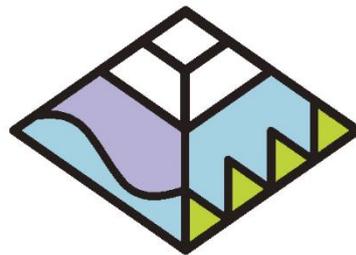




第2次山梨県消費者基本計画



YAMANASHI

令和3年3月

山梨県

目次

第1章 計画の策定にあたって	1
1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置付け	1
3 計画の期間	2
第2章 消費者行政を取り巻く現状と課題	3
1 消費者を取り巻く社会状況	3
2 「第1次山梨県消費者基本計画」の達成状況	13
3 消費生活相談の状況	14
4 消費者の意識	16
5 今後取り組むべき課題	19
第3章 消費者施策の基本方針と展開	21
1 計画の体系	21
2 重点施策	22
重点施策1	
相談体制の充実と連携の強化	
重点施策2	
高齢者被害防止のための見守り活動の推進	
重点施策3	
若者に対する消費者教育の充実	
重点施策4	
エシカル消費（倫理的消費）の促進	
3 施策の展開	23
基本方針1 商品やサービスの安全の確保	23
基本方針2 消費者と事業者との取引の適正化	27
基本方針3 消費者被害の防止と救済	29
基本方針4 消費者教育の充実	33
基本方針5 消費生活情報の発信	40
第4章 計画の推進	43
1 推進体制	43
2 進行管理	43
3 数値目標	44
参考資料	45

第1章 計画の策定にあたって

1 計画策定の趣旨

- 本県では、平成17年12月に、県民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的として、山梨県消費生活条例（平成17年条例第112号）を策定し、施策を推進してきました。
- その後、本県の消費生活相談に占める60歳以上の割合が増加傾向にあり、相談内容もスマートフォンなどの情報通信機器の普及による新たな消費者被害の発生などがみられたことから、消費者施策を総合的に推進するため、平成28年3月に、第1次山梨県消費者基本計画（以下、「第1次計画」という。）を策定しました。
- 第1次計画に基づき、どこに住んでいても質の高い支援・救済が受けられ、安全・安心が確保される体制整備を進め、平成29年には、27市町村中16市町村で週4日以上開設する消費生活センターが設置され、それ以外の市町村においても、消費生活相談窓口が設置され、消費者保護の基盤整備が進みました。
- 現行の第1次計画が、令和2年度で計画期間を終了することから、これまでの計画の達成状況や、消費生活に与える社会状況の変化を踏まえ、第2次山梨県消費者基本計画を策定することとしました。

2 計画の位置付け

- この計画は、山梨県消費生活条例第8条の2の規定に基づき、県民の消費生活に関する施策について計画的な推進を図るために策定する計画です。
- 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条に基づき、国の基本方針を踏まえて策定する「消費者教育推進計画」として位置付けるものとします。
- 関連する山梨県他の計画との整合も十分図りながら、効果的な計画推進を図ります。

【関係法令等】

- 山梨県消費生活条例第8条の2
知事は、消費者施策の計画的な推進を図るため、消費者施策に関する基本的な計画（消費者基本計画）を策定するものとする。
- 消費者教育推進法第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）を定めるよう努めなければならない。

【関連する他の計画】

- 第2次山梨県食の安全・安心推進計画（H29～R3）
- 第4次やまなし食育推進計画（R3～R7）
- 健康長寿やまなしプラン（R3～R5）
- やまなし障害児・障害者プラン2021（R3～R5）
- 健やか山梨21（第2次）（H25～R4）
- 山梨県地球温暖化対策実行計画（H29～R12）
- 山梨県プラスチックごみ等発生抑制計画（R2～R6）
- やまなし森林整備・林業成長産業化推進プラン（R2～R11）
- やまなし農業基本計画（R1～R4）
- 新やまなし水産振興計画（R1～R4）
- 山梨県教育振興基本計画（R1～R5）
- やまなし教員等育成指標（H30～）

3 計画の期間

- 計画の計画期間は、2021（令和3）年度から2025（令和7）年度までの5年間とします。
- なお、社会経済状況の変化等に対応し、必要に応じてこの計画を見直すこととします。

