

「栃木県消費者基本計画（第2期）」
骨子案

令和2（2020）年2月3日

栃木県県民生活部
くらし安全安心課消費者行政推進室

目次

第1	計画改定の基本的な考え方	1
1	計画改定の趣旨	1
2	計画の位置付け	1
3	計画期間	1
第2	消費生活を取り巻く現状	1
1	社会環境の変化	1
(1)	民法改正による成年年齢引下げ	1
(2)	高齢者世帯の単身化	1
(3)	キャッシュレス化の進展	2
(4)	グローバル化の進展	2
(5)	消費生活における新たな動き	2
2	消費者行政の動向	3
(1)	国	3
(2)	栃木県	3
(3)	市町	3
3	本県における消費生活相談・消費者教育の状況	4
(1)	消費生活相談の状況	4
(2)	消費者教育の状況（「若年者における消費者教育実態調査」から）	4
4	取り組むべき課題の整理	5
第3	消費者施策の基本方針と取組の方向	6
	基本方針Ⅰ 消費者教育の推進	7
	基本方針Ⅱ 消費生活情報の発信	7
	基本方針Ⅲ 消費生活相談体制の充実	7
	基本方針Ⅳ 消費生活における安全・安心の確保	8
第4	計画の推進体制と進行管理	8
1	推進体制	8
2	進行管理	8

第1 計画改定の基本的な考え方

1 計画改定の趣旨

本県では、県民の消費生活の安定及び向上を確保するため、栃木県消費生活条例（昭和51年栃木県条例第3号。以下「条例」という。）に基づき、平成28（2016）年度を始期とする栃木県消費者基本計画（以下「第1期計画」という。）を策定し、消費者施策を総合的かつ計画的に推進してきた。

この第1期計画が令和2（2020）年度に終期を迎えることから、社会環境の変化等により生じた新たな課題に対応するため、第1期計画を改定し、「栃木県消費者基本計画（第2期）」とする。

2 計画の位置付け

条例第5条の3に基づく消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な計画であるとともに、消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号。以下「消費者教育推進法」という。）第10条に基づく都道府県消費者教育推進計画を兼ねるものとする。

また、消費者行政に関する基本計画として、次期栃木県重点戦略を始め、「とちぎ食の安全・安心・信頼性の確保に関する基本計画」、「栃木県高齢者支援計画」、「栃木県障害福祉計画・栃木県障害児福祉計画」、「栃木県教育振興基本計画」及び「栃木県環境基本計画」などの関連計画と整合を図る。

3 計画期間

令和3（2021）年度から令和7（2025）年度までの5年間とする。

第2 消費生活を取り巻く現状

1 社会環境の変化

（1）民法改正による成年年齢引下げ

- 成年年齢を18歳に引き下げる改正民法が成立し、令和4（2022）年4月に施行される。
- 未成年者の場合、契約には親権者の同意が必要であり、親権者の同意を得ないで締結した契約は、未成年者取消権によって取り消すことができる。
- 近年の20歳前後の年齢別相談件数をみると、契約当事者が18～19歳の相談件数よりも、成年に達した20～22歳の相談件数が多くなっており、また、その契約金額も高額になる傾向があることから、未成年者取消権は、未成年者の消費者被害を抑止する役割を果たしていると考えられる。【図表1、2】
- 成年年齢が引き下げられることで、18～19歳は未成年者取消権の保護の対象から外れ、消費者被害の増加が懸念されることから、若年者に対する消費者教育を充実させる必要がある。

（2）高齢者世帯の単身化

- 本県の人口は、平成17（2005）年に過去最高の201万6,631人に達したが、平成22（2010）

年以降は減少傾向に転じ、令和7（2025）年には187万3千人になると推計されている。

- 65歳以上の老年人口は、平成27（2015）年には50万8千人であったが、令和7（2025）年には57万2千人に増加し、本県人口の30.6%になると推計されている。【図表3】
- 65歳以上の単独又は夫婦のみの世帯は、平成27（2015）年には約15万5千世帯であったが、令和7（2025）年には約18万8千世帯となり、県内の全世帯の24.5%を占めるようになると推計されている。【図表4】
- 高齢者を狙った悪質商法等の被害増加や、家族等周囲の目が行き届かないことによる被害の深刻化が懸念されるため、高齢者本人に対する注意喚起と併せて、地域において高齢者を見守る体制の充実に取り組む必要がある。

