

# 富山県消費者基本計画 骨子（案）について

## 1 計画策定の趣旨

本県では、消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年法律第 61 号）に基づき、2014（平成 26）年 12 月に、2014（平成 26）年度から 2018（平成 30）年度までの 5 年間の計画期間とする「富山県消費者教育推進計画」を策定しました。また、2019（平成 31）年 3 月には、2019（平成 31）年度から 2023（令和 5）年度までの 5 年間の※計画期間とする「とやま消費者プラン～富山県消費者教育推進計画～」に改定し、「被害にあわない、合理的意思決定ができる自立した消費者」や「自らの消費行動が社会経済情勢や地球環境に影響を与えることを自覚して行動できる消費者の育成」を目指し、消費者教育の推進に取り組んできました。

近年、高齢化の進行、高度情報化、消費生活におけるグローバル化の進展等により、消費者を取り巻く環境は大きく変化しており、消費者ニーズに対応した商品・サービスが提供され、消費者の選択の幅が拡大する一方、消費者被害が複雑化・多様化しています。特に、本県においては、高齢者を狙った悪質商法や特殊詐欺が多く、多くの方が被害に遭われています。

こうしたことを踏まえ、本県として、消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に対応した消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため、消費者教育推進計画の内容を包含する「富山県消費者基本計画」を策定します。

※国の第 5 期消費者基本計画の計画期間と合わせるため、とやま消費者プラン～富山県消費者教育推進計画～の計画期間を 1 年延長し、2024（令和 6）年度までとしています。

## 2 計画の位置づけ

富山県民の消費生活の安定及び向上に関する条例（昭和 55 年富山県条例第 40 号）第 4 条に基づき、県の消費者施策を総合的かつ計画的に推進するための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）第 10 条第 1 項に基づく都道府県消費者教育推進計画の位置づけを兼ねます。

### ■富山県民の消費生活の安定及び向上に関する条例第 4 条第 1 項

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、消費者施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

### ■消費者教育の推進に関する法律第 10 条第 1 項

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（「都道府県消費者教育推進計画」という。）を定めるよう努めなければならない。

## 3 計画期間

計画期間は、2025（令和 7）年度から、2029（令和 11）年度までの 5 年間とします。なお、期間中に情勢の大きな変化等が生じた場合は、必要に応じて見直すこととします。

## 4 基本理念

富山県民の消費生活の安定及び向上に関する条例第 3 条に規定する条例の基本理念「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」をこの計画の理念とします。

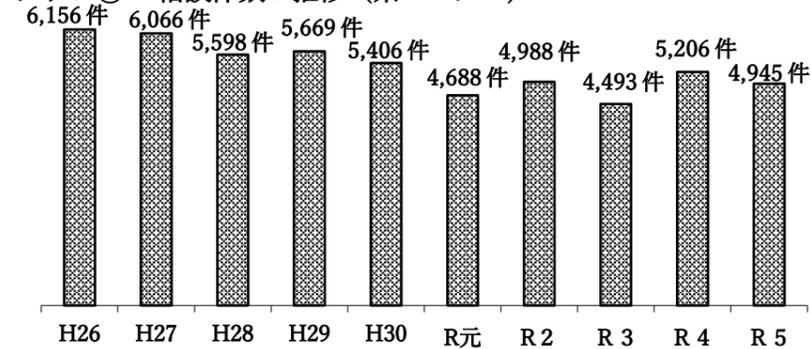
また、令和 4 年 2 月に策定された富山県成長戦略では、「収入や健康といった外形的な価値だけでなく、キャリアなど社会的な立場、周囲の人間関係や地域社会とのつながりなども含めて、自分らしくいきいきと生きられること、主観的な幸福度を重視した「真の幸せ」（ウェルビーイング）を目指すことが経済成長の目的であり、手段でもある。」とされ、成長戦略の核に据えていることから、消費者のウェルビーイングを基本理念とします。

