章 施策の展開方向

本計画は、「3つの柱」と基本的方向を示した「10の施策」に基づいて推進していきます。

第4次計画の体系図



柱Ⅱ 主体性のある消費者の育成

基本的方向

個別施策

1 ライフステージに応じた消費者教育の充実

- (1) 学校教育における消費者教育の推進
 - ① 学習指導要領に基づいた消費生活に係る学習の履修
 - ② ライフステージに応じた出前講座・弁護士による消費生活法律授業の実施
 - ③ 成年年齢引下げに対応した出前講座の実施
 - ④ 高校生のための消費者教材「社会への扉」の活用促進
 - ⑤ 各種媒体を活用した消費者教育のための情報周知
- (2) 地域社会における消費者教育の推進
 - ① ライフステージに応じた出前講座の実施
(若年期、成年期、高齢期)
 - ② 市町村における講習等(出前講座含む)の実施支援
 - ③ 若年者による若年者のための消費者教育事業への支援
 - ④ 障がい者の消費者教育の実施

2 消費者教育の担い手の育成と多様な主体との連携

- (1) 消費生活サポーター制度の強化
- (2) 消費者教育コーディネーターによる消費者教育推進体制の構築
- (3) 市町村相談員等との連携による消費者教育の推進
- (4) 教職員の消費者教育の指導力向上
- (5) 山形県金融広報委員会との連携
- (6) 消費者団体等多様な主体との連携
- (7) 地域包括支援センターによる消費者被害の防止
- (8) 障害福祉サービス事業所の従事者への消費者教育の実施
- (9) 食品の安全・安心確保に関する出張セミナーの実施

3 持続可能な社会を目指した消費行動の推進

- (1) エシカル消費の普及啓発
- (2) 環境問題を「自分ごと」として捉えるための意識改革・行動変容の促進、県民総ぐるみによる運動の展開
- (3) 県民運動等によるライフスタイルの変革の促進及び分別リサイクルの推進
- (4) 食品ロスの削減の推進
- (5) 山形県産品愛用運動の普及啓発
- (6) 食育・地産地消の普及啓発
- (7) 人と環境に優しい持続可能な農業の取組への理解増進
- (8) 障がい者の支援につながる製品購入の普及

柱Ⅲ 消費生活の安全・安心の確保

基本的方向

個別施策

1 消費者への情報提供の充実

- (1) 消費者事故情報の収集及び情報周知の充実
- (2) 消費者団体訴訟制度の周知と広報
- (3) 生活関連物資に関する情報収集等
- (4) 各種媒体を活用した消費者への情報発信の強化
- (5) 自然災害や感染症拡大時などに対応した消費者への情報発信
- (6) 住宅に関する相談対応及び情報提供 (再掲)

2 食の安全・安心の確保

- (1) 食の安全に関する意見交換の推進
- (2) 適正な食品表示の確保
- (3) 食品等の監視指導の充実
- (4) 流通する食品の安全対策
- (5) 農薬販売店に関する立入検査
- (6) 食の安全・安心確保に関する出張セミナーの実施
- (7) 食品安全モニター及び適正表示ボランティアの養成
- (8) 水道の水質等に関する監視指導の徹底
- (9) 食の安全ほっとインフォメーション事業の推進

3 商品・サービスの安全・安心の確保

- (1) 安全三法に基づく販売事業者への指導の徹底
- (2) 危害を及ぼす恐れのある危険物、ガス等の安全確保
- (3) 医薬品の安全性の確保
- (4) 医薬部外品・化粧品・家庭用品等の安全性の確保
- (5) 生活衛生営業関係施設の監視指導の充実強化
- (6) 住宅に関する相談対応及び情報提供 (再掲)

施策の柱 I 消費者被害の防止と救済

1 地域における相談体制の充実・強化

消費生活を取り巻く環境の変化に伴い、様々な商品・サービスや取引形態、巧妙化する悪質業者の手口等が新たに出現する中、相談内容は複雑化・多様化しています。

消費者からの相談や新たに生じる消費者問題に的確に対応するため、地域における消費生活相談体制の充実・強化を図ります。

県消費生活センターは、県内の消費生活相談窓口の中核機関として高度で複雑な相談を適切に処理できるよう機能強化を図るとともに、市町村の実情に応じた適切な支援や関係機関と連携することにより、県全体の消費者問題解決力の向上を図ります。

また、相談窓口の認知度を更に高め、利用促進に努めるほか、社会のデジタル化を踏まえた相談体制のあり方を検討していきます。

(1) 消費生活相談員の資質向上及び人材の育成

(消費生活・地域安全課)

相談機能の充実には、消費生活相談員の資質向上が不可欠であることから、聴き取り・助言・あっせん業務を的確に行うための専門的知識・技術等を習得するための研修機会の確保を継続して行います。国等が行う研修への参加機会を確保するとともに、県主催の研修会を開催します。

(2) 市町村の消費生活センター・相談窓口への支援強化

(消費生活・地域安全課)

市町村に対する巡回相談・OJT研修事業を活用し、市町村の現状把握、課題の共有、支援ニーズの掘り起こしを行い、適切な支援の提供につなげます。これにより、県と市町村との情報共有や連携の強化を図り、県全体の相談体制の充実を促進します。また、支援にあたっては、消費生活相談員の負担軽減と業務の効率化を図るため、必要に応じてWeb会議ツールを活用します。

(3) 県の相談体制の充実

(消費生活・地域安全課)

相談窓口の開所時間内に相談することが困難な場合や電話や来所で相談しにくい場合などにおける消費者の利便性の向上を図るため、従来の電話や来所による相談に加え、インターネットを活用したオンラインによる相談について検討し、相談体制の充実を図ります。

(4) 消費生活センター・消費者ホットライン188の周知

(消費生活・地域安全課)

県消費生活センターや市町村消費生活センター・相談窓口の認知度を高めるため、消費生活センターニュースや市町村広報紙等でその存在や役割を広く県民に周知するとともに、最寄りの消費生活センターにつながる「消費者ホットライン188」の普及啓発を図ります。



(5) 住宅に関する相談対応及び情報提供

(建築住宅課)

「住まいに関する無料法律相談」を山形県弁護士会の協力のもと、定期的に各地域(村山、最上、置賜、庄内)で開催します。

また、山形県すまい情報センターで行っている住まいに関する相談窓口及び無料法律相談について、ホームページやパンフレットを活用し、周知していきます。

(6) 警察安全相談に係る関係機関との連携強化

(警察本部広報相談課)

「県民相談相互支援ネットワーク会議」を開催し、関係機関の担当者と相談業務の現状について意見を交換し、引き続き連携を強化していきます。

また、「県民相談相互支援ネットワーク」を広く県民に周知するため、加盟機関・団体の相談窓口を掲載した広報用チラシを作成し、配布するほか、ホームページに掲載して活用促進を図ります。

2 消費者と事業者との取引の適正化

消費生活を取り巻く環境の変化に伴い、様々な商品・サービスや取引形態が新たに出現する中、消費者に不利益をもたらす不当な取引や販売手口も次々に出現し、悪質化・巧妙化しています。

日々寄せられる県内の消費生活相談情報の傾向や実態を分析し、消費者に対して迅速かつ適切な注意喚起を行うとともに、適格消費者団体等との連携により、消費者被害の未然防止・拡大防止を図ります。

また、消費者と事業者との適正な取引を推進するため、消費者に対する啓発を行うとともに、事業者に対する法令遵守の意識醸成を図ります。

悪質な事業者に対しては、警察や監督官庁等との連携による迅速な取締り・指導監督、法令に基づく厳正な指導・行政処分を行います。

(1) 消費者トラブルに関する注意喚起

(消費生活・地域安全課)

短期間に相談件数が急増している事案や県内広域にわたり影響があると思われる事案について、速やかに注意喚起を行い、消費者被害の未然防止・拡大防止を図ります。

注意喚起情報は、各市町村、関係機関に広く周知するほか、ホームページやSNSなど様々な媒体を効果的に活用しながら県民への周知を行います。

R3.7 注意喚起情報



(2) 適格消費者団体との連携

(消費生活・地域安全課)

事業者の不当な行為（不当な契約条項や不当な勧誘行為）に対する差止請求権を有する適格消費者団体と連携を図り、同団体への適切な情報提供を行うことにより、県内の消費者被害の未然防止・拡大防止を図ります。

(3) 悪質な事業者に対する指導及び行政処分

(消費生活・地域安全課)

消費生活センターに寄せられた消費生活相談情報を精査し、事業者の事業活動を監視するとともに、法令違反やその恐れのある行為を行っている事業者に対しては、国や警察等関係機関と連携して綿密な調査を行い、法令に基づき厳正な指導・行政処分を行います。

(4) 事業者の法令遵守の意識醸成

(消費生活・地域安全課)

事業者や事業者団体に対して、事業者の勉強会や来庁の機会を捉え、法令遵守についての意識醸成を図ります。

また、法令遵守や消費者の視点に立った自主的な取組みを行う事業者に対しては、消費生活相談事例を踏まえた助言を行うことによりその取組みを支援します。

(5) 悪質商法による被害防止のための関係機関との連携

(消費生活・地域安全課)

山形県消費者被害防止連絡会による意見交換を適時に実施するとともに、警察及び各監督官庁等との悪質な事業者や問題となる商法等に情報について随時共有を図ることにより、迅速な取締り・指導監督につなげ被害の拡大防止を図ります。

(6) 貸金業に関する適切な指導・監督

(中小企業・創業支援課)

貸金業者に対して定期的な立入検査を実施するほか、適切な指導・監督を行います。

また、消費者から苦情・相談が寄せられた場合には、消費者からの相談内容を丁寧に聞き取り、貸金業者に事実関係の確認を行います。必要がある場合は指導、立入検査を行い、トラブルの再発防止に努めます。

(7) 生活経済関係法令に係る違反の取締り強化

(警察本部生活環境課)

貸金業法や出資法、特定商取引法などの生活経済関係法令違反に対して、関係機関と情報共有などの連携強化を図り、被害拡大防止、適切な取締りを行います。

(8) 個人情報保護の推進

(学事文書課)

山形県個人情報保護条例に基づき、個人情報の適正な取扱いの確保のために、県職員を対象とした研修や、県民及び事業者に対する普及・啓発など必要な施策を講じ、個人情報保護に関する意識啓発を図ります。