（3）キャッシュレス化の進展

- 経済産業省では、「キャッシュレス・ビジョン」を策定し、電子マネー、デビットカード、モバイルウォレット及びクレジットカードなどによるキャッシュレス社会の実現のため、産官学が連携して取組を進めている。
- 令和元（2019）年10月には、消費税率引上げ後の消費喚起とキャッシュレス推進の観点から、キャッシュレス・ポイント還元事業（キャッシュレス・消費者還元事業）が実施された。
- 電子マネーの決済件数と決済金額は、平成25（2013）年には32億9千4百万件、3兆1,355億円であったが、平成30（2018）年には約1.8倍に増加している。【図表5】
- キャッシュレス決済は、現金を持ち歩かずに買い物ができる手軽さから、今後、より身近な決済手段として普及することが予想される。消費者は、決済の仕組みについて理解し、より慎重に支出を管理することが求められる。

（4）グローバル化の進展

- 社会経済がグローバル化し、様々な商品が事業者により輸入されて広く流通しており、高度情報化社会の進展と相まって、消費者が自らインターネット等を通じ、海外から商品を購入することも容易になっている。
- 本県に住む外国人は、平成30（2018）年には40,659人と、平成25（2013）年の約1.4倍に増加し、県民の48人に1人が外国人という状況になっている。【図表6】
- 旅行者を中心とした訪日外国人も大幅に増加している。
- 消費生活におけるグローバル化の進展に伴って、国境を越えた消費者トラブル及び外国人消費者への対応等が求められている。

（5）消費生活における新たな動き

- 平成27（2015）年に、持続可能な開発目標（SDGs）が国連サミットで採択され、翌年発効したことを受けて、国では「SDGs実施指針」を策定し、健康・長寿や地域活性化、循環型社会など8つの優先課題に統合的な形で取り組むこととした。この実施指針の中では、広範なステークホルダーとの連携の推進が掲げられ、消費活動において大きな役

割を担う消費者についても、その主体的取組が期待されている。

- 消費者教育推進法には「消費者市民社会の形成」が基本理念として位置付けられ、消費者庁では、シンポジウム「エシカル・ラボ」の開催など、エシカル（倫理的）消費の普及・啓発に取り組んでいる。

2 消費者行政の動向

(1) 国

- 消費者庁では、「第3期消費者基本計画」（対象期間：平成27（2015）年度～令和元（2019）年度）のもと、消費者政策を強力に推進することとしている。
- 地方の消費者行政については、地方消費者行政強化作戦により、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心が確保される地域体制の整備を目指して取組を推進している。
- 平成30（2018）年3月には、消費者教育の推進に関する基本的な方針を変更し、若年者への消費者教育などを重点事項として位置付け、消費者教育の効果的な取組を推進している。

(2) 栃木県

- 本県では、平成28（2016）年2月に第1期計画を策定し、「消費生活相談体制の充実・強化」、「ライフステージに応じた消費者教育・啓発の推進」及び「消費生活における安全・安心の確保」を基本方針として、消費者施策を総合的かつ計画的に推進してきた。
- 栃木県消費生活センターを「センター・オブ・センターズ（地域における中核的相談機関）」と位置付けて機能の充実を図り、消費生活相談員の更なる資質向上に努めるとともに、消費者の身近な相談窓口である市町消費生活センターへの支援等を強化してきた。

(3) 市町

- 平成27（2015）年4月に県内全ての市町に消費生活センターが設置され、消費者である県民が身近な市町において消費生活相談を受けられる体制が整備された。
- 県内の消費生活センターで受け付けた相談（苦情相談及び問合せ相談）件数に占める市町消費生活センターの相談受付割合は増加傾向にあり、平成30（2018）年度には84.9%となっている。【図表7】
- 令和元（2019）年11月までに、4つの市が消費生活基本計画を策定し、消費者施策を体系的に展開している。
- 消費者にとって身近な市町消費生活センターへの相談が増えていることから、複雑化・多様化する相談に適切に対応できるよう、市町消費生活センターにおける相談対応の強化を図るとともに、県及び市町が連携・協力して消費者行政を推進していく必要がある。