- 消費者の権利の尊重
- 消費者の自立の支援
- 消費者がウェルビーイングを実感できる社会の実現

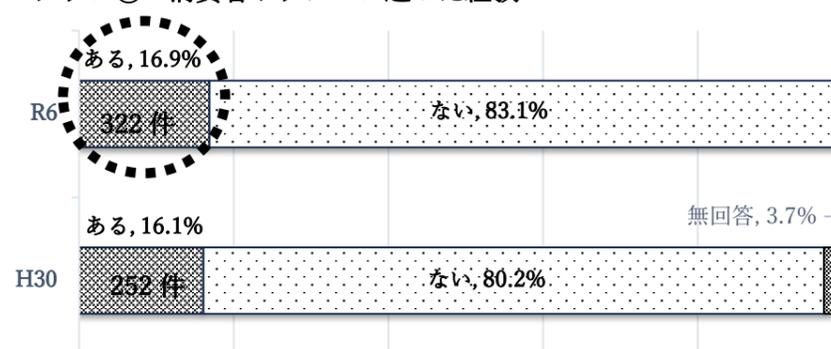
# 現状・課題

- 1 相談件数は減少傾向にあるが、高止まりの状態。消費者トラブルに遭った者の割合は、前回 H30 調査より若干増加（70 件増、0.8 ポイント増）
- 2 特殊詐欺被害に遭った方の 74% が 60 歳以上の者。今後、県内の高齢化は進み、令和 22 年度には 65 歳以上人口の割合が 39.1% と予想
- 3 全世代でインターネット通販が利用されており、そのうち、1 割以上の方が、トラブルを経験
- 4 令和 4 年に成年年齢が引下げられたが、18 歳～19 歳の相談件数は成年年齢引き下げ前と同水準で推移している
- 5 環境等を考慮して商品を購入する人の割合は全体の 51%（前回 H30 調査より 14 ポイント上昇）。若者世代における取り組みが低い
- 6 約 7 割以上の者が、「インターネットによる消費者トラブル」「高齢者等の情報格差・情報リテラシー不足」を新たな課題への取り組みとして期待

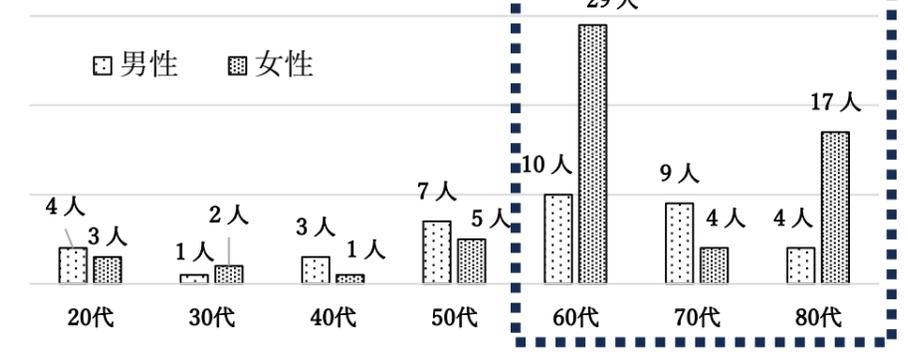
グラフ① 相談件数の推移（県センター）



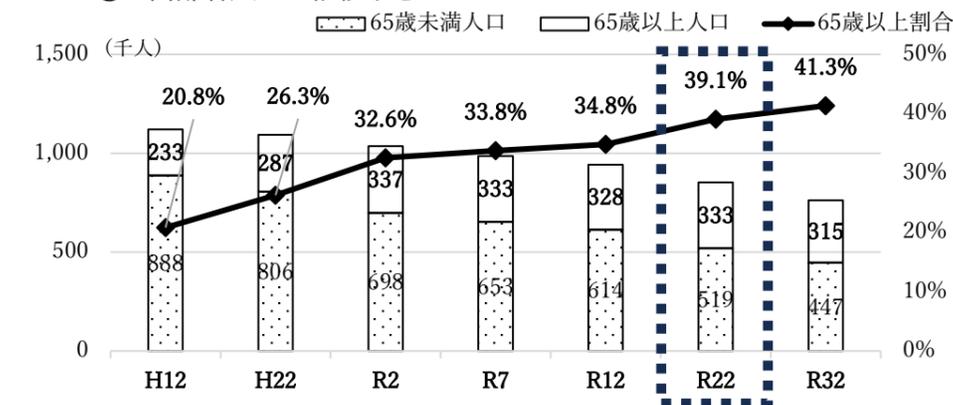
グラフ② 消費者トラブルに遭った経験



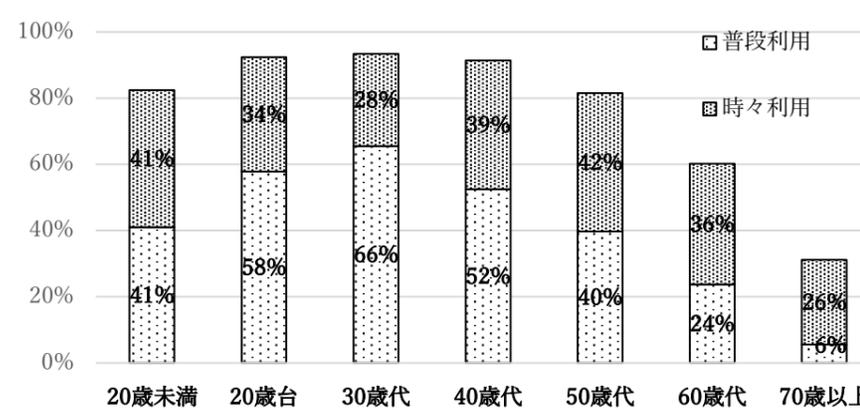
グラフ③ 特殊詐欺被害者数 (R5)