3 高齢者・若年者・障がい者等への支援

高齢化及び高齢単身世帯の増加が予想される中で、高齢者の消費者被害の増加が懸念され、障がい者についても消費者被害に遭いやすい傾向があります。

このため、高齢者及び障がい者の消費者被害の防止を図るため、関係機関と連携し、地域での見守りネットワークの構築が必要となっています。

また、成年年齢引下げにより、これまで未成年であった18歳及び19歳の若年者は、未成年者取消権が行使できなくなるとともに、新たな消費者トラブルに巻き込まれることが懸念されるため、若年者が消費者被害に遭わないよう、SNSを活用した効果的な情報発信に努めます。

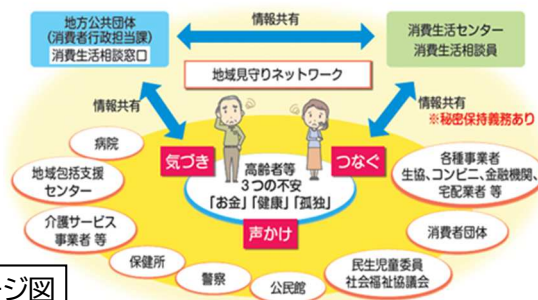
(1) 高齢者等の見守りネットワーク構築の促進

(消費生活・地域安全課)

高齢者等の消費者被害を防止するため、消費者行政担当課、福祉・介護行政担当課、警察・司法関係、各種関係団体等が連携し、高齢者等の地域での見守り活動の充実を図ります。

また、市町村における消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）」の設置の促進を図るため、市町村や関係機関・団体等を対象にした研修会を開催するなどして、設置を支援します。

なお、市町村が設置する「消費者安全確保地域協議会」の円滑な運営と相互連携を図るため「山形県消費者安全確保地域協議会（仮称）」を設置し、県内における見守り体制の構築を推進します。



「見守りネットワーク」イメージ図

(2) 各種媒体を活用した消費者トラブル未然防止のための情報発信

(消費生活・地域安全課)

消費者被害未然防止に向け、県のホームページやSNSを活用した注意喚起情報をタイムリーに発信します。また、消費生活センターニュース（ケロちゃん通信）、広報紙「ケロちゃんが行く」や啓発動画など、様々な機会や媒体を活用し、効果的な情報を届けられるよう情報発信の強化を図ります。

特に、新たなSNSを活用した注意喚起情報発信においては、受け手側の年代を考慮するなど、それぞれの特性に配慮した情報発信を行います。

(3) 成年年齢引下げに対応した若年者への情報発信

(消費生活・地域安全課)

若年者の消費者被害の未然防止を図るため、様々なSNSを活用し、若年者が使用している電子ツール(スマートフォン等)に対応した、効果的な情報発信を行います。

(4) 障がい者の消費者教育の実施

(消費生活・地域安全課)

県内全域において、障がい者等が消費者トラブルに巻き込まれるなどの相談件数が増加傾向にあることから、障がい者の特性に応じたテーラーメイド型の消費者教材を作製し、分かりやすい消費者教育を実施します。

(5) 地域包括ケア総合推進センターによる移動法律相談の実施

(高齢者支援課)

高齢者及びその家族等が抱える悪質商法等を含む法律に関する悩みごと等の問題を解決するため、市町村及び市町村社会福祉協議会等と連携し、移動法律相談を継続して実施します。

(6) 成年後見制度の利用支援

(高齢者支援課)

制度の周知や制度利用に係る経済的負担の軽減事業、本人に身寄りがない場合に行う市町村長申立てについては、市町村間において実施状況に差があるため、市町村及び社会福祉協議会職員等を対象に研修会を継続して開催し、制度への取組み意義の理解促進を図ります。

(7) 福祉サービス利用援助事業の推進

(地域福祉推進課)

認知症高齢者、知的障がい者及び精神障がい者など、判断能力の低下している人々が地域で安心して自立した生活を送れるよう、県内社会福祉協議会において、福祉サービスに関する利用援助や日常的な金銭管理などのサービスを提供する「福祉サービス利用援助事業」を行います。

(8) 特殊詐欺被害防止対策の推進

(警察本部生活安全企画課)

特殊詐欺の手口や被害防止対策を紹介するなど広報・啓発を実施するとともに、県内の発生状況等を「やまがた110ネットワーク」で積極的に情報発信し、被害防止対策を推進します。

4 多重債務対策の推進

改正貸金業法完全施行（平成22年6月）により、多重債務問題は一時に比して落ち着きを見せています。

しかし、県内の消費生活相談を商品・サービス別にみると多重債務に関する相談件数はいまだ上位に位置しており、継続的に多重債務者対策を講じていく必要があります。

多重債務問題に関連する各関係団体・機関等との相互連携を図りながら、法的な解決支援や生活再建に向けたサポートなど、多重債務者への総合的かつ効果的な対策を推進します。

（1）多重債務問題に関わる関係機関との連携促進

（消費生活・地域安全課）

県各担当部局、県弁護士会、金融機関その他関係団体・機関等で構成する「山形県多重債務者対策協議会」において、多重債務対策について検討を行い、相互に連携しながら取組みを推進します。

また、各構成団体・機関の取組みや利用できる制度等を「多重債務者相談ハンドブック」として整理し、定期的に点検することにより、情報共有を図るとともに、相談窓口における円滑で適切な対応につなげます。

多重債務者相談ハンドブック



（2）無料法律相談会による多重債務者支援

（消費生活・地域安全課）

内閣に設置された多重債務者対策本部が例年実施する「多重債務者相談強化キャンペーン」に併せて、無料法律相談会を継続的に開催します。

また、関係機関及び県・市町村の各種広報媒体を活用した周知により、潜在的な相談者の掘り起こしを行い、多重債務者の生活再建を支援します。

（3）相談の技術向上のための研修機会の提供

（消費生活・地域安全課）

多重債務者を取り巻く環境や社会情勢の変化に応じて、適時カリキュラムの見直しを行い、多重債務相談窓口及び関係行政担当者の知識や対応スキルの向上のための研修会を開催します。

(4) 多重債務の原因となるギャンブル等依存症に関する支援体制の強化

(障がい福祉課)

「山形県ギャンブル等依存症対策推進計画」を策定し、ギャンブル等依存症の支援体制整備に向けた取組みを推進します。

県精神保健福祉センター、医療機関、自助グループ等の連携により、支援体制の強化を図ります。

広く県民に向けて、ギャンブル等依存症の正しい理解を深めるための普及啓発を実施します。

(5) 貸金業に関する適切な指導・監督 (再掲)

(中小企業・創業支援課)

県登録の貸金業者に対し、定期的な立入検査を実施するほか適切な指導・監督を行います。

消費者から苦情・相談が寄せられた場合には、消費者からの相談内容を丁寧に聞き取り、貸金業者に事実関係の確認を行います。必要がある場合は指導、立入検査を行い、トラブルの再発防止に努めます。

施策の柱Ⅱ 主体性のある消費者の育成

1 ライフステージに応じた消費者教育の充実

消費者教育について、自立した消費者を育成するために、消費者の年齢、障害の有無などの消費者の特性に応じるとともに、学校、地域、家庭、職域その他様々な場の特性に配慮した消費者教育を推進します。

特に、成年年齢引下げにより、18歳及び19歳の若年者が新たに消費者トラブルに巻き込まれることが懸念されるため、若年者を対象とした各種SNSを活用した消費者教育を重点的に行います。

(1) 学校教育における消費者教育の推進

① 学習指導要領に基づいた消費生活に係る学習の履修

(学事文書課、義務教育課、特別支援教育課、高校教育課)

学校において、学習指導要領に基づき、児童生徒の発達段階や特性に応じた消費者教育を推進し、消費者教育の一層の充実を図ります。

② ライフステージに応じた出前講座・弁護士による消費生活法律授業の実施

(消費生活・地域安全課)

幼児・児童・生徒が消費者被害やトラブルに遭わないようにするには、早期から批判的思考力、判断力の育成や消費者被害防止のための消費者教育の機会を設けることが大切であると考えられるため、県消費生活センターによる「消費生活出前講座」等を実施します。

また、消費生活出前講座の啓発や消費者被害についての情報を共有するなど関係各課と連携し、それぞれの年代に応じた消費者教育の普及啓発を図ります。

さらに、山形県弁護士会と連携し、県内の高等学校において、若者の消費者被害の具体的な事例をもとに、法律の専門家である「弁護士による消費生活法律授業」を実施し、消費者教育の強化を図ります。



消費生活出前講座



弁護士による消費生活法律授業

③ 成年年齢引下げに対応した出前講座の実施

(消費生活・地域安全課)

高等学校を卒業して社会に出る高校3年生を対象に、成年になると同時に起こり得るトラブルについて、学校での授業を補完する形で、「消費生活出前講座」を実施し、消費者教育の強化を図ります。

④ 高校生のための消費者教材「社会への扉」の活用促進

(消費生活・地域安全課、学事文書課、特別支援教育課、高校教育課)

消費者庁監修の消費者教育「社会への扉」を活用した授業実践を更に推進し、自立した消費者の育成を目指し、消費者教育の充実を図ります。

⑤ 各種媒体を活用した消費者教育のための情報周知

(消費生活・地域安全課)

消費生活センターニュース「ケロちゃん通信」、広報紙「ケロちゃんが行く」などで、様々な機会や媒体を活用し、効果的な情報を届けられるよう情報周知の強化を図ります。

特に、新たなSNSを活用した発信は、受け手側の年代を考慮するなど、それぞれの特性に配慮した情報周知を行います。

健康食品や海産物などの送りつけ高法に注意!!

注文してもいないのに宅配便で品物が届いたよ。心当たりがないけど、どうしたらいいんだが？

もしかして、家族が注文した物ではない？ 遠方に住んでいる親戚や知人からの贈り物ってことはないかな？ まずは周りの人に確認してケロ!

贈り物でなければ、一方的に商品を送りつけて代金を支払わせる悪質高法の「送りつけ高法」かも! 注意してケロ!