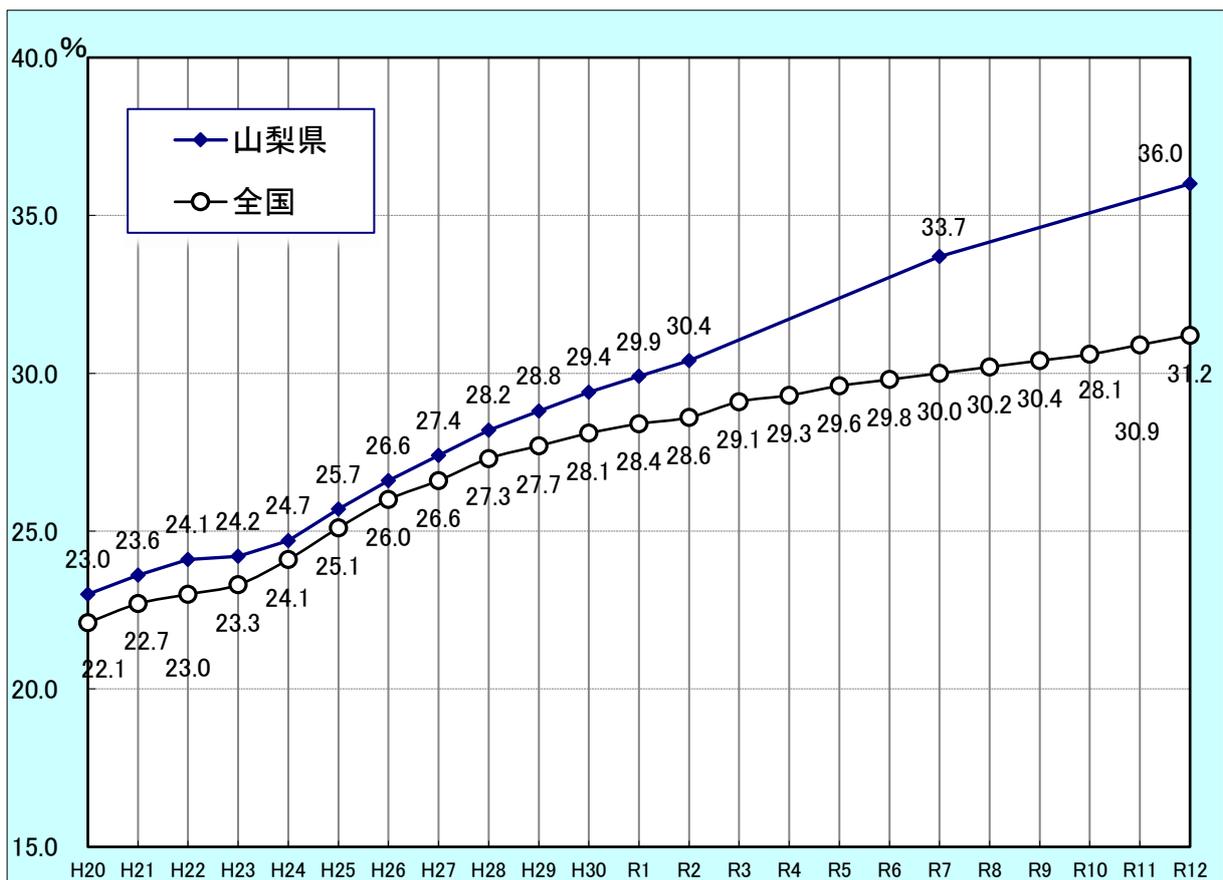
第2章 消費者行政を取り巻く現状と課題

1 消費者を取り巻く社会状況

(1) 高齢化、在宅ひとり暮らし高齢者の増加

- 全国的に少子高齢化が進んでおり、本県においても同様の傾向が見られます。「令和2年度高齢者福祉基礎調査」によると令和2年度の山梨県の高齢化率は、30.4%で全国の高齢化率（28.6%）と比べると1.8ポイント高く、今後も全国より高齢化が早く進むことが予測されています。（図表1）