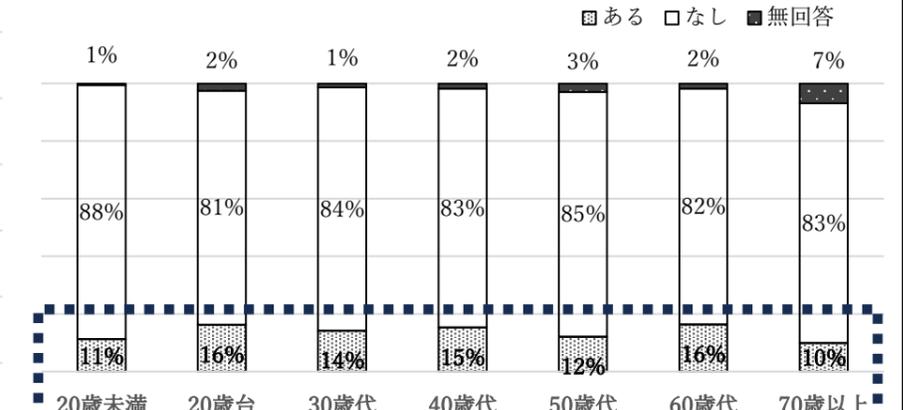
グラフ④ 高齢者人口の推移予想



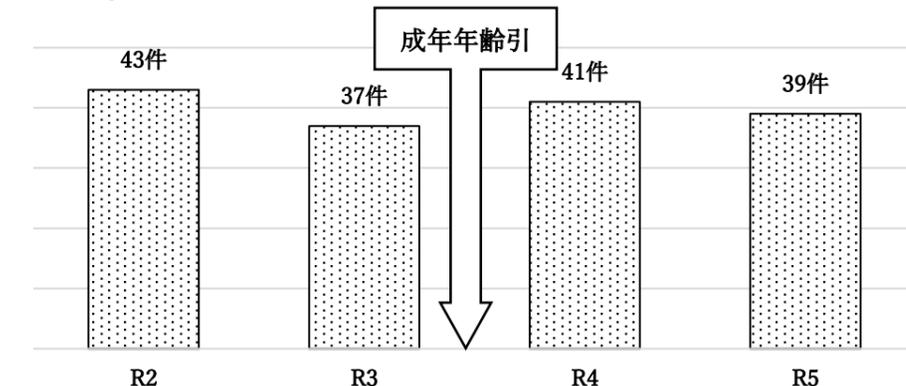
グラフ⑤ インターネット通販の利用状況 (R5)



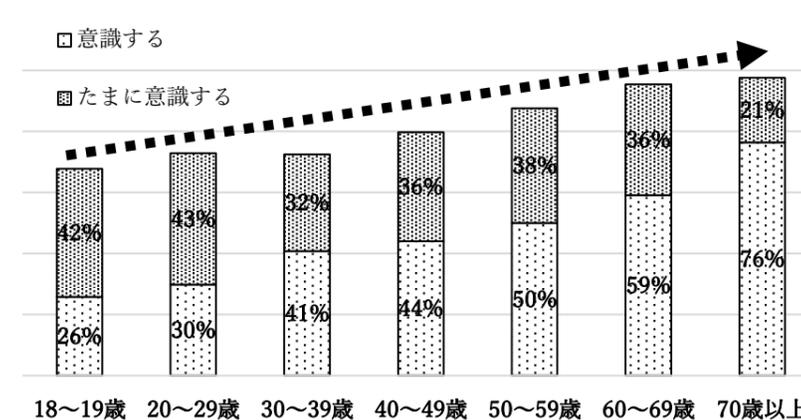
グラフ⑥ インターネット通販でのトラブル (R5)



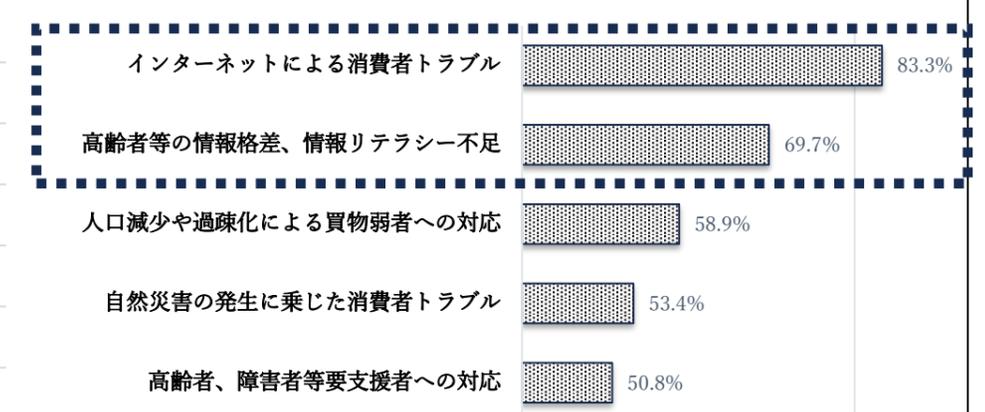
グラフ⑦ 18・19歳の相談件数



グラフ⑧ 環境等を考慮して商品を購入する人の割合 (R6)