消費者庁消費生活センター
ケロちゃん通信

一方的な送りつけ行為への対応3箇条

その1：商品は直ちに処分可能
注文や契約をしていないのに一方的に送りつけられた商品は、直ちに処分することができます。

その2：金銭を請求されても支払い不要
仮に送りつけられた商品を開封したり処分しても金銭の支払いは不要です。事業者から請求されても応じないようにしましょう。

その3：金銭を支払ってしまったら、すぐ相談
金銭を支払ってしまったとしても、返還を請求することができます。

困った時は一人で悩まず **いやや! 消費者ホットライン「188」相談してケロ!!**

9月・10月の消費生活法律相談日

業者との契約トラブル、借金などのご相談に、法律専門家の立場から弁護士が無料でアドバイスします。事前予約制となっていますので、下記までお問い合わせください。

| 会場 | 開校日 | 時間 | お問い合わせ先 |
|-----------------------|-----------------------|-------------|--------------|
| 県消費生活センター (山形県庁2階) | 9月 8日(水) 10月 6日(水) | 14:30~16:30 | 023-624-0999 |

ケロちゃん通信

山形県消費生活センターからの広報紙

ケロちゃんが行く
「できることから、エシカル消費」の巻
～私たちの消費は、世界や未来とつながっている～

あなごの体は...
ケロちゃん「エシカル消費って何?」
ママ「エシカル消費とは、環境や社会に配慮した消費のことだよ。例えば、オーガニック野菜や、動物性由来の成分を減らした化粧品を選ぶのよ。」
ケロちゃん「環境に配慮した消費って、具体的にどうすればいいの?」
ママ「まずは、オーガニック野菜や、動物性由来の成分を減らした化粧品を選ぶのよ。それから、リサイクル品や、古物を買うのよ。」
ケロちゃん「リサイクル品や、古物って、どこで買えるの?」
ママ「リサイクルショップや、古物屋で買えるよ。それから、インターネットで買えるのよ。」
ケロちゃん「インターネットで買えるのよ、って具体的にどうすればいいの?」
ママ「インターネットで買えるのよ、って具体的にどうすればいいの?」

エシカル消費情報サイト(消費生活)
https://www.welocal.jp/

消費者ホットライン
188
188は24時間受付と延長で
188は24時間受付と延長で

ワンポイントアドバイス!
●買いたい物以外でできること
・フェアトレードの商品、環境に配慮した商品や企業を選ぶ
・増え続ける服、靴のものを減らす
・素材や製造方法、梱包材の削減、回収工場を選ぶ
・贈り物やプレゼントで買った商品を選ぶ
・購入した商品が本当に必要かどうか、よく考える
・必要最低限の購入量に抑える

●買いたい物以外でできること
・マイボトル、マイ箸、エコバッグを持参
・長く使えるものを選び、壊れたら修理して長く使う
・素材は安心・安全

エシカル消費は、SDGs(持続可能な開発目標)の12番目の目標「つるつる責任」にも通じる取り組みです。

広報紙「ケロちゃんが行く」

(2) 地域における消費者教育の推進

① ライフステージに応じた出前講座の実施（若年期、成年期、高齢期）

（消費生活・地域安全課、女性・若者活躍推進課、高齢者支援課、障がい福祉課、生涯教育・学習振興課）

消費者を取り巻く環境が複雑・多様化する中で、消費者被害・トラブルを未然に防ぐには、具体的なトラブル事例を紹介しながら消費生活に関する正しい知識を身に付ける機会を確保することが重要であるため、各種社会福祉施設、公民館、図書館等において、「消費生活出前講座」を実施します。

また、消費生活出前講座の啓発や消費者被害についての情報を共有するなど関係各課と連携し、それぞれの年代に応じた消費者教育の普及啓発を図ります。

さらに、一般消費者を対象とした講座の実施などの金融教育を推進している山形県金融広報委員会と連携しながら消費者教育の推進を図ります。

② 市町村における講習等（出前講座含む）の実施支援

（消費生活・地域安全課、生涯教育・学習振興課）

市町村単独での出前講座の実施を推進するだけでなく、県との共同開催での出前講座を実施や、出前講座で活用する教材について県と共有を図るなどし、市町村の出前講座実施割合を増やすことで消費者教育を推進します。

③ 若年者による若年者のための消費者教育事業への支援

（消費生活・地域安全課）

令和4年4月から、民法改正による成年年齢引下げに伴い、18歳及び19歳には未成年者取消権が適用されないことから、若者の消費者問題への関心を高め、自分で考え、選択、行動する消費者を育てる必要があります。

大学生・高校生等が、同じ大学・高校の学生・生徒間のほか、他の大学・高校との交流・連携により、主体的に消費者教育に取り組み、啓発活動を推進する活動に対して、支援します。

④ 障がい者の消費者教育の実施（再掲）

（消費生活・地域安全課）

県内全域において、障がい者等が消費者トラブルに巻き込まれるなどの相談件数が増加傾向にあることから、障がい者の特性に応じたテーラーメイド型の消費者教材を作製し、分かりやすい消費者教育を実施します。

2 消費者教育の担い手の育成と多様な主体との連携

消費者教育を効果的に推進するためには、県やそれぞれの消費者教育を行う主体が連携し、持続的に消費者教育を推進していく「消費者教育の担い手」の育成が不可欠です。

県では、消費者教育や啓発活動を様々な場面で効果的に実施するため、消費者教育コーディネーター（消費者教育推進員）を配置し、現場のニーズを把握し消費者教育の一層の推進を行います。

（1）消費生活サポーター制度の強化

（消費生活・地域安全課）

消費生活サポーターが地域における消費者教育の担い手となるよう、研修会を実施するとともに最新の消費者問題に関し情報提供を行います。

また、引き続き若年者への啓発活動の推進に資するため、大学生等の消費生活サポーターの募集を行います。

併せて、消費生活サポーターの対象を事業者に拡大し、消費者団体や福祉や医療関係の事業者団体、町内会等の地縁団体、地域の事業者・団体などの幅広い団体の参画による啓発活動を推進します。



消費生活サポーター研修会

（2）消費者教育コーディネーターによる消費者教育推進体制の構築

（消費生活・地域安全課）

県内の消費生活センターに消費者教育コーディネーターを配置し、地域や学校、消費者団体、事業者、事業者団体等、消費者教育を担う多様な関係者について、情報収集するとともに関係性を構築し、多様な主体が連携・協働できる体制づくりを進めます。

また、学校での消費者教育の実施にあたり、より効果的で実践的な授業が行われるよう、学校等における消費者教育のニーズを把握し、外部講師の紹介・調整、授業案作成への支援を行います。

(3) 市町村相談員等との連携による消費者教育の推進

(消費生活・地域安全課)

市町村と県がタイアップした出前講座を実施し、消費者啓発を行うとともに、市町村担当職員のスキルアップを図ります。

また、講座資料として使用できるツールの紹介及び提供を行い、市町村における講座開催に係る負担軽減を図ります。

さらに、県の消費生活センターによる市町村訪問を行い、連携を深め消費者教育に関する情報共有を行います。



令和2年度消費者力アップ講座

(4) 教職員の消費者教育の指導力向上

(消費生活・地域安全課)

消費者教育や小中高校生の消費者トラブルに関する情報について、教職員向けの情報発信を行います。

また、学校のホームルーム等において、消費生活出前講座が活用できるよう、働きかけを行います。

(5) 山形県金融広報委員会との連携

(消費生活・地域安全課)

学校教育における金融教育研究校の指定や、一般消費者を対象とした講座の実施など、金融教育を推進している山形県金融広報委員会と連携しながら、消費者教育の推進を図ります。

また、県で実施する研修会等において金融広報委員会の広報を行うほか、新聞等で金融広報委員会の周知を行います。



金融広報アドバイザーによる金融教育

(6) 消費者団体等多様な主体との連携

(消費生活・地域安全課)

消費者団体、事業者団体、弁護士会など多様な主体と連携し消費者教育を推進します。

団体による消費生活サポーターへの登録を呼びかけ、定期的に消費者啓発情報を提供します。

(7) 地域包括支援センターによる消費者被害の防止

(高齢者支援課)

高齢者への訪問販売等による消費者被害の未然防止を図るため、地域包括支援センターの新任職員研修において、クーリング・オフ制度等の権利擁護の項目を設けるなど、引き続き消費者被害に対する対応力の向上を図ります。

(8) 障害福祉サービス事業所の従事者への消費者教育の実施

(障がい福祉課)

障がい福祉サービス事業所の従事者が事業所内における消費者教育の担い手となることを目的とし、従事者を対象に消費者教育に係る説明を実施します。

(9) 食品の安全・安心確保に関する出張セミナーの実施

(食品安全衛生課)

消費者や団体等が開催する食の安全・安心に関する研修会に職員を講師として派遣する出張セミナーを継続して実施していきます。

3 持続可能な社会を目指した消費行動の推進

持続可能な社会の実現に向けた社会的課題を解決するためには、全ての関係者が役割を果たすことが重要であり、事業者任せではなく消費者自らが意識を持ち、行動することが必要です。

持続可能な開発目標（SDGs）の理念を踏まえ、「人や社会、環境に配慮した消費行動」である「エシカル消費（倫理的消費）」の概念について広く県民に普及啓発を図るとともに、消費生活に関連したその他の取組み（環境教育・環境学習、カーボン・ニュートラルへの取組み、プラスチックごみ削減、食品ロス削減等）との連携を図り、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進します。

（1）エシカル消費の普及啓発

（消費生活・地域安全課）

広報紙や消費生活出前講座、消費者啓発資料等を通して「エシカル消費」を紹介し、県民の「エシカル消費」に対する認知度を高めます。

また、県ホームページに「エシカル消費」の個別ページを作成し、県内の「エシカル消費」に関する情報（消費者ができる実践例、関係部局や各団体・事業者の取組み例等）を発信します。

（2）環境問題を「自分ごと」として捉えるための意識改革・行動変容の促進、 県民総ぐるみによる運動の展開

（環境企画課）

全ての世代の県民一人ひとりが環境に配慮した行動ができるよう、ライフステージを踏まえた環境教育・環境学習を推進します。

また、カーボンニュートラルに対する県民の認知度、理解度を高めていくとともに、「カーボンニュートラルへの取組みは必然であり、負担ではなくスマートで質の高い暮らしにつながる」という意識やライフスタイルの変革を促す、県民総ぐるみの新たな県民運動を展開します。

(3) 県民運動等によるライフスタイルの変革の促進及び分別・リサイクルの推進

(循環型社会推進課)

ごみゼロやまがた推進県民会議構成団体を通して、傘下の企業・機関・会員等に食品ロスやプラスチックごみ等の削減、資源回収等によるリサイクル推進など県民運動の取組みを周知し、更なるその従業員等に対する働きかけを行い、県民運動としてごみ削減に取り組むよう啓発を推進します。