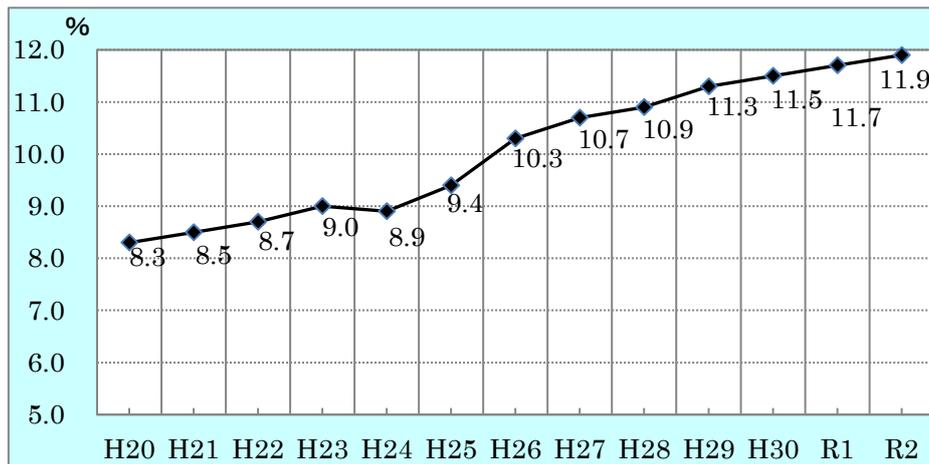
【図表1 全国と山梨県の高齢化率の推移と見込み】



出典：令和2年度高齢者福祉基礎調査概要

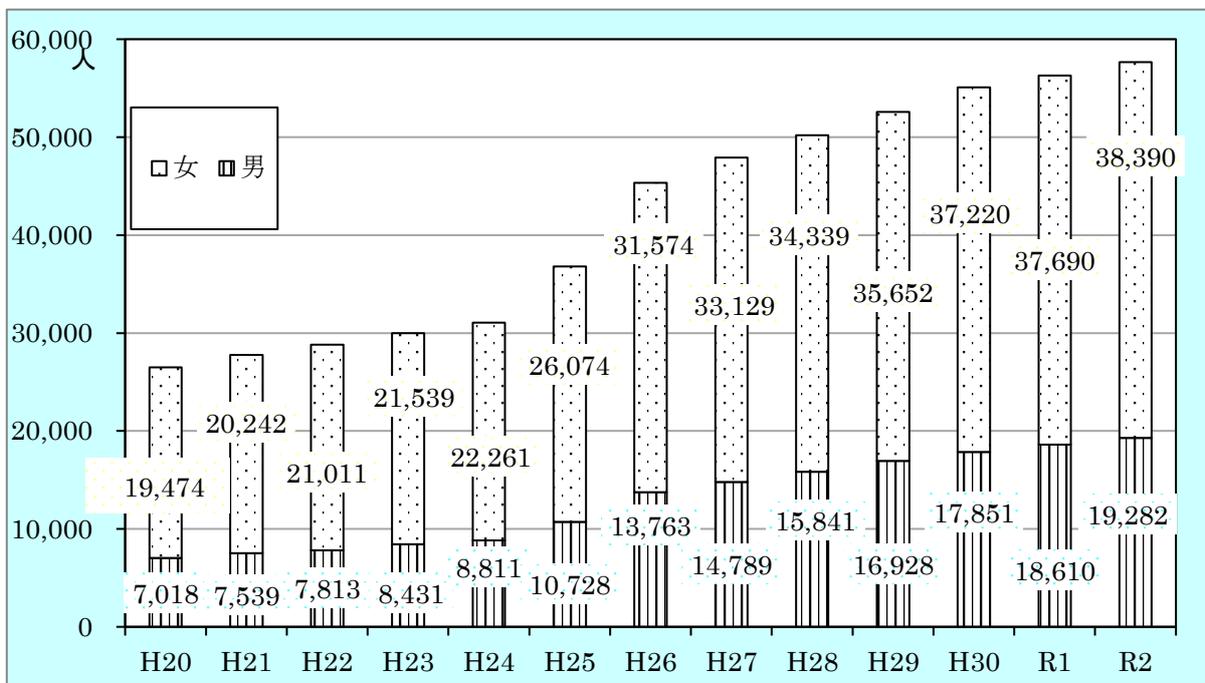
- 夫婦共に65歳以上の高齢夫婦世帯は、令和2年度において県総世帯数の11.9%を占めており平成24年度以降年々増加しています。更に、65歳以上の高齢者249,709人のうち57,672人が在宅ひとり暮らしとなっており（高齢者人口比23.1%）、こちらも年々増加しています。（図表2、3）