グラフ⑨ 新たな課題への対応 (R6)



# 富山県消費者基本計画 骨子（案）

**基本理念** 消費者の権利の尊重 / 消費者の自立の支援 / 消費者がウェルビーイングを実感できる社会の実現

## 基本方針1 消費生活における安全・安心の確保

### (1) 商品、サービス、取引の安全・安心

- ① **商品、サービス、取引の安全・安心の推進**  
(具体的取組：商品等による危害の防止、商品等の規格・表示等の適正化、特殊詐欺による被害の防止、機能性表示食品等を含む食の安全 等)
- ② **事業者に対する適正な指導、苦情処理・紛争解決の促進**  
(具体的取組：法令等に基づく調査体制の強化と事業者指導、解決困難な事案に係るあっせん又は調停等の実施 等)
- ③ **生活関連物資の確保**  
(具体的取組：地震等緊急時における生活関連物資の供給要請、高齢者・障害者等いわゆる買い物弱者への対応 等)

### (2) 効果的な情報収集・発信

- ① **消費者被害情報の収集と積極的な情報発信**  
(具体的取組：商品・サービスの安全性に関する情報提供、特殊詐欺被害防止に関する情報提供、不当な取引行為（契約の勧誘及び契約、契約の内容、債務の履行、契約の解除、与信契約に関する不当な行為、インターネット取引に係るトラブル等）に関する情報発信、生活関連物資安定供給のための価格等情報提供 等)
- ② **地震等緊急時における必要な情報発信**  
(具体的取組：地震等緊急時における正確な情報発信、地震等緊急時に乗じた消費者トラブルへの対応 等)

### (3) 相談体制の充実と関係機関との連携強化

- ① **相談体制の充実**  
(具体的取組：消費生活相談体制の充実強化、消費生活相談窓口の積極的な広報、相談を担う人材の確保及び資質向上、消費生活相談のデジタル化、多言語化など外国人向け対応の強化等)
- ② **関係機関との連携強化**  
(具体的取組：市町村との連携、消費者団体及び福祉団体等との連携、弁護士会・司法書士会等の専門機関との連携、特殊詐欺被害防止のための警察等関係機関との連携強化、消費者団体の活動の促進、地域の見守りネットワーク構築（消費者安全確保地域推進協議会設置）の促進、多重債務対策 等)

## 基本方針2 消費者教育の推進と人材（担い手）育成

### (1) ライフステージに応じた様々な場における消費者教育

- ① **学校等における消費者教育の推進**  
(具体的取組：学習指導要領に基づいた消費生活に係る学習の履修、成年年齢引き下げに対応した消費者教育の推進、弁護士等による消費生活出前講座の実施、教育機関との連携強化等)
- ② **地域社会、家庭、職域における消費者教育の推進**  
(具体的取組：ライフステージに応じた出前講座の実施、高齢者及び障害者等要支援者への消費者教育の実施、インターネットを活用した広報・情報提供の充実、消費者教育を実施する関係機関との連携 等)

### (2) 消費者教育の人材（担い手）の育成・活用

- ① **地域人材の育成・活用**  
(具体的取組：消費者教育を担う人材育成、消費者教育を行う団体及びグループへの支援 等)
- ② **小・中・高等学校等の教職員の指導力の向上**  
(具体的取組：職員向け研修会の開催、実践事例及び消費者教育情報の提供、実用的な教材の提供 等)

### (3) デジタル社会等に対応した消費者教育の推進

- ① **消費行動におけるデジタルリテラシー（活用能力）の向上**  
(具体的取組：学校等におけるデジタルリテラシーの向上、地域等におけるデジタルリテラシーの向上、高齢者におけるデジタルリテラシーの向上 等)
- ② **金融経済教育の推進**  
(具体的取組：学校における金融経済教育の実施、金融知識の普及啓発 等)

## 基本方針3 持続可能な社会の実現

- ① **人や社会、環境、地域などに配慮した消費行動の推進**  
(具体的取組：エシカル消費の実践につながる普及啓発、家庭における食品ロスの実践、3R（リデュース・リユース・リサイクル）によるごみの削減 等)
- ② **事業者との連携・協働**  
(具体的取組：事業系食品ロスの削減、環境保全への配慮、カスタマーハラスメントの防止、消費者志向経営の普及啓発 等)