また、プラスチックごみ削減に関する専用ウェブページを開設し、マイクロプラスチックなどの海洋プラスチック問題、プラスチックに係る処理・リサイクルの現状、分別の意義、一人ひとりができること(行動事例)、プラスチックの賢い使い方の紹介などの啓発を推進します。さらに、リサイクルに関する専用ウェブページ開設等により、資源ごみ(古紙類・ビン・カン・ペットボトル等)の分別徹底に係る周知啓発やリサイクル状況の情報発信を行い、分別・リサイクルに対する県民の理解を深め、具体的な3R(リデュース、リユース、リサイクル)推進の行動につなげます。

(4) 食品ロスの削減の推進

(循環型社会推進課)

家庭での食材の使い切りや料理の食べきりなど、県SNS・専用ウェブページ及び広報誌や、市町村・関係機関・団体等と連携した一斉キャンペーン、セミナー・講演会の開催などにより、カーボンニュートラル推進と併せて啓発を行います。

県関係部局と連携しながら、未利用食品の有効活用を図る「フードバンク活動」の県民への周知や、県機関内での定期的なフードドライブの実施等を行います。



R3.9.7 フードドライブ活動実施

(5) 山形県産品愛用運動の普及啓発

(商業・県産品振興課)

市町村や商工関係団体等と連携し、県産品の普及啓発や販売促進につながる取組みを継続して実施していきます。

また、県産品の認知度向上を図るため、県民が県産品に触れる機会を継続して設けていきます。

(6) 食育・地産地消の普及啓発

(6次産業推進課)

市町村や食育関係団体と連携し、食育県民大会等を開催するほか、デジタル技術を積極的に活用し、県民が主体的に食育や地産地消を実践する環境づくりを進めます。

国が定める6月の「食育月間」において、食育・地産地消に関する普及啓発を図ります。また、県産農林水産物の消費を促す「地産地消ウイーク」の取組みを促進します。

県内大学生が作成する地場産物を使用したレシピ動画の紹介などにより、若い世代へ向けて「食」関連情報を発信し、地産地消の促進を図ります。



R2.11.18 食育県民大会

(7) 人と環境に優しい持続可能な農業の取組への理解増進

(6次産業推進課)

安心・安全な食生活の継続には、持続可能な農業生産の取組みを意識した消費行動が大きく関わることから、児童、生徒に対して、有機農業等の人と環境にやさしい農業についての体験を実施し、食と農業を取り巻く環境に対する理解を促進します。

消費者に対しては、農林水産物の対面販売やフォーラムなど生産者との交流の機会の提供や情報発信を行い、環境に配慮した地場産農産物を購入する等エシカルな消費行動を促進します。



最上传承野菜の対面販売の様子

(8) 障がい者の支援につながる製品購入の普及

(障がい福祉課)

障がい者就労事業所が生産する製品の付加価値や社会的認知度を高め、販路拡大に向けた取組みを推進することにより、障がい者に支払われる工賃の向上を推進します。

新たな商品開発と効果的な販売促進のため、県内の障がい者就労事業所商品のブランド化やオンラインショップによる販売について検討していきます。

施策の柱Ⅲ 消費生活の安全・安心の確保

1 消費者への情報提供の充実

消費生活の安全・安心の確保のため、消費者事故や消費者被害が発生した場合には、情報が迅速に消費者に提供されることが重要です。

消費者事故やリコール情報、関係機関からの注意喚起情報について、消費者に迅速に提供するとともに、災害時等においては生活関連物資に関する情報を迅速かつ適切に提供します。

また、消費者契約法等に違反する事業者の不当な行為に対する差止請求及び不当な事業者に対して、被害回復を請求できる消費者団体訴訟制度の周知を図ります。

(1) 消費者事故情報の収集及び情報周知の充実

(消費生活・地域安全課)

国等から提供される消費者事故、リコール製品に関する情報及び子どもや高齢者等の暮らしの中での事故情報などを広く収集し、速やかに市町村及び関係各課に共有します。また、県ホームページに掲載し県民への周知を行います。

また、県内における消費者事故については、報告手順の周知徹底を図り、速やかに集約できる体制を築き、各種会議の機会を通じて関係部局に報告手順の周知を行います。

(2) 消費者団体訴訟制度の周知と広報

(消費生活・地域安全課)

消費者被害の未然防止・拡大防止及び被害回復を図るための「消費者団体訴訟制度」が県民に広く認知されるよう、制度の周知及び広報を行います。

また、事業者の不当な行為（不当な契約条項や不当な勧誘行為）に対する差止請求権を有する適格消費者団体と連携を図り、県内の消費者トラブルの未然防止・拡大防止を推進します。

(3) 生活関連物資に関する情報収集等

(消費生活・地域安全課)

流通価格の高騰により消費生活に大きな影響を与える石油製品等の価格動向等について情報収集し、必要に応じて関係各課による価格高騰対策のための庁内会議等を開催します。

(4) 各種媒体を活用した消費者等への情報発信の強化

(消費生活・地域安全課)

消費生活に関する情報について、ホームページやSNS等の各種広報媒体を活用し、県民に対して分かりやすく正確な情報発信を行います。

(5) 自然災害や感染症拡大時などに対応した消費者への情報発信

(防災危機管理課、消費生活・地域安全課)

被災時や感染症拡大時は、消費者の不安が増し、自主的かつ合理的な判断ができなくなる恐れがあることから、不確かな情報提供等による悪質商法や実態とあわない消費行動の発生を防止するため、速やかな情報提供を行います。

また、もしもの場合に備え、合理的な消費行動を促進するため、「食料」「飲料水」「生活必需品」等のローリングストックについて、情報発信します。



新型コロナウイルス感染症拡大時の情報提供



ローリングストック イメージ図

(6) 住宅に関する相談対応及び情報提供 (再掲)

(建築住宅課)

「住まいに関する無料法律相談」を山形県弁護士会の協力のもと、定期的に各地域(村山、最上、置賜、庄内)で開催します。

また、山形県すまい情報センターで行っている住まいに関する相談窓口及び無料法律相談について、ホームページやパンフレットを活用し、周知していきます。

2 食の安全・安心の確保

食品の安全確保は、消費者にとって最も身近で関係が深く、生命や身体の安全に欠かすことができないものです。本県でも、生産から消費に至る安全性をより一層確保することを目的とし、「第6期やまがた食の安全・安心アクションプラン」（令和3年3月）に策定し、各種施策に取り組んでおり、関係各課と連携し、更なる食に関する安全対策を推進します。

（1）食の安全に関する意見交換の推進

（食品安全衛生課）

生産者、食品等事業者、消費者及び行政間の相互交流・相互理解の促進を図るため、「山形県食の安全推進会議」や「食の安全推進交流会」等を開催し、意見交換の機会を確保します。

（2）適正な食品表示の確保

（食品安全衛生課）

安全・安心な食品の提供のために、食品等事業者を対象に講習会を開催し、食品適正表示推進者の育成を支援します。

（3）食品等の監視指導の充実

（食品安全衛生課）

HACCPに沿った衛生管理について、食品等事業者の規模や形態に応じたきめ細やかな指導を行います。

また、HACCPの運用状況について検証を行い、事業者の更なる衛生管理技術の向上を目指します。

（4）流通する食品の安全対策

（食品安全衛生課）

食品衛生監視指導計画に基づき、県内に流通する食品について検査を実施し、不良な食品の流通防止を図ります。



食品衛生監視指導計画に基づく立入検査

(5) 農薬販売店に関する立入検査

(食品安全衛生課)

無登録農薬や販売禁止農薬の流通を防止するために、全販売店を対象として計画的かつ継続して立入検査を行うとともに、帳簿記載、農薬の陳列保管等に関する指導を行います。

また、農薬取締法の周知活動を行い、無届け販売等の違反の発生を防ぎます。

(6) 食の安全・安心確保に関する出張セミナーの実施

(食品安全衛生課)

消費者や団体等が開催する食の安全・安心に関する研修会に職員を講師として派遣する出張セミナーを継続して実施します。

(7) 食品安全モニター及び適正表示ボランティアの養成

(食品安全衛生課)

食品安全モニターや適正表示ボランティアに対し適正表示の啓発を図り、食品表示の適正化と食品表示に対する県民の知識の普及に努めます。

(8) 水道の水質等に関する監視指導の徹底

(食品安全衛生課)

安全・安心な水道水を供給するため、毎年1回の立入検査を実施し、水道施設の維持管理や水質管理の適正化を推進します。

(9) 食の安全ほっとインフォメーション事業の推進

(食品安全衛生課)

食の安全・安心を確保するため、消費者に対する食の安全・安心に関する情報伝達に協力していただける事業者の施設や市町村の公民館等を情報の発信基地として県民に情報提供を行います。

3 商品・サービスの安全・安心の確保

消費者が商品・サービスの提供により、生命や身体及び財産に被害を受けることなく安心して生活するためには、衣食住をはじめとする生活にかかる商品やサービスの安全性が確保されることが必要です。

県民の暮らしに不可欠な商品・サービスの安全性を確保するため、各種法令に基づき、関係事業者に関する監視及び指導や検査体制の一層の充実を図ります。

(1) 安全三法に基づく販売事業者への指導の徹底

(消費生活・地域安全課、消防救急課)

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、市町村が行う販売業者への立入検査等に対し、関係業務が円滑に遂行されるよう助言を行います。なお、主たる事務所及び店舗が複数の市町村にわたる場合は、県が立入検査等を行います。

また、消費者事故等に関する情報を収集し、関係機関へ情報提供し、消費者に注意を呼びかけます。

(2) 危害を及ぼす恐れのある危険物、ガス等の安全確保

(消防救急課)

事業者への定期的な立入検査や指導を行い、災害防止による消費者の安全確保に取り組んでいきます。

なお、実施にあたっては、各総合支庁と情報共有を図り、連携して実施します。

(3) 医薬品の安全性の確保

(新型コロナワクチン接種総合企画課)

各総合支庁の薬事監視員が医薬品医療機器等法に基づき、薬局及び医薬品販売施設の立入検査を実施します。

実施率 100%を目標とし、また改善指導を行った施設の改善確認を確実にいきます。



薬局監視指導の実施状況

(4) 医薬部外品・化粧品・家庭用品等の安全性の確保

(新型コロナワクチン接種総合企画課)

医薬品医療機器等法に基づき、医薬部外品、化粧品に関して、適切な相談対応等を行っていきます。

また、家庭用品についても、引き続き試買検査を実施します。

(5) 生活衛生営業関係施設の監視指導の充実強化

(食品安全衛生課)

旅館、公衆浴場等の衛生水準の維持向上を図るため、保健所ごとの監視指導計画に基づき、各営業者に対し監視・指導を実施し、公衆衛生の確保に努めます。

また、営業者による自主管理を推進し、施設の衛生水準の維持向上を図ります。

(6) 住宅に関する相談対応及び情報提供 (再掲)

