

第2次 静岡県消費者行政推進基本計画（平成26年度～平成29年度）概要

第2章 消費者を取り巻く状況

消費者行政の状況

国：各種法整備・地方への財政支援等
 県：消費生活相談窓口の高度化・市町支援等
 市町：消費生活センターの設置・拡充等

第1次計画の成果と課題

「施策の展開の方向」及びその「成果と課題」	達成状況
1 自ら学び自立する消費者の育成 消費者が自主的に交渉できない内容の消費生活相談が増えており、自ら学び自立する消費者の育成がより一層必要	C
2 安全な商品・サービスの提供による安心の確保 食の安全に対する県民の信頼度は一定程度上昇しているが、更なる信頼度向上が必要	B
3 消費者被害の防止と救済 目標達成には至らなかったが、全市町が相談窓口を設置し、住民への対応は行われており、今後も相談対応力の強化が必要	D
4 環境に配慮した暮らしづくりの推進 消費者に浸透してきた3Rの取組とともに、地球温暖化防止の取組の一層の促進が必要	A

本県の消費者問題の状況

- 高齢者の相談は件数・構成比とも年々増加し、平均支払額は他の年代に比べて多額
- 若年層の相談はインターネット上のトラブルが特徴
- インターネットに関する相談事例が多様化
- 産地偽装や食材の不適切表示、放射能汚染問題などにより食の安全・安心への関心が高まる
- 商品・サービスの表示指導件数は年々増加
- 不当取引事業者の手口が多様化・巧妙化・広域化
- 多重債務問題の相談件数は減少しているが、精神面でのケアや生活再建が課題
- 環境に配慮した暮らしづくりの推進には、より一層の3Rや地球温暖化防止の取組の定着が必要

第3章 消費者施策の展開の方向

（★印は、重点的に取り組む事項）

1 自ら学び自立する消費者の育成

指標・消費者市民社会の考え方を意識した行動をとっている県民の割合
 ・県が実施する消費者教育講座の受講者数

- ①消費者啓発の強化
- ②暮らしに関する情報提供
- ★③消費者教育の推進

2 安全な商品・サービスの提供による安心の確保

指標・食の安全に対する県民の信頼度
 ・食品表示合同調査における適正表示の割合
 ・食品表示監視の件数

- ★①食の安全の確保
- ②製品等の安全の確保
- ③適正な取引の確保
- ④適正な表示の確保
- ⑤地産地消の推進と高品質な県産農林水産物の提供
- ⑥適正な計量の確保
- ⑦生活物資の供給状況の把握

3 消費者被害の防止と救済

指標・消費生活相談における平均既支払額
 ・県民から不当取引行為防止に向けた協力が得られた件数

- ★①消費者からの相談への対応と情報の提供
- ②苦情処理と紛争解決
- ③多重債務問題への対応
- ④不当な取引行為の防止
- ★⑤事業者に対する指導
- ⑥高齢者の取引の安全の確保
- ⑦若年層の取引の安全の確保
- ⑧障害のある人の取引の安全の確保
- ⑨外国人に対する相談体制の整備
- ⑩地域コミュニティの活性化

4 環境に配慮した暮らしづくりの推進

指標・一般廃棄物排出量（1人1日当たり）
 ・地球温暖化防止の県民運動参加人数

- ★①廃棄物の発生抑制
- ②資源循環の確保
- ③地球温暖化対策の推進

第4章 施策推進のための体制整備

1 多様な消費者問題に迅速に対応するための連携強化

- ①県庁内の連携体制
- ②国等との連携
- ③都道府県との連携
- ④市町との連携
- ⑤県民や消費者団体等からの意見の反映
- ⑥弁護士会・司法書士会等との連携
- ⑦消費者団体・NPO等との連携

2 県民生活センターの「センター・オブ・センタース」としての機能充実

- ①消費生活相談の対応力の強化
- ②市町相談窓口の支援
- ③事業者指導の早期・確実な実施
- ④地域の消費者教育の拠点化

消費者の権利の尊重

消費者の自立の支援

「ものづくり」の理想郷 “ふじの国”
 让消费者が調和し、よりよい商品・サービスが循環する地域社会

「ものづくり」に心を配り、よりよい消費生活づくりに参画する消費者

「ものづくり」において、消費者を第一に考え活動する事業者

よりよい消費生活づくりを支援する地域団体等