# 富山県消費者基本計画骨子（案）に関連する条例等の内容

県計画骨子(案)	○富山県民の消費生活の安定及び向上に関する条例 ○富山県消費者教育推進計画（平成31年度～令和6年度）	○第5期消費者基本計画素案（R6.10.29 消費者庁公表）
<p><b>基本方針1</b> 消費生活における安全・安心の確保</p> <p>(1) 商品、サービス、取引の安全・安心</p>	<p><b>条例</b> 危害の防止（7～8条の2） 消費者の生命・身体・財産に危害を及ぼす恐れのある商品等を排除するための施策の実施</p> <p><b>条例</b> 規格、表示、広告、計量、包装、容器の適正化（9～13条） 消費者が商品等の内容や取引条件を容易に識別し又は適切な使用ができるよう必要な事項の表示等を義務付ける施策の実施</p> <p><b>条例</b> 不当な取引行為の禁止（14～16条の2） 事業者と消費者との間の取引形態が複雑、多様化する中で、事業者による不当な行為を規制するための施策の実施</p> <p><b>条例</b> 不当な取引行為に関する調査（15条、32条） 不当な取引行為を行っていると思われる事業者に対し、立入調査を含む必要な調査を実施</p> <p><b>条例</b> 生活関連物資の確保（25～28条） 県民の生活に欠かせない物資について、円滑な流通や価格の安定を図るための施策の実施（生活関連物資の供給等の要請、特別調査、売渡しの勧告）</p> <p><b>条例</b> 消費者苦情の処理（20条） 消費者から消費者苦情の申出があったときは、その内容を調査し、必要があると認めるときは、あつせんその他の必要な措置を講じる</p>	<p><b>第2章 - 2. 目指すべき社会の姿</b> (1) 消費者が信頼できる公正・公平な取引環境の確保 ① 悪質事業者の市場からの排除（素案P.13に記載。以下、同じ。） ・消費被害が拡大するおそれがある場合には被害の発生・拡大を防止 他 ② ソフトな手法の活用（P.14） ・隙間分野や新たな分野等について、ガイドライン等によるソフトな手法も活用 ③ 事業者の自主的な規律の整備（P.14） ・事業者自らが遵守すべき規律を策定 他 (2) 全ての世代における消費者力の実践 ③ 相談・苦情処理体制の整備・強化（P.16） ・消費者ホットライン188等の強化と事業者における苦情処理の体制整備 ・ADR・ODRを通じた消費者トラブルの解決を行う仕組みの構築</p> <p><b>第4章 - 2. 消費者の安全及び自主的かつ合理的な選択・自律的な選択の機会の確保</b> (1) 消費者の安全の確保 ① 消費者の安全・安心の確保（P.35） ・生命身体事故等について、消費者安全調査委員会の事務局の専門性や情報発信力を強化、適格かつ迅速に調査を行い、再現防止策を提言し報告書等を公表 他 ② 子供の安全の確保（P.37） ・改正した製品安全4法を着実に施行 他 ③ 機能性表示食品等に関する当面の対応（P.38） 【当面の対応】 ・紅麹関連製品への対応に関する関係閣僚会合「取りまとめ（令和6年5月）」に基づき、GMP（適正製造規範）の要件化に当たっての体制整備 他 (2) 消費者の自主的かつ合理的な選択・自律的な選択の機会の確保 ① 公正な取引環境の確保（P.40） ・消費者安全法に基づく消費者に対する注意喚起、関係機関への情報提供等 他 ② 悪質商法・隙間ビジネス（P.41） 【消費者被害の防止に向けた取組】 ・特定商取引法・預託法を厳正かつ適切に執行 他 【デジタルを用いた不適当な勧誘】 ・特定商取引法における、最終確認画面において定期購入でない人に誤認させるような表示等を禁止する等の規定の周知 他 【マルチ商法・悪質な勧誘、隙間ビジネス等への対応】 ・マルチ商法について、法令に違反する事実がある事業者に対し厳正に処分、必要に応じて予防策を含む対策の有効性を検討 他 【不動産関連トラブルへの対応】 ・賃貸住宅管理業の適正な運用を確保、消費者への情報提供 他 ③ 表示に関する制度の厳正な運用（P.43） ・景品表示法の適切な制度運用 ・緊急事態に便乗した不当表示事案に対し厳正に対処 ・家庭用品品質表示、住宅性能表示、省エネ性能表示の消費者への適切な周 他</p>