(建築住宅課)

「住まいに関する無料法律相談」を山形県弁護士会の協力のもと、定期的に各地域(村山、最上、置賜、庄内)で開催します。

また、山形県すまい情報センターで行っている住まいに関する相談窓口及び無料法律相談について、ホームページやパンフレットを活用し、周知していきます。

第4章 関係機関との連携

1 国、他都道府県、県内市町村、関係部局との連携

(1) 国・他の都道府県との連携

特定商取引法や景品表示法の違反の恐れがある県域を越える事案については、国や他の都道府県と連携して対応します。

(2) 県内市町村との連携

消費者施策の効果的な推進のため、県と市町村の役割分担を踏まえ、市町村と積極的に情報共有や連携を図り、消費者問題に的確に対応します。

市町村消費者行政担当課長会議において、消費者施策の方向性や課題等について情報共有や意見交換を行い、市町村と連携して消費者行政を推進します。

(3) 関係部局との連携

悪質事業者の指導や取締り、高齢者等の見守り活動など、警察本部と連携を図り、消費者被害の未然防止・拡大防止に努めます。

学校や地域等における消費者教育を推進するため、教育関係部局と連携を図り、主体性のある自立した消費者の育成に努めます。

多様化する消費者問題に対し迅速かつ適切に対応できるよう、関係部局との連携を図ります。

2 関係団体との連携

多重債務や専門的な法律知識を必要とする消費者相談に適切に対応するため、弁護士会等の各種団体との連携を図ります。

自立した消費者を育成するため、消費者団体、事業者団体、老人クラブ、福祉関係者など、様々な団体と連携、協力することにより、効果的な消費者施策の実施に努めます。

第5章 推進体制と進行管理

1 計画の推進体制

山形県消費者行政連絡会議において、年度ごとに計画の進捗状況や消費者行政に関する情報共有を行い、関係部局等と連携して消費者施策の総合的かつ効果的な推進を図ります。

山形県消費者被害防止連絡会議において、悪質商法による消費者被害の未然防止及び救済のため、関係行政機関が消費者苦情・被害の実態に関する情報・意見の交換を行い、消費者保護の徹底を図ります。

2 山形県消費生活審議会への報告

毎年度、計画の実施状況を取りまとめ、山形県消費生活審議会（山形県消費者教育推進協議会）に報告し、意見等を求めるとともに、その意見等を踏まえ、今後の施策への反映に努めます。

3 計画の進行管理

計画の着実な推進を図るため、数値目標の設定が可能なものについて、「消費者基本計画目標指標一覧」のとおり計画期間における数値目標を設定し、毎年度、点検・評価を行います。

各施策の実施状況と山形県消費生活審議会の評価等について、山形県のホームページに掲載し、公表します。

計画目標指標

【消費者基本計画目標指標一覧】

| 施策の柱 | 基本的方向 | 指標 | 基準 | 目標 | 担当課 |
|---------------------|---------------------------|------------------------------------|---------------|----------|--------------------|
| | | | 基準(2年度) | 8年度 | |
| I 消費者被害の防止と救済 | 1 地域における相談体制の充実・強化 | ①国等が開催する研修会への県内相談員の参加率 | (R1) 91% | 100% | 消費生活・地域安全課 |
| | | ②巡回相談・OJT研修の実施市町村数 ※5年間で35市町村 | 4市町村 | 7市町村 | |
| | | ③消費生活センターの認知度 | (R3) 49% | 60% | |
| | | ④消費者ホットライン188の認知度 | (R3) 11% | 25% | |
| | | ⑤県民相談相互支援ネットワーク会議の開催数及びチラシの作成 | 1回 | 1回 | 広報相談課(県警) |
| | 2 消費者と事業者との取引の適正化 | ①消費者トラブルに関する注意喚起情報発出数 | (R1) 9件 | 10件 | 消費生活・地域安全課 |
| | 3 高齢者・若年者・障がい者等への支援 | ①高齢者等の見守りネットワーク設置市町村の県内人口カバー率 | 23% | 50% | 消費生活・地域安全課 |
| | | ②地域包括ケア総合推進センターによる移動法律相談会開催の地域数 | 8地区 | 8地区 | 高齢者支援課 |
| | 4 多重債務対策の推進 | ①多重債務者対策協議会の開催回数 | 1回 | 1回 | 消費生活・地域安全課 |
| | | ②多重債務者相談強化キャンペーン中の無料法律相談会における相談件数 | 14件 | 20回 | |
| II 主体性のある消費者の育成 | 1 ライフステージに応じた消費者教育・啓発の充実 | ①学校等における出前講座及び弁護士による法律授業の実施件数 | 33件 | 40件 | 消地、学文、子保育、義教、特教、高教 |
| | | ②出前講座(高校3年生対象)※5年間で50校の実施 | — | 10校 | 消費生活・地域安全課 |
| | | ③学校における「社会への扉」活用率 | 90% | 100% | 消地、学文、特教、高教 |
| | | ④地域における出前講座の実施件数 | (R1) 134件 | 147件 | 消地、女若、高支、障、生学 |
| | | ⑤市町村における講習等の実施市町村割合 | 51% | 80% | 消地、生学 |
| | 2 消費者教育の担い手の育成と多様な主体との連携 | ①消費生活サポーターの人数 | 181人 | 230人 | 消費生活・地域安全課 |
| | | ②消費生活サポーターの団体数 | 0団体 | 10団体 | |
| | | ③消費生活サポーター等研修会への参加人数 | 137人 | 180人 | |
| | | ④市町村とタイアップした出前講座数 | 0回 | 4回 | |
| | | ⑤教職員向け消費者教育情報の提供回数 | 1回 | 4回 | |
| | | ⑥地域包括支援センターによる消費者被害の防止に関する研修会の実施回数 | 1回 | 1回 | 高齢者支援課 |
| | | ⑦障害福祉サービス事業所従業員に対する研修会の実施件数 | 0件 | 3件 | 障がい福祉課 |
| | 3 持続可能な社会を 目指した消費行動の推進 | ①エシカル消費の認知度 | (R3) 6% | 20% | 消費生活・地域安全課 |
| ②環境学習・環境保全活動への参加者数 | | 81千人 | (R6) 190千人 | 環境企画課 | |
| ③家庭系ごみの排出量(1人1日当たり) | | (R1) 539g | (R7) 440g | 循環型社会推進課 | |

| 施策の柱 | 基本的方向 | 指標 | 基準 | 目標 | 担当課 |
|--------------------|---------------------|----------------------------|--------------|------------------|------------|
| | | | 基準(2年度) | 8年度 | |
| Ⅲ 消費生活の安全・安心の確保 | 1 消費者への情報提供の充実 | ①消費者事故情報の報告手順の周知 | 1回 | 2回 | 消費生活・地域安全課 |
| | 2 食の安全・安心の確保 | ①食の安全に関する意見交換会の開催回数 | 2回 | 2回 | 食品安全衛生課 |
| | | ②食品適正表示推進者養成講習会受講者数 | 100人 | 100人 | |
| | | ③食品衛生監視指導計画に基づく監視実施率 | 100% | 100% | |
| | | ④食品衛生監視指導計画に基づく検査の実施率 | 100% | 100% | |
| | | ⑤農薬取締法の違反率 | (R1) 4.3% | 2.3% | |
| | | ⑥食の安全・安心確保に関する出張セミナーの開催回数 | (R1) 186回 | 230回 | |
| | | ⑦食品安全モニターと適正表示ボランティアの合計登録数 | 43人 | 50人 | |
| | | ⑧水道事業者立入検査実施率 | 100% | 100% | |
| | | ⑨食の安全ほっとインフォメーション事業登録施設数 | 334施設 | (R6) 340施設 | |
| 3 商品・サービスの安全・安心の確保 | ①医薬品医療機器等法に基づく基準適合率 | 97% | 100% | 新型コロナワクチン接種総合企画課 | |

※ 指標において、R1年度を基準にしているものについては、コロナ禍に起因しR2年度の数値が低かったもの又はR2年度数値が公表前のため、R1年度の数値を採用

※ 指標において、R3年度を基準にしているものについては、R3.7月に実施した県民意識調査の数値を採用

[担当課の略称]

| | |
|------|----------------------|
| 学文 | 学事文書課 |
| 消地 | 消費生活・地域安全課 |
| 食 | 食品安全衛生課 |
| 循環 | 循環型社会推進課 |
| 子保育 | 子ども保育支援課 |
| 女若 | 女性・若者活躍推進課 |
| 新コロナ | 新型コロナワクチン接種 総合企画課 |
| 高支 | 高齢者支援課 |
| 障 | 障がい福祉課 |

| | |
|----|------------|
| 生学 | 生涯教育・学習振興課 |
| 義教 | 義務教育課 |
| 特教 | 特別支援教育課 |
| 高教 | 高校教育課 |
| 広相 | 広報相談課(県警) |