【図表2 高齢者夫婦世帯の県総世帯に対する割合の推移】



出典：令和2年度高齢者福祉基礎調査概要

【図表3 在宅ひとり暮らし高齢者数の推移】

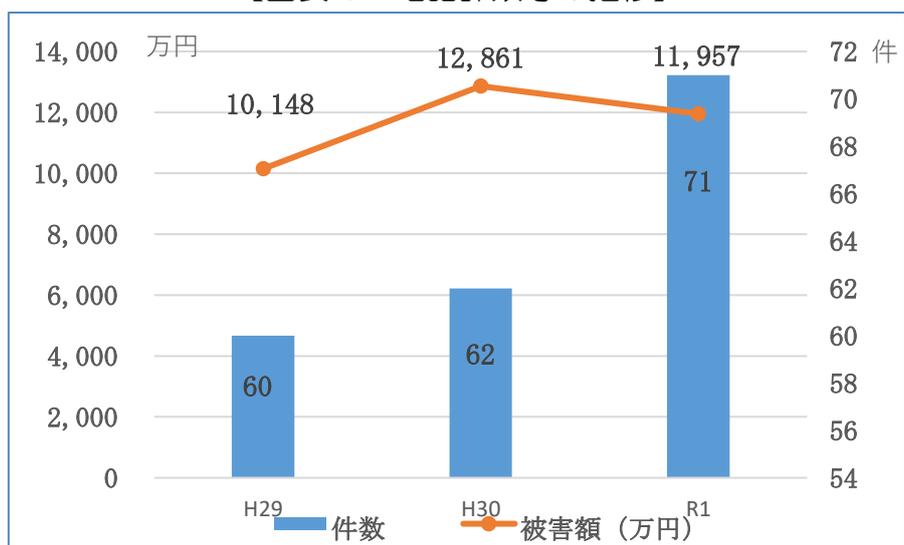


出典：令和2年度高齢者福祉基礎調査概要

○ 山梨県警察本部によると、電話詐欺等の認知件数と被害額はH29年度以降増加傾向にあり、だましの手口も巧妙化かつ多様化しています。

そのような状況の中、県民が一丸となって電話詐欺等による被害の防止に取り組み、被害の撲滅を目指すため2020（R2）年3月「山梨県電話詐欺等被害撲滅に関する条例」が制定されました。（図表4、5）

【図表4 電話詐欺等の推移】



出典：山梨県警察本部調べ

【図表5 電話詐欺等の認知件数と被害金額】

○ 電話詐欺認知件数

(単位：件)

認知件数	H29 (1-12月)	H30 (1-12月)	R1 (1-12月)
合計	60	62	71
オレオレ	30	32	53
架空請求	21	21	11
融資保証金	3	5	0
還付金	6	1	0
その他	0	3	1
類似窃盗			6

※類似窃盗の計上は令和元年から

○ 電話詐欺被害金額

(単位：万円)

被害金額	H29 (1-12月) (万円)	H30 (1-12月) (万円)	R1 (1-12月) (万円)
合計	10,148	12,861	11,957
オレオレ	7,042	4,260	7,734
架空請求	2,335	7,292	2,462
融資保証金	227	835	0
還付金	544	50	0
その他	0	424	1,115
類似窃盗			646