県計画骨子(案)	○富山県民の消費生活の安定及び向上に関する条例 ○富山県消費者教育推進計画（平成31年度～令和6年度）	○第5期消費者基本計画素案（R6.10.29 消費者庁公表）
		<p>④ 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討（P.44）</p> <p>【時代に即した食品表示への対応】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>食品表示懇談会で個別品目ごとの表示ルールを見直し、食品表示へのデジタルツールの活用について検討 他</li> </ul> <p>【適正な食品表示の確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>食品表示全体や産地情報の伝達の監視について、関係行政機関等との愛他で重層的かつ緊密な連携体制を維持して効率的・効果的に執行 他</li> </ul> <p>（3）消費者の紛争解決のための枠組みの整備（P.45）</p> <p>【消費者団体訴訟制度の更なる活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>消費者団体訴訟等支援法人制度を活用し、隣接分野と適格消費者団体等の連携促進、専門的知見の活用等の団体支援、環境整備 他</li> </ul>
<p>（2） 効果的な情報収集・発信</p>	<p><b>条例</b> 安全性の試験等（7条） 消費者の生命、身体又は財産の安全を確保するため必要があると認めるときは、試験、検査又は調査の経過及び結果に関する情報を県民に提供</p> <p><b>条例</b> 緊急危害防止措置（8条の2） 商品等がその欠陥により消費者の生命、身体又は財産に重大な危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある場合、当該危害の内容、当該商品等の名称、これを供給する事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な情報を県民に提供</p> <p><b>条例</b> 不当な取引行為に関する情報提供（16条の2） 事業者が行う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、緊急の必要があると認めるときは、当該不当な取引行為の内容、当該不当な取引行為を行った事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な情報を県民に提供</p> <p><b>条例</b> 生活関連物資の情報の収集及び提供（24条） 生活関連物資の需給の状況及び価格の動向等について、情報を収集するとともに、必要な情報を県民に提供</p>	<p><b>第4章 - 1. 消費生活を取り巻く最近の課題への対応</b></p> <p>（5）エネルギー・食料危機と自然災害の激甚化・頻発化への対応</p> <p>【災害便乗等への対応】（P.35）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>災害に便乗した悪質商法に関する消費者への注意喚起を実施</li> <li>特定商取引法に違反する事実があれば法と証拠に基づき厳正に対処</li> <li>災害の規模や地方公共団体の意向等を踏まえて、消費者庁・国民生活センター・都道府県が連携して必要な支援を実施</li> </ul>
<p>（3） 相談体制の充実と関係機関との連携強化</p>	<p><b>条例</b> 消費者団体の活動の促進（35条） 県民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を実施</p>	<p><b>第3章 - 1. 行政の役割</b></p> <p>（2）地方消費者行政の推進</p> <p>① 人口減少・高齢化、デジタル化に対応した地方消費者行政の方向性（P.21）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>デジタル技術の活用による消費生活相談業務の効率化・高度化等により、消費生活相談体制の強化を促進するとともに、消費生活上特に配慮を要する消費者への見守り活動の充実等を促進 他</li> </ul> <p>② 消費生活相談体制の充実（P.21）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>市町村における消費生活相談の機能維持・強化を引き続き促進（消費生活相談員の確保、研究の充実等による技能向上等）他</li> </ul> <p>③ 地域における見守り活動、消費者教育の充実（P.23）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>消費者安全確保地域協議会の活性化や見守り活動の充実を地域の実情に応じて促進 他</li> </ul> <p>④ 地方消費者行政予算の拡充の促進と国の支援の充実（P.24）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地方の自主財源の拡充を促進、国の支援を適切に組み合わせることで地方消費者行政の機能維持・拡充につなげる</li> </ul>

県計画骨子(案)	○富山県民の消費生活の安定及び向上に関する条例 ○富山県消費者教育推進計画（平成31年度～令和6年度）	○第5期消費者基本計画素案（R6.10.29 消費者庁公表）
		<p><b>第4章 - 1. 消費生活を取り巻く最近の課題への対応</b></p> <p>(3) 社会構造の変化への対応</p> <p>【配慮を要する消費者への対応】(P.30)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>見守りネットワークの設置・活動の手引きや福祉との連携、構成員間の情報共有による実効性確保の取組等の情報提供、モデル事業の実施、消費生活協力員・協力団体の養成講座の実施、地方公共団体の現場への働きかけ等 他</li> </ul> <p>【見守りネットワークの活用】(P.31)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>見守りネットワークの設置の促進、担い手の確保、優良事例の収集・横展開等を通じて地方公共団体を支援 他</li> </ul> <p>【成年後見制度等の活用】(P.32)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>成年後見制度の利用促進のための継続的な周知・広報 他</li> </ul>
<p><b>基本方針2</b> 消費者教育の推進と人材（担い手）育成</p> <p>(1) ライフステージに応じた様々な場における消費者教育</p>	<p><b>条例</b> 消費者への啓発活動及び消費者教育の推進等（17～18条）</p> <p>消費生活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推進するとともに、消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を実施</p> <p><b>教育推進計画</b> ライフステージに応じた様々な場における消費者教育</p> <p>(1) 学校</p> <p>ア 小学校・中学校・高等学校・特別支援学校</p> <p>民法の成年年齢の引下げを踏まえ、新学習指導要領に基づき充実した消費者教育を行うとともに、消費者被害の防止や自立した消費者の育成に向け、外部講師等を活用した出前講座を拡充</p> <p>イ 大学・専門学校等</p> <p>入学時等なるべく早い段階に、契約に関する基礎知識等について啓発を行うよう努める</p> <p>(2) 地域社会</p> <p>ア 高齢者等への消費者教育と見守りネットワークの活用</p> <p>地域住民や福祉関係者等による高齢者や障害者の見守り活動を推進。身近な地域における消費生活講座や、高齢者等の見守りを行う福祉関係者等関係者に対する研修を開催</p> <p>イ 成人一般への消費者教育</p> <p>身近な地域において、一般の成人が日程や時間を気にせず教育を受けられるよう、消費生活出前講座の拡充、インターネットを活用した広報、情報提供を充実</p> <p>(3) 家庭</p> <p>PTAや保護者会等保護者向け講座や親子参加の講座の開催など家庭向け啓発を実施</p> <p>(4) 職域</p> <p>事業の形態や分野、その事業者の実情や特性に応じて、従業者に対する消費者教育を推進するため、消費者関連情報を提供するとともに、事業者による消費者教育の取組みを支援</p>	<p><b>第2章 - 2. 目指すべき社会の姿</b></p> <p>(2) 全ての世代における消費者力の実践</p> <p>① 消費者市民社会の実現 (P.15)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「気づく力、断る力、相談する力、周囲に働きかける力」(消費者力)を身に付けて実践することで、自立した消費者力が育成される</li> <li>消費者が主体的に学び、考え、行動することで、悪質な消費者被害の未然防止が図られる</li> <li>より良い市場とより良い社会の発展に積極的に関与するという消費行動がSDGsの達成に貢献し、国際協調にもつながる</li> <li>2030年以降の国際的な持続可能性に関する議論の動向も注視しつつ、日本型「ウェルビーイング」を拡げていく</li> </ul> <p>【本計画期間中の目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>消費者が消費者市民社会の一員として健全な市場形成に参加する意識の醸成（再掲）</li> <li>全ての消費者がライフステージに応じた体系的かつ継続的な消費者教育を受ける環境の整備</li> <li>配慮を要する消費者の支援対策の構築</li> </ul> <p>【2040年に向けた目標】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>全ての消費者が、誰一人取り残されることなく、安心して安全な消費活動を行うことができる社会の構築</li> </ul> <p><b>第3章 - 1. 行政の役割</b></p> <p>(2) 地方消費者行政の推進</p> <p>③ 地域における見守り活動、消費者教育の充実 (P.23)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>各地域の消費者行政部局・消費生活センターにおいて、法教育、金融経済教育、情報教育等の消費者教育と密接に関連する分野との連携強化を図りながら、消費者教育を推進、消費生活センターは地域社会における消費者教育推進の拠点としての役割を果たす</li> </ul> <p><b>第4章 - 1. 消費生活を取り巻く最近の課題への対応</b></p> <p>(4) より良い社会の実現と国際協調への貢献への対応</p> <p>【消費者教育の推進】(P.33)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>消費者教育コーディネーター会議の実施等により、地方公共団体におけるコーディネーター機能を強化 他</li> </ul>