3 本県における消費生活相談・消費者教育の状況

(1) 消費生活相談の状況

ア 相談件数の推移

- 県及び市町消費生活センターで受け付けた相談件数は、平成 16 (2004) 年度の 43,026 件をピークに減少傾向となり、平成 28 (2016) 年度には 15,695 件 (ピーク時の 36.5%) まで減少した。
- 平成 29 (2017) 年 6 月頃から、ハガキ等により身に覚えのない請求や督促を迫る「架空請求」に関する相談が増加したことに伴い、平成 29 (2017) 年度には相談件数が増加に転じ、平成 30 (2018) 年度には前年度比 6.4% 増の 21,190 件となった。【図表 7】

イ 年代別の相談状況

- 平成 30 年度に寄せられた苦情相談に係る契約当事者は、70 歳以上が 5,333 件 (全体の 27.1%) と最も多く、次いで 60 歳代が 4,280 件 (全体の 21.8%) となっている。【図表 8】
- 60 歳以上が契約当事者となっている苦情相談は、平成 28 (2016) 年度には全体の 35.2% だったが、平成 30 (2018) 年度には 13.7 ポイント増加し、約半数の 48.9% を占めるまでになっている。【図表 9】

ウ 相談内容

- 平成 30 (2018) 年度においては、ハガキ等による架空請求が増加した影響を受け、「商品一般」に係る苦情相談が 6,908 件 (全体の 35.2%) と最も多くなっている。次いで、パソコンやスマートフォンに関連した通販や架空請求・不当請求などの「放送・コンテンツ等」に係る苦情相談が 2,280 件 (全体の 11.6%) となっており、「商品一般」に係る苦情相談と合わせると、全体の 46.8% を占めている。【図表 10】
- 年代別にみると、40 歳代までにおいては「放送・コンテンツ等」に係る相談が最も多く、50 歳以上においては「商品一般」に係る相談が最多となっている。【図表 11】

(2) 消費者教育の状況 (「若年者における消費者教育実態調査」から)

ア 消費生活に関する若年者の意識

- 実際に被害に遭ったり、勧誘などを受けたりしたことがある生徒は 12.9% であるが、消費者トラブルに対して「不安である」又は「どちらかという不安である」と回答した生徒は 66.2% と、危機意識をもっている生徒は多い。【図表 12、13】
- 成年年齢引下げに関する知識、消費生活センター等の相談先、未成年者取消権等の救済制度については、十分に認知されているとは言い難い状況にある。【図表 14~16】
- 「消費者市民社会」及び「エシカル消費」については、言葉の認知度は低いものの、環境配慮や地産地消などエシカル消費に分類される消費行動の傾向がみられる。【図表 17、18】

イ 学校における消費者教育の実施状況

- 在校期間における消費者教育に関する授業の実施時間数については、高等学校等では6時間と回答した学校が11校と最も多く、7時間及び8時間と回答した学校と合わせると高等学校等全体の42.6%を占めている。【図表19】
- 消費生活に関する授業について、「役に立った」又は「どちらかという役に立った」と回答した生徒は79.4%に上り、消費者教育において、学校の授業は有効な手段の一つであることがわかる。【図表20】
- 消費生活に関する授業の実施に当たっては、66.7%の学校が授業時間の不足を課題に挙げており、学校の授業だけで十分な消費者教育を行うことは困難な状況にある。【図表21】