資料編

【用語の説明】

| 用語 | 解説 |
|------------|--|
| ア行 | |
| 安全三法 | <p>消費生活用製品安全法、家庭用品品質表示法及び電気用品安全法の三法。</p> <p>「消費生活用製品安全法」は、消費生活用製品による一般消費者の生命又は身体に対する危害の発生の防止を図るため、特定製品の製造及び販売を規制するとともに、特定保守製品の適切な保守を促進し、併せて製品事故に関する情報の収集及び提供などを定めた法律。</p> <p>「家庭用品品質表示法」は、消費者が日常使用する家庭用品を対象に、商品の品質について事業者が表示すべき事項や表示方法を定めた法律。消費者が商品の購入をする際に適切な情報提供を受けられることができるよう定められた。</p> <p>「電気用品安全法」は、電気用品の製造、輸入、販売等を規制するとともに、電気用品の安全性の確保につき事業者の自主的な活動を促進することにより、電気用品による危険及び障害の発生を防止するために定められた法律。</p> |
| エシカル消費 | <p>「エシカル」とは、英語で「倫理的」「道徳的」という意味。エシカル消費とは、よりよい社会へ向けて、地域の活性化や雇用などを含む人や社会、地域、環境に配慮した消費行動のこと。消費者それぞれが社会的課題の解決につながる消費活動を考え行動すること。（具体的な行動例）</p> <p>[人への配慮] 障害がある人の支援につながる商品を選ぶ。</p> <p>[社会への配慮] 寄付付き商品を選ぶ。フェアトレード商品を選ぶ。</p> <p>[環境への配慮] エコ商品を選ぶ。リサイクル製品を選ぶ。</p> <p>[地域への配慮] 地元の産品を買う。被災地の産品を買う。</p> |
| オンラインサービス | <p>ネットワークを通して提供される各種サービスの総称。</p> <p>例としては、ニュース配信、オンラインショッピング、オンラインゲームなど。</p> |
| カ行 | |
| カーボンニュートラル | <p>二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの人為的な発生源による「排出量」から、植林、森林管理などによる「吸収量」を差し引いて、合計を実質的にゼロにすること。</p> |
| キャッシュレス決済 | <p>物理的な現金（紙幣・硬貨）を使用せずに商品・サービスの料金の支払い等を行うこと。</p> <p>例としては、クレジットカード、電子マネーなど。</p> |
| ギャンブル等依存症 | <p>ギャンブル等依存症対策基本法では、ギャンブル等（法律の定めるところにより行われる公営競技、ぱちんこ屋に係る遊技その他の射幸行為）にのめり込むことにより日常生活又は社会生活に支障が生じている状態のことと定義している。</p> |
| ケロちゃん | <p>山形県消費生活センターキャラクター。</p> <p>ケロちゃんの「ケロ」は、かわいらしいカエルのキャラクターの鳴き声の「ケロ」と山形の方言で「～（して）ください」の意味をかけており、消費生活センターをより身近に感じてもらえるよう、消費者に対して、いろいろな場面で、「相談してケロ！」と呼びかけを行っている。2020年から消費者庁消費者教育推進大使に委嘱されている。</p> |

| 用語 | 解説 |
|------------------------------|--|
| ケロちゃんが行く | 山形県消費生活センターキャラクター「ケロちゃん」が主人公の啓発チラシ。 若い世代にも親しみやすいようマンガ様式になっている。様々な消費生活に関する情報を、テーマ毎1話1枚になっており、最後に「消費者ホットライン188」と「ワンポイントアドバイス」を載せている。「マンガで学べる消費生活講座」としてホームページ「ケロちゃんのへや」にも掲載している。 |
| 個人情報保護条例 | 地方公共団体が保有している個人情報を適正に取り扱うことを目的として定められた条例。 |
| サ行 | |
| 持続可能な開発目標 (SDGs) | 平成27 (2015) 年9月の国連の「持続可能な開発サミット」において「持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals) (SDGs)」を採択。 SDGsは、2030年までの国際目標で、17の目標を達成することにより、「誰一人取り残さない持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現」に向けて取り組むこととされている。 |
| 社会への扉 | 消費者庁が消費者教育推進法の目的や基本理念を踏まえて作製した、主に高校生を対象とした消費者教育のための教材。 |
| 消費者安全法 | 生命・身体や財産被害にかかわる消費者被害の発生防止・拡大防止を図るため、事故情報の集約や消費者安全確保地域協議会 (見守りネットワーク)、地方自治体による消費生活センター設置などを定めた法律。 |
| 消費者基本計画 | 消費者基本法(昭和43年法律第78号)第9条の規定に基づき、政府が消費者政策の計画的な推進を図るため、①長期的に講ずべき消費者政策の大綱、②消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項について定めた消費者政策の推進に関する基本的な計画のこと。 |
| 消費者基本法 | 「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」を基本理念とした、消費者政策の基本となる事項を定めた法律。 |
| 消費者教育 コーディネーター | 消費者教育推進の要として、関係する人や情報・資源などを結び付け、多様な連携・協働を推進することにより、地域の消費者教育をより良い方向にけん引する役割を担っている。 |
| 消費者教育の推進に関する法律 (消費者教育推進法) | 消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とした法律。 同法第10条第1項により、都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県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とされている。 |
| 消費者市民社会 | 消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、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ものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。(消費者教育推進法第2条第2項より) |
| 消費者団体訴訟制度 | 消費者契約法等に違反する被害が生じた際に、適格消費者団体が、不特定多数の消費者を代表して事業者に対して訴訟等を行うことができる制度。差止請求と被害回復の2つ。 この制度により、類似の被害の未然防止・拡大防止が期待されるほか、費用や手間をかけずとも被害回復の可否の見通せず、行動を起こさずに泣き寝入りしてしまいがちな消費者トラブルの救済が期待される。 |
| 消費者ホットライン (188) | 消費者庁が運営している全国共通の電話番号 (188)。 音声ガイダンスに従って必要事項を入力すると、最寄りの消費生活センターや消費生活相談窓口につながる。 |

資料編 用語解説

| 用語 | 解説 |
|------------------------|--|
| 消費生活サポーター | 地域における消費者教育の担い手として行政が発信する情報を地域に伝えたり、自ら消費者問題に関する出前講師の講師を務めたりするボランティアのこと。 |
| 食育 | 様々な経験を通じて、「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践できる人間を育てること。 |
| 食品表示 | 平成27（2015）年4月1日に「食品表示法」が施行された。食品衛生法、JAS法及び健康増進法の食品表示の規定を統合した一元的な制度になり、また、新しく「機能性表示食品」制度が始まった。 |
| 食品ロス | 売れ残りや食べ残しなど、本来食べられるのに捨てられてしまう食品のこと。もともと食べられない部分（骨、種など）は食品ロスに含まれない。売れ残り、食べ残し、過剰除去、期限切れによる直接廃棄などにより発生する。 |
| 成年後見制度 | 認知症、知的障がい、精神障がいなどによって、判断能力が不十分な方の財産と権利を守ることを目的に、後見人を選定のうえ支援する制度のこと。 |
| 成年年齢下げ | 「民法の一部を改正する法律」の成立により令和4年（2022）年4月1日から成年年齢が18歳に引下げ。 |
| タ行 | |
| 多重債務 | ローンやクレジットカードの利用などを行っている消費者が、借金返済等のためにさらに消費者金融などから借金を繰り返すなどし、返済不可能な程の債務が累積すること。 |
| 地産地消 | 「地域生産・地域消費」の略語。地域で生産されたものを地域で消費しようとする活動を通じて、生産者と消費者を結びつける取組みのこと。 |
| 適格消費者団体 | 消費者全体の利益擁護のために事業者に対し差止請求権を行使することができる消費者団体であり、内閣総理大臣の認定を受けた団体のこと。 |
| 電子商取引 | インターネットなどのオンラインサービスを使って商品の売買や決済、契約などの商取引を行うこと。 |
| 電子マネー | 情報通信技術を活用した支払手段の一種。 |
| 特殊詐欺 | 被害者に電話をかけるなどして対面することなくだまし、指定した預貯金口座への振込みその他の方法により、不特定多数の者から現金等をだまし取る犯罪 |
| 特定商取引に関する法律（特定商取引法） | 訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引（いわゆるマルチ商法、ネットワークビジネス）、特定継続的役務提供（語学教室やエステティックサロン）、業務提供誘引販売取引（いわゆる内職商法）、訪問購入に関するトラブルの発生を防止して、消費者の利益を保護することを目的。 |
| ハ行 | |
| 不当な景品類及び不当表示防止法（景品表示法） | 商品やサービスの品質、内容、価格等を偽って表示を行うことなどを規制するとともに、過大な景品類の提供を制限することなどにより、消費者が商品やサービスを自主的かつ合理的に選択できる環境を守ることを目的とする法律。 |
| フリマアプリ | 「フリーマーケット・アプリ」の略称。 オンライン上でフリーマーケットのように個人間取引を行うための場所の提供を行うサービスのこと。 |
| 訪問販売 | 特定商取引に関する法律の規制対象の一つ。 販売業者または役務提供事業者が、営業所等以外の場所（例えば、消費者の自宅）で契約して行う商品、特定権利の販売または役務の提供等のこと。キャッチセールスやアポイントメントセールスを含む。 |

| 用語 | 解説 |
|---------------------|--|
| ヤ行 | |
| 山形県金融広報委員会 | 山形県庁に事務局を置き、東北財務局山形財務事務所、日本銀行山形事務所、県内金融機関等が委員を構成。 山形県金融広報委員会は中立・公正な立場から「健全で合理的な家計運営」に資することを目的として、県民の暮らしに身近な金融に関する幅広い広報・消費者教育活動を行っている。 |
| 山形県総合発展計画 | 山形県が発展し続けるための、中長期的な視点に立った県民と共に県づくりを進めるための指針。 本計画は、「長期構想」及び「実施計画」により構成され、長期構想は、県づくりの基本的な考え方と基本目標、その実現に向けた政策・施策の展開の方向性をしめす。令和2年から概ね10年の計画となる。 |
| ラ行 | |
| ローリングストック | 普段使用する食料や日用品を、もしもの場合に備え多めに購入し、古くなったものから日々の生活で使い、使った分を買い足すことで常に新しいものを保存しておくという、新しい災害用備蓄の考え方。 |
| ワ行 | |
| ワンクリック請求 | 登録完了画面等を表示することで契約が成立したと思わせて、サイト利用料等の名目でお金を払わせる手口のこと。 |
| アルファベット・数字 | |
| HACCP (ハサップ) | 食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物購入等の危害要因（ハザード）を把握したうえで、原材料の入荷から製品の出荷に至る全行程の中で、それらの危害要因を排除又は低減されるために特に重要な工程を管理し製品の安全性を確保しようとする衛生管理手法のこと。 |
| OJT | 「On the Job Training」の頭文字を取ったもの。 日本語にすると「職場内研修」という意味。 |
| PIO-NET (パイオネット) | 全国消費生活情報ネットワークシステム（Practical Living Information Online Network System）のこと。 独立行政法人国民生活センターと都道府県、政令指定都市及び区市町村の消費生活センターや消費生活相談窓口をオンラインネットワークで結んでいる。 行政機関による消費者被害の未然防止・拡大防止のための法執行への活用、国・地方公共団体の消費者政策の企画・立案及び国民・住民への情報提供、地方公共団体への消費生活相談業務に関する支援等に活用。 |
| SNS | ソーシャル・ネットワーキング・サービス（Social networking service）の略。 ウェブ上で社会的ネットワーク（ソーシャル・ネットワーク）を構築可能にするサービスのこと。 |
| 3R | リデュース（Reduce）、リユース（Reuse）、リサイクル（Recycle）の3つのRの総称。 リデュースは、物を大切に使い、ごみを減らすこと。リユースは、使える物は、繰り返し使うこと。リサイクルは、ごみを資源として再び利用すること。 |