県計画骨子(案)	○富山県民の消費生活の安定及び向上に関する条例 ○富山県消費者教育推進計画（平成31年度～令和6年度）	○第5期消費者基本計画素案（R6.10.29 消費者庁公表）
(2) 消費者教育の人材 (担い手)の育 成・活用	<b>教育推進計画</b> 消費者教育の人材(担い手)の育成・活用 (1) 地域人材の育成・活用 高齢者の消費者トラブルの未然防止等のため、支援が必要な人を地域で支える環境づくりとともに、消費者団体・グループや事業者団体、地域団体等の消費者教育を担う新たな人材を育成し確保 (2) 消費生活センター・市町村消費生活相談窓口の機能強化 消費生活センターは、消費生活相談を受け、消費者被害を救済するだけでなく、商品・サービスの基礎知識や契約知識、最新の消費生活に関する情報を発信するなどの啓発活動の充実と消費者教育の拠点としての機能強化を図る (3) 小・中・高等学校等の教職員の指導力の向上 消費者教育について充実が図られた新学習指導要領の着実な移行等に向けた情報提供や教職員の指導力の向上を図る	
(3) デジタル社会等 に対応した消費者 教育の推進		<b>第2章 - 2. 目指すべき社会の姿</b> (2) 全ての世代における消費者力の実践 ② デジタルスキル、デジタルリテラシー、情報モラル等の向上 (P.15) ・ 消費者が率先して知識を習得し、自身がトラブルに巻き込まれることなく、かつ、他の消費者をトラブルに巻き込むことなく、デジタル技術の恩恵を享受できる ・ デジタルリテラシーを習得する環境にない消費者の存在等にも配慮がなされ、誰一人として取り残されない取組が推進される  <b>第4章 - 1. 消費生活を取り巻く最近の課題への対応</b> (1) デジタル技術の飛躍に対する対応 <b>【消費者の意思決定過程へのデジタル技術の介入を踏まえた対応】</b> (P.27) ・ 消費者の意思決定過程に介入する高度なマーケティング手法(フィルターバブルやエコーチェンバー等)やアテンション・エコノミー等について、情報提供等による消費者の知識の向上 他 <b>【取引デジタルプラットフォームにおける取引環境の整備】</b> (P.27) ・ 取引 DPF 消費者保護法の運用状況を踏まえ、同法に基づく取引 DPF 提供者の自主的な取組等の促進、関連する通信販売取引及び製品安全に関する規律の活用等により、取引 DPF を安心・安全な通信販売取引の「場」とする 他 <b>【AI 技術の適切な活用】</b> (P.27) ・ 「『AI 制度に関する考え方』について」等の政府方針に則り、有識者や事業者、消費者等の意見を踏まえつつ、AI 制度の在り方を検討 他 <b>【違法・有害情報等からの消費者利益の擁護】</b> (P.28) ・ 情報流通プラットフォーム対処法の着実な施行により、大規模プラットフォーム事業者に対し、削除対応の迅速化や運用状況の透明化を求める 他 <b>【決済サービスの多様化への対応】</b> (P.28) ・ キャッシュレス決済やクレジットカード決済について法令で講じた措置を適切に運用、法の施行状況について継続的に注視 他 <b>【デジタルリテラシー、金融リテラシー等の確保】</b> (P.29) ・ 金融経済教育推進機構(J-FLEC)における金融経済教育の推進、取組等の周知 ・ J-FLEC の認定アドバイザー制度において、要件に基づき適切に審査を実施、不適切な行為が発覚した場合には認定の取消しを含めて適切に対応し、消費者の立場に立ったアドバイスが提供される環境を確保 他