4 取り組むべき課題の整理

前述の消費生活を取り巻く現状を踏まえて、次のとおり取り組むべき課題を整理する。

(1) 民法改正による成年年齢の引下げ

- ・未成年者取消権の対象から外れることによる消費者被害の増加
- ⇒ 高校生期（消費者庁「消費者教育の体系イメージマップ」による。）における消費者教育の充実

(2) 高齢者世帯の単身化

- ・身近に相談する人がいない高齢者の被害の増加・深刻化
- ⇒ 地域における見守り体制の充実

(3) キャッシュレス化の進展

- ・キャッシュレス社会に対応した適切な支出管理
- ⇒ 金融教育の充実

(4) グローバル化の進展

- ・国境を越えた消費者トラブルの増加
- ⇒ 消費生活相談対応の充実
- ・外国人住民・外国人旅行者の増加
- ⇒ 外国人住民・外国人旅行者への相談先等の周知

(5) 消費生活における新たな動き

- ・SDGs（持続可能な開発目標）達成に向けた消費者意識の醸成
- ⇒ 自立した消費者の育成

(6) 消費者行政の動向

- ・市町における複雑化・多様化する相談内容への対応
- ⇒ 市町等との連携による効率的な消費者行政の執行

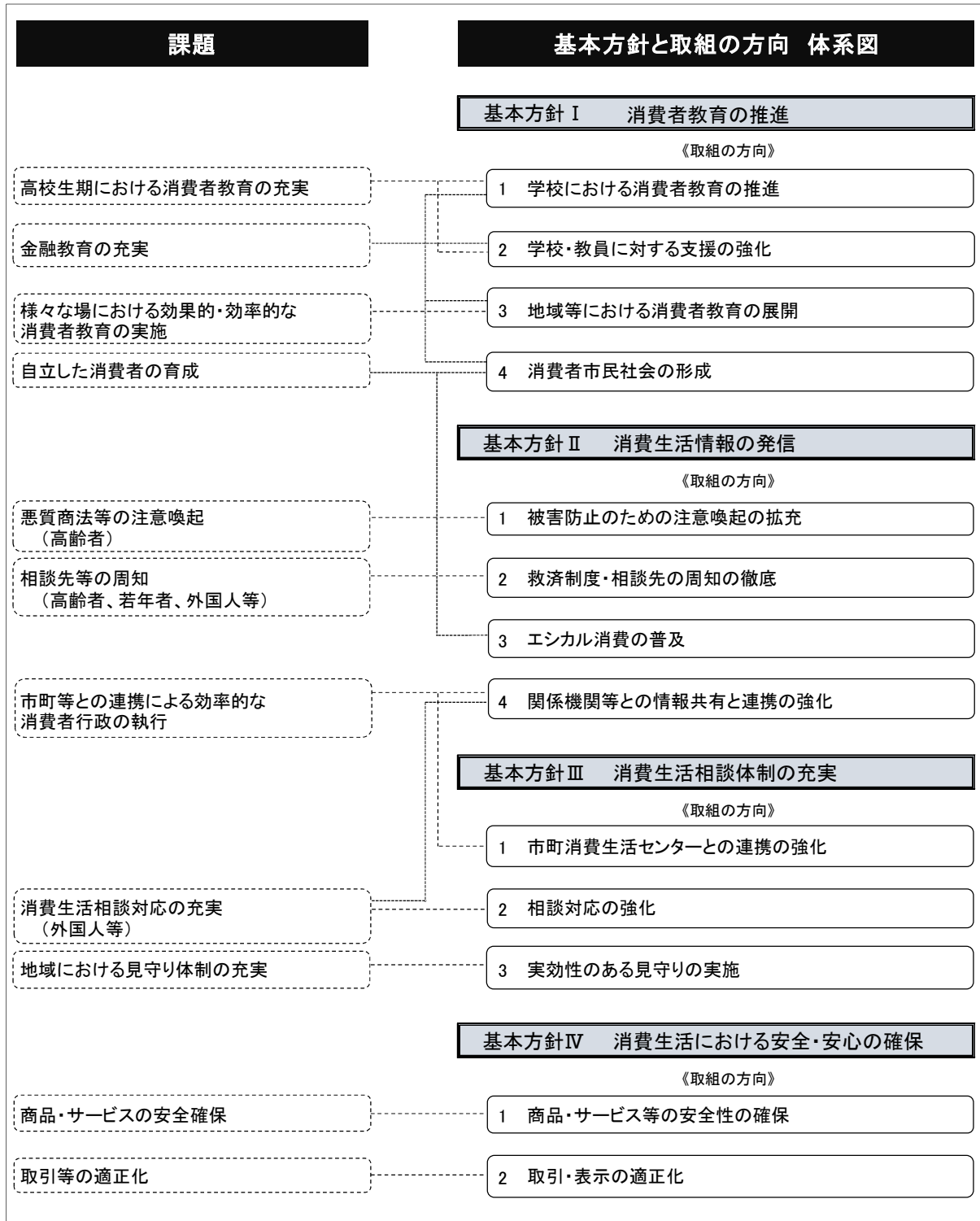
(7) 本県における消費生活相談の状況

- ・高齢者からの苦情相談の増加
- ⇒ 悪質商法等の注意喚起、高齢者への相談先等の周知、商品・サービスの安全確保、取引等の適正化

(8) 本県における消費者教育の状況

- ・若年者の消費生活に関する知識の不足
- ⇒ 若年者への相談先等の周知
- ・学校における限られた授業時間
- ⇒ 様々な場における効果的・効率的な消費者教育の実施