【山形県消費生活条例】（平成18年3月県条例第17号）

第1章 総則

（目的）

第1条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、基本理念を定め、県、事業者及び事業者団体の責務並びに消費者及び消費者団体の果たすべき役割を明らかにするとともに、消費生活センターの組織及び運営等に関する事項、県の実施する施策等について定め、その推進を図り、もって県民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的とする。

（基本理念）

第2条 前条の目的を達成するに当たっては、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、国、県、市町村、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体の相互の信頼及び協調をもとに、消費者の自立を支援することを基本としなければならない。

- (1) 消費者の安全が確保されること。
- (2) 商品及び役務（以下「商品等」という。）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こと。
- (3) 消費者に対し必要な情報が提供されること。
- (4) 消費者に対し必要な教育の機会が提供されること。
- (5) 消費者の意見が県の実施する施策に反映されること。
- (6) 消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されること。
- (7) 事業者に不当な取引行為を行わせないこと。
- (8) 消費者の利益を確保するため、消費者団体を組織し、行動すること。

（県の責務）

第3条 県は、経済社会の発展に即応して、前条の基本理念にのっとり、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者施策」という。）を推進する責務を有する。

2 県は、消費者施策を推進するに当たっては、消費者の意見を反映させるものとする。

3 県は、消費者施策を推進するに当たっては、環境への負荷の低減その他の環境の保全に配慮するものとする。

（消費者基本計画）

第4条 知事は、消費者施策の計画的な推進を図るため、消費者施策の推進に関する基本的な計画（以下「基本計画」という。）を策定するものとする。

2 基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

- (1) 消費者施策の大綱
- (2) 前号に掲げるもののほか、消費者施策の計画的な推進を図るために必要な事項

3 知事は、基本計画を策定するに当たっては、山形県消費生活審議会に諮問するとともに、県民の意見を聴かななければならない。

4 知事は、基本計画を策定したときは、速やかにこれを明らかにするものとする。

5 前2項の規定は、基本計画の変更について準用する。

（事業者の責務）

第5条 事業者は、第2条の基本理念にかんがみ、その供給する商品等について、次に掲げる責務を有する。

- (1) 消費者の権利を尊重し、及び法令を遵守した事業活動を行うこと。
- (2) 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
- (3) 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- (4) 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- (5) 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- (6) 消費者の個人情報を適正に取り扱うこと。
- (7) 県が推進する消費者施策に協力すること。

2 事業者は、その供給する商品等に関し環境への負荷の低減その他の環境の保全に配慮するとともに、当該商品等について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

（事業者団体の責務）

第6条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、前条第2項に規定する基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

2 事業者団体は、県が推進する消費者施策に協力しなければならない。

（消費者の役割）

第7条 消費者は、消費者の権利を自覚し、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めることによって、消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすものとする。

2 消費者は、消費生活に関し、環境への負荷の低減その他の環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

(消費者団体の役割)

第8条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、安全かつ公正な取引を確保するための市場の監視、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

第2章 消費生活の安全の確保

第1節 危害の防止

(危害商品等の供給禁止)

第9条 事業者は、消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれのある欠陥のある商品等（以下「危害商品等」という。）を供給してはならない。

(危害商品等の調査等)

第10条 知事は、事業者が供給する商品等について、危害商品等の疑いがあると認めるときは、当該商品等の安全性について必要な調査を行うものとする。

2 知事は、前項の調査を行う場合において、必要があると認めるときは、当該事業者に対し、期間を定めて、資料の提出その他の方法により、当該商品等が安全であることの立証をすべきことを求めることができる。

(危害商品等の緊急情報提供)

第11条 知事は、危害商品等により、消費者の生命、身体又は財産について重大な危害が発生し、又は発生する急迫した危険がある場合において、当該危害の発生及び拡大を防止するため緊急の必要があると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、直ちに当該危害商品等の名称、これを供給する事業者の氏名又は名称及び住所又は所在地その他必要な情報を提供するものとする。

第2節 不当な取引行為の防止

(不当な取引行為の指定)

第12条 知事は、事業者が消費者との間で行う取引行為が次の各号のいずれかに該当する場合は、当該行為を不当な取引行為として指定することができる。

- (1) 消費者に対し、販売の意図を隠して接近し、商品等に関する重要な情報を提供せず、若しくは誤認を招く情報を提供し、若しくは消費者を執ように説得し、若しくは心理的に不安な状況に陥れる等の方法を用いて、又は消費者が取引しない旨の意思を表示したにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、若しくは契約を締結させる行為
 - (2) 取引における信義誠実の原則に反して、消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させる行為
 - (3) 消費者又はその関係人を欺き、威迫し、困惑させる等の不当な手段を用いて契約（その成立又は内容について当事者間に争いがあるものを含む。）に基づく債務の履行を迫り、若しくは履行をさせ、又は履行を不当に拒否し、若しくは遅延させる行為
 - (4) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張を不当に妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又はそれらが有効に行われたにもかかわらず、それらによって生じた債務の履行を不当に拒否し、若しくは遅延させる行為
 - (5) 商品等を供給する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者からの商品等の購入を条件又は原因として信用の供与又は保証の受託をする契約について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で当該契約に基づく債務の履行を迫り、若しくは履行をさせる行為
- 2 知事は、前項の規定により不当な取引行為を指定しようとするときは、山形県消費生活審議会に諮問しなければならない。
- 3 知事は、第1項の規定により不当な取引行為を指定したときは、その内容を告示しなければならない。
- 4 前2項の規定は、第1項の規定により指定した不当な取引行為（以下「不当な取引行為」という。）の内容を変更し、又は当該指定を取り消す場合について準用する。

(不当な取引行為の禁止)

第13条 事業者は、不当な取引行為を行ってはならない。

(不当な取引行為の調査等)

第14条 知事は、事業者が不当な取引行為を行っている疑いがあると認めるときは、当該取引行為の仕組み、実態等について必要な調査を行うものとする。

2 知事は、前項の調査を行う場合において、必要があると認めるときは、当該事業者に対し、期間を定めて、当該取引行為の正当性を示す資料その他の資料の提出又は説明を求めることができる。

(不当な取引行為の緊急情報提供)

第15条 知事は、不当な取引行為により、消費者に重大な被害が生じ、又は生ずるおそれがある場合において、当該被害の発生及び拡大を防止するため緊急の必要があると認めるときは、直ちに当該不当な取引行為の内容、当該不当な取引行為を行っている事業者の氏名又は名称及び住所又は所在地その他必要な情報を提供するものとする。

第3節 表示の適正化等

(表示の適正化)

第16条 事業者は、消費者が商品等を購入し、又は利用しようとする際に容易に選択ができ、かつ、適正に使用若しくは利用又は廃棄することができるようにするため、その供給する商品等の品目、使用方法その他の必要な事項を正しく、かつ、分かりやすく表示するよう努めなければならない。

資料編 消費生活条例

(広告の適正化)

第17条 事業者(広告代理事業及び広告事業を行う者を含む。)は、商品等に関する広告について、消費者が選択を誤るおそれのある表現を避け、消費者が商品等を適切に選択するために必要とする情報を明確かつ平易に提供するよう努めなければならない。

(容器及び包装の適正化)

第18条 事業者は、その供給する商品について、消費者がその内容、量目等を誤認することがないようにするため、適正に容器を用い、及び包装を行うよう努めなければならない。

(計量の適正化)

第19条 事業者は、その供給する商品等について、消費者が不利益を被ることがないように、適正に計量しなければならない。

(規格の適正化)

第20条 事業者は、商品の品質の改善及び消費生活の合理化に寄与するため、その供給する商品等について適正な規格を定めるよう努めなければならない。

(自主基準等の設定)

第21条 事業者及び事業者団体は、消費者の信頼を確保するため、第16条から第19条までに規定する事項その他消費生活の安定及び向上を図るために必要な事項に関する基準(以下「基準等」という。)を自主的に定めるよう努めなければならない。

2 知事は、事業者及び事業者団体に対し、必要に応じて、基準等の設定及び遵守について指導するものとする。

(県の基準等の設定等)

第22条 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、必要があると認めるときは、山形県消費生活審議会に諮問し、事業者が供給する商品等について、基準等を定めることができる。

2 知事は、前項の規定により基準等を定めた場合は、その内容その他必要な事項を告示しなければならない。

3 前2項の規定は、基準等を変更し、又は廃止する場合について準用する。

(県の基準等の遵守義務)

第23条 事業者は、その供給する商品等について前条第1項の基準等が定められた場合には、これを遵守しなければならない。

2 知事は、事業者が前条第1項の基準等を遵守していない疑いがあると認めるときは、その実態その他必要な事項を調査するものとする。

第3章 生活関連物資の供給の確保等

(情報の収集及び調査)

第24条 知事は、県民の消費生活と関連性が高い物資(以下「生活関連物資」という。)の需給の状況及び価格の動向に関する情報の収集及び調査を行うよう努めるものとする。

(供給等の協力要請)

第25条 知事は、生活関連物資の流通の円滑化又は価格の安定を図るために必要があると認めるときは、事業者に対し、当該生活関連物資の供給の確保、あっせん等について協力を要請するものとする。

(特定物資の指定、調査等)

第26条 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、生活関連物資の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において、当該生活関連物資の買占め若しくは売惜しみが行われ、又は行われるおそれがあるときは、当該生活関連物資を特別の調査を要する物資(以下「特定物資」という。)として指定することができる。

2 知事は、前項の規定により指定した特定物資について、価格の上昇の原因、需給の状況その他必要な事項を調査するものとする。

3 知事は、第1項に規定する事態が消滅したと認める場合は、同項の規定による指定を解除するものとする。

4 知事は、第1項の規定により特定物資を指定したときは、これを告示しなければならない。解除したときも、同様とする。

第4章 啓発活動及び消費者教育の推進等

(啓発活動の推進)

第27条 県は、消費者がその消費生活に関して自主的かつ合理的に行動することができるようにするため、商品等及びその取引の方法に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を行うものとする。

(消費者教育の推進)

第28条 県は、消費者の自立を支援するため、市町村、教育機関、事業者団体、消費者団体その他の関係機関と連携し、学校、地域、家庭、職域等における消費生活、生活設計等に関する教育(以下「消費者教育」という。)の実施、消費者教育を行う指導者の育成、学習会等への講師の派遣及び派遣のあっせん等の施策を講ずるものとする。

(消費者団体の健全な活動の促進)

第29条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の自主性を尊重しつつ、その健全な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

第5章 消費者被害の救済

(相談及び苦情の処理)