県計画骨子(案)	○富山県民の消費生活の安定及び向上に関する条例 ○富山県消費者教育推進計画（平成31年度～令和6年度）	○第5期消費者基本計画素案（R6.10.29 消費者庁公表）
<p><b>基本方針3</b> 持続可能な社会の 実現</p>	<p><b>条例</b> 資源及びエネルギーの有効利用（29条） 資源及びエネルギーの有効利用に関し、知識の普及、指導、情報その他必要な施策を実施</p> <p><b>教育推進計画</b> 環境や人、社会に配慮した消費行動の推進 消費行動の及ぼす影響力について理解を深め、環境や人、社会に配慮した消費行動（「エシカル（倫理的）消費」）を実践できるよう、概念の周知をはじめ実践事例の紹介、身近な取組みの体験など消費者の意識を醸成し、県民運動につなげる</p>	<p><b>第2章 - 2. 目指すべき社会の姿</b> <b>（3）持続可能で包摂的な社会の実現</b></p> <p>① 多様な「消費者の脆弱性」を踏まえた対応の充実（P.17）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 誰しものが脆弱な立場に陥るおそれがあるとして、個々の消費者の脆弱性を踏まえた対応が充実される 他</li> </ul> <p>② 持続可能な消費と生産の実現（P.18）</p> <p>i) 消費者と事業者の共創・協働</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 安全かつ安心な商品・サービスを提供する事業者に対する共感や応援の気持ちを、消費者が消費行動を通じて表していけるような取組が推進される 他</li> </ul> <p>ii) カスタマーハラスメント対策</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業者の問題行動等に対する申入れは、消費者の正当な権利の行使</li> <li>・ カスタマーハラスメントは就業環境を害する行為</li> <li>・ 消費者が適切な方法で正当な意見を伝えれば、消費者・事業者双方の信頼関係が構築される</li> </ul> <p><b>第3章 - 2. 事業者及び消費者の役割と期待</b> <b>（1）事業者の役割と期待（P.24）</b> <b>【事業者の役割】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 消費者と事業者は共創・協働するパートナー、消費者志向経営を行うことはより良き社会の実現につながる 他</li> </ul> <p><b>【事業者に対する様々な規制手法の考慮】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業者の悪質性の程度に応じた、消費者法のグラデーションが必要</li> </ul> <p><b>（2）消費者への期待（P.25）</b> <b>【消費者への期待】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 全ての消費者が脆弱性を有し、誰もが消費者トラブルに遭う可能性があることの認識 他</li> </ul> <p><b>【消費者団体との連携】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 消費者の埋もれがちな声の集約と表明、消費者教育の担い手等で重要な役割 他</li> </ul> <p><b>第3章 - 3. 行政、事業者、消費者の連携による持続可能な社会への実現（P.26）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業者は、持続可能な社会の実現に資する商品・サービスを提供</li> <li>・ 消費者は、持続可能な社会の実現に資する商品・サービスを進んで選択</li> <li>・ 事業者・消費者のこうした行動変容を推進するため、官民一体で広報</li> </ul> <p><b>第4章 - 1. 消費生活を取り巻く最近の課題への対応</b> <b>（4）より良い社会の実現と国際協調への貢献への対応</b> <b>【エシカル消費・消費者志向経営等の推進】（P.32）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ エシカル消費の更なる普及、有機農業等の環境に配慮した取組への理解と関心の増進 他</li> </ul> <p><b>【カスタマーハラスメント対策】（P.33）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 消費者が適切な意見の伝え方を身に付ける観点からの教育・啓発 他</li> </ul> <p><b>（5）エネルギー・食料危機と自然災害の激甚化・頻発化への対応</b> <b>【食育の推進】（P.33）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大人を対象に日々の消費行動をより健全なものへの転換する「大人の食育」を推進、消費者と生産者が直接つながる取組等を推進 他</li> </ul> <p><b>【食品ロスの削減】（P.34）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ」を推進し、2030年度までの2000年比で食品ロス削減半減目標を達成する 他</li> </ul>