第3 消費者施策の基本方針と取組の方向



基本方針Ⅰ 消費者教育の推進

- ・小学生期から高校生期にかけては、学習指導要領に基づいて、契約などに係る実践的な消費者教育を推進するとともに、消費者教育を担う教員等に対して支援を行うことにより、「被害に遭わない消費者・合理的意思決定ができる消費者」を育成する。
- ・大学生、社会人又は高齢者など、体系的な消費者教育の機会がないライフステージにある消費者に対しては、地域や家庭、職域等の様々な場を活用して学びの機会を提供する。
- ・さらに、消費者教育の推進に当たっては、より良い社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成するという視点を加えて、消費者の自立を支援する。

〈取組の方向〉

- 1 学校における消費者教育の推進
- 2 学校・教員に対する支援の強化
- 3 地域等における消費者教育の展開
- 4 消費者市民社会の形成

基本方針Ⅱ 消費生活情報の発信

- ・消費者事故や製品のリコール情報等について、速やかに注意喚起を行うとともに、各種キャンペーンや啓発資料、様々なメディア等を活用して、救済制度・相談先の周知及びエシカル（倫理的）消費の普及に取り組む。
- ・消費者団体、事業者団体及び関係機関等と情報を共有し、連携・協働することにより、啓発等に係る施策推進の効果を高める。

〈取組の方向〉

- 1 被害防止のための注意喚起の拡充
- 2 救済制度・相談先の周知の徹底
- 3 エシカル消費の普及
- 4 関係機関等との情報共有と連携の強化

基本方針Ⅲ 消費生活相談体制の充実

- ・相談業務等について、県及び市町消費生活センターの役割分担を明確にした上で、県消費生活センターは「センター・オブ・センターズ（地域における中核的相談機関）」としての機能の充実を図り、市町消費生活センターと連携する。
- ・複雑化・多様化する相談内容に対応するため、消費生活相談員及び行政担当者の更なる資質向上に努めるとともに、弁護士などの専門家等との連携を図る。
- ・高齢者等の消費者被害を速やかに相談につなげるため、市町における高齢者等を見守る体制の充実について支援する。

〈取組の方向〉

- 1 市町消費生活センターとの連携の強化
- 2 相談対応の強化
- 3 実効性のある見守りの実施

基本方針Ⅳ 消費生活における安全・安心の確保

- ・商品・サービス等の安全性を確保するため、各事業者に対し、関係法令に基づいて監視・指導を実施する。
- ・法令に違反した取引を行う悪質な事業者に対しては、業務停止命令等の行政処分や行政指導を行うほか、事業者名の公表などを実施し、被害の拡大と再発を防止する。
- ・消費者が商品・サービス等を選択する際の重要な判断材料となる表示について、関係機関等と連携して監視指導を行い、制度の適切な運用を確保する。

〈取組の方向〉

- 1 商品・サービス等の安全性の確保
- 2 取引・表示の適正化

第4 計画の推進体制と進行管理

1 推進体制

計画の推進に当たっては、関係課室と連携し、関連計画との整合を図りながら、効果的かつ効率的に消費者施策を展開する。

また、計画において、本県消費者行政の基本方針及び取組の方向性を明示することにより、県民、市町及び関係団体等と認識を共有し、適切な役割分担のもと連携・協働する。

2 進行管理

毎年度、計画に掲げる消費者施策の実施状況を確認・検証する。

検証結果については、栃木県消費生活安定対策審議会（以下「審議会」という。）に報告し、意見聴取するとともに、県ホームページで公表する。

審議会で聴取した意見は、次年度以降の消費者施策に反映し、改善を図る。