第30条 知事は、事業者が供給する商品又は役務に関する消費者からの相談又は苦情の申出(以下「消費者苦情等」という。)について、市町村と連携を図りつつ、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とするものの処理を行うとともに、市町

村が行う消費者苦情等の処理に対して、必要に応じて、情報の提供、技術的指導その他の支援を行うものとする。

- 2 知事は、消費者苦情等があったときは、速やかに、その内容について調査等を行い、必要があると認めるときは、期間を定めて、関係者に資料の提出又は説明を求めること等により、当該消費者苦情等を適切かつ迅速に処理するよう努めなければならない。
- 3 知事は、国、他の地方公共団体その他関係機関と相互に協力して消費者苦情等の処理を行うものとする。
(あっせん又は調停)

第31条 知事は、消費者からの苦情で、その処理が著しく困難であると認めるものについては、山形県消費生活審議会のあっせん又は調停に付することができる。

- 2 山形県消費生活審議会は、前項のあっせん又は調停のために必要があると認めるときは、期間を定めて、当該あっせん又は調停に係る関係者に対し、必要な資料の提出若しくは説明を求め、又は山形県消費生活審議会への出席を求めてその説明若しくは意見を聴くことができる。
- 3 知事は、第1項の規定により消費者からの苦情の処理を山形県消費生活審議会に付託したときは、必要に応じて、その処理の結果を明らかにするものとする。
(訴訟費用等の援助)

第32条 知事は、商品又は役務によって被害を受けた消費者が、事業者を相手に訴訟（民事訴訟法（平成8年法律第109号）第275条第1項に規定する和解及び民事調停法（昭和26年法律第222号）による調停を含む。以下同じ。）を提起する場合又は事業者に訴訟を提起された場合において、当該訴訟が次の各号のいずれにも該当するときは、山形県消費生活審議会の意見を聴き、当該消費者に対し、規則で定めるところにより、訴訟に要する経費の貸付けその他訴訟活動に必要な援助を行うことができる。

- (1) 同一の被害が多数発生し、又は発生するおそれのある商品又は役務に係るものであること。
- (2) 1人当たりの被害額が規則で定める額以下の被害に係るものであること。
- (3) 前条第1項の規定による調停によって解決されなかった消費者からの苦情に係るものであること。

(貸付金の返還等)

第33条 前条の規定により訴訟に要する経費の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したときは、当該貸付けに係る資金を返還しなければならない。

- 2 知事は、前項の規定にかかわらず、特に必要があると認めるときは、規則で定めるところにより、貸付けに係る資金の全部又は一部の返還を免除することができる。

第6章 知事に対する申出

(知事に対する申出)

第34条 県民は、この条例の規定に違反する事業者の事業活動により、又はこの条例の規定に基づく措置が講じられていないことにより、第2条に規定する消費者の権利が害され、又は害されるおそれがあるときは、知事に対し、その旨を書面により申し出て、適切な措置を講ずるよう求めることができる。

- 2 知事は、前項の規定による申出があったときは、必要な調査を行い、その申出の内容が事実であると認めるときは、この条例に基づく措置その他適切な措置を講ずるものとする。
- 3 知事は、第1項の規定による申出に係る処理の経過及び結果を当該申出を行った者に通知するものとする。
- 4 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るために必要があると認めるときは、第1項の規定による申出の内容並びにその処理の経過及び結果を明らかにするものとする。

第7章 立入調査等

(立入調査等)

第35条 知事は、この条例の施行に必要な限度において、事業者に対し、期間を定めて、文書若しくは口頭による説明若しくは必要な資料の提出を求め、又はその職員に、当該事業者の事務所、工場、事業場、店舗、倉庫その他事業を行う場所に立ち入らせ、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

- 2 前項の規定による権限を行使する職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者に提示しなければならない。
- 3 第1項の規定による権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

(勧告)

第36条 知事は、事業者が次の各号のいずれかに該当すると認めるときは、当該事業者に対し、当該各号に定める措置を講ずるよう勧告をすることができる。

- (1) 第9条の規定に違反しているとき。 危害商品等の供給の中止、回収その他必要な措置
- (2) 第13条の規定に違反しているとき。 不当な取引行為の中止、再発防止その他必要な措置
- (3) 第23条第1項の規定に違反しているとき。 第22条第1項の基準等の遵守その他必要な措置
- (4) 第26条第2項の規定による調査の結果、事業者が買占め又は売惜しみにより、特定物資を多量に保有していたとき。 特定物資の適正な価格での供給その他必要な措置

- 2 前項の規定による勧告は、当該行為を既に行っていない場合においても、することができる。
- 3 知事は、第1項の規定による勧告をした場合において、必要があると認めるときは、その勧告を受けた事業者に対し、その勧告に基づいて講じた措置及びその結果について報告をさせることができる。

(公表)

資料編 消費生活条例

第37条 知事は、事業者が次の各号のいずれかに該当する場合において、その行為について正当な理由がないと認めるときは、当該事業者の氏名又は名称及び住所又は所在地並びにその行為の内容を公表することができる。

- (1) 第10条第2項の規定による立証の要求に応じず、若しくは立証できず、定められた期間内に立証せず、又は虚偽の資料を提出したとき。
 - (2) 第14条第2項の規定による資料の提出若しくは説明を拒み、定められた期間内に提出若しくは説明をせず、又は虚偽の資料の提出若しくは説明をしたとき。
 - (3) 第31条第2項の規定による資料の提出若しくは説明を拒み、定められた期間内に提出若しくは説明をせず、若しくは虚偽の資料の提出若しくは説明をしたとき、又は山形県消費生活審議会への出席若しくは説明を拒み、若しくは関係者の出席を妨げ、若しくは山形県消費生活審議会で虚偽の説明をしたとき。
 - (4) 第35条第1項の規定による説明若しくは資料の提出を拒み、定められた期間内に説明若しくは提出をせず、若しくは虚偽の説明若しくは資料の提出をしたとき、同項の規定による調査を拒み、妨げ、若しくは忌避したとき、又は同項の規定による質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。
 - (5) 前条第1項の規定による勧告に従わなかったとき。
- 2 知事は、前項の規定による公表をしようとするときは、あらかじめ、当該公表に係る事業者に対し、当該事案について意見を述べ、及び証拠を提示する機会を与えなければならない。ただし、当該事業者の所在が不明である場合は、この限りでない。

第8章 山形県消費生活審議会

(山形県消費生活審議会の設置)

第38条 この条例の規定によりその権限に属させられた事項及び知事の諮問に係る重要事項を調査審議させるため、山形県消費生活審議会（以下この章において「審議会」という。）を置く。

2 審議会は、県民の消費生活の安定及び向上を図るための重要事項に関し必要があると認める事項を知事に建議することができる。

(組織等)

第39条 審議会は、委員17名以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、知事が任命する。

- (1) 学識経験のある者
- (2) 消費者
- (3) 事業者

3 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠又は増員により任命された委員の任期は、前任者又は現任者の残任期間とする。

(会長及び副会長)

第40条 審議会に会長及び副会長を置き、委員の互選によって定める。

2 会長は、会務を総理し、審議会を代表する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(専門委員)

第41条 審議会に、専門の事項を調査させるため、専門委員を置くことができる。

2 専門委員は、学識経験のある者のうちから、知事が任命する。

3 専門委員は、当該専門の事項に関する調査が終了したときは、解任されるものとする。

(会議)

第42条 審議会の会議は、会長が招集する。

2 会長は、前項の会議の議長となる。

3 第1項の会議は、委員の半数以上が出席しなければ、開くことができない。

4 審議会の議事は、出席した委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(部会)

第43条 審議会は、会長が指名する委員で組織する被害救済部会その他の部会を置くことができる。

2 部会に部会長を置き、当該部会に属する委員の互選によって定める。

3 審議会は、その定めるところにより、第31条第1項に規定するあつせん若しくは調停又は第32条に規定する意見については被害救済部会の決議をもって審議会の決議とすることができる。

4 前条の規定は、部会について準用する。この場合において、同条第1項及び第2項中「会長」とあるのは、「部会長」と読み替えるものとする。

(庶務)

第44条 審議会の庶務は、防災くらし安心部において処理する。

(会長への委任)

第45条 この章に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、会長が審議会に諮って定める。

第9章 消費生活センターの組織及び運営等

(名称及び住所等の公示)

第46条 知事は、消費者安全法（平成21年法律第50号。以下「法」という。）第10条の2第1項第1号に規定する消費生活センター

(法第10条第1項の規定により県が設置するものに限る。以下この章において「消費生活センター」という。)を設置したときは、遅滞なく、次に掲げる事項を公示するものとする。当該事項を変更したときも、同様とする。

- (1) 消費生活センターの名称及び住所
- (2) 法第10条の3第2項に規定する消費生活相談の事務を行う日及び時間
(職員)

第47条 消費生活センターには、消費生活センター所長その他の消費生活センターの事務を掌理する者を置くとともに、消費生活センターの事務を行うために必要な職員を置くものとする。

(消費生活相談員)

第48条 消費生活センターには、法第10条の3第1項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者(不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律(平成26年法律第71号)附則第3条の規定により当該試験に合格した者とみなされる者を含む。)又はこれと同等以上の専門的な知識及び技術を有すると知事が認める者を消費生活相談員として置くものとする。

(消費生活相談等の事務に従事する職員に対する研修の機会の確保)

第49条 消費生活センターは、当該消費生活センターにおいて法第8条第1項各号に掲げる事務に従事する職員に対し、その資質の向上のための研修の機会を確保するものとする。

(情報の安全管理)

第50条 消費生活センターは、法第8条第1項各号に掲げる事務の実施により得られた情報の漏えい、滅失又は毀損の防止その他の当該情報の適切な管理のために必要な措置を講ずるものとする。

第10章 雑則

(国等への協力要請)

第51条 知事は、この条例の目的を達成するために必要があると認めるときは、国、関係地方公共団体等に対して、適当な措置をとるよう要請し、又は協力を求めるものとする。

(山形県消費生活センター)

第52条 山形県消費生活センターは、国、地方公共団体その他関係機関、消費者団体等と連携し、本県における消費者施策の中核的な機関として積極的な役割を果たすものとする。

(試験、検査等の体制の整備等)

第53条 知事は、消費者施策の実効性を確保するため、商品の試験、検査等及び役割についての調査研究等を行う体制を整備するとともに、必要に応じて、試験、検査、調査研究等の結果を明らかにするものとする。

(委任)

第54条 この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則 (抄)

(施行期日)

- 1 この条例は、平成18年7月1日から施行する。