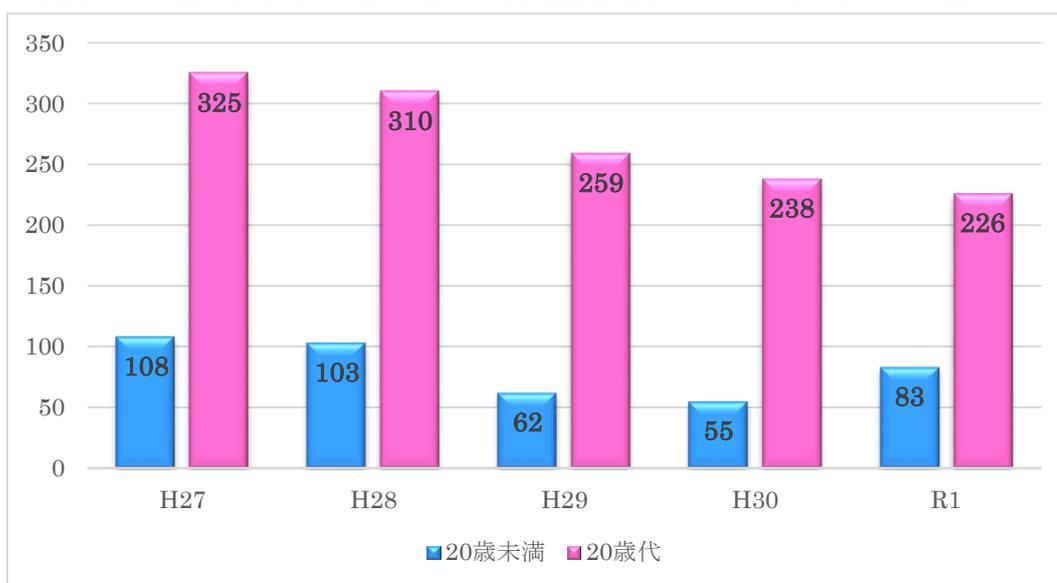
※類似窃盗の計上は令和元年から

出典：山梨県警察本部調べ

(2) 民法改正による成年年齢引下げ

- 2018（H30）年6月に「民法の一部を改正する法律」が成立し、2022（R4）年4月から、民法の成年年齢が20歳から18歳に引き下げられます。このため、高校3年生もしくは高校卒業直後の若年者が成人となり、未成年者取消権^{注)}の適用を受けられないこととなります。
- 近年は若年者を中心に、ソーシャルネットワーキングサービス（以下、「SNS」という。）の利用が増加しており、SNSをきっかけとした悪質商法の勧誘も増加しています。
- 20歳前後の相談件数を見てみると、令和元年度において契約当事者が、20歳未満の相談件数は83件、20歳代の相談件数は226件となっており、成人になってからの相談件数が大幅に増加しています。（図表6）

【図表6 20歳前後の者からの消費生活相談件数の推移】（単位：件）



出典：県民生活センター業務概要より作成

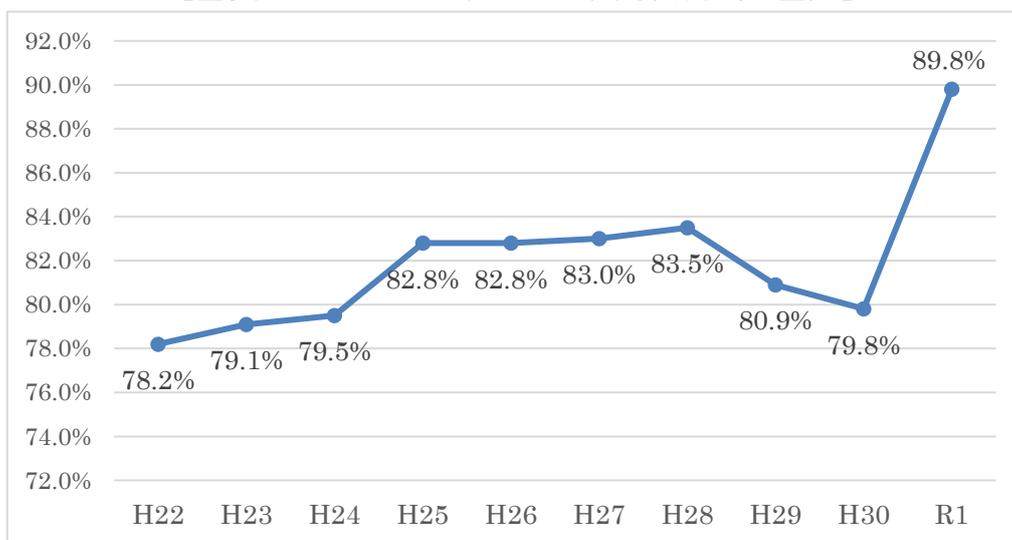
注) 未成年者取消権

未成年者がする契約は、父母など法定代理人の同意が必要で、法定代理人の同意がない契約は取り消すことができる。取り消しの意思表示は、未成年者自身または法定代理人のどちらでも可能。

(3) デジタル化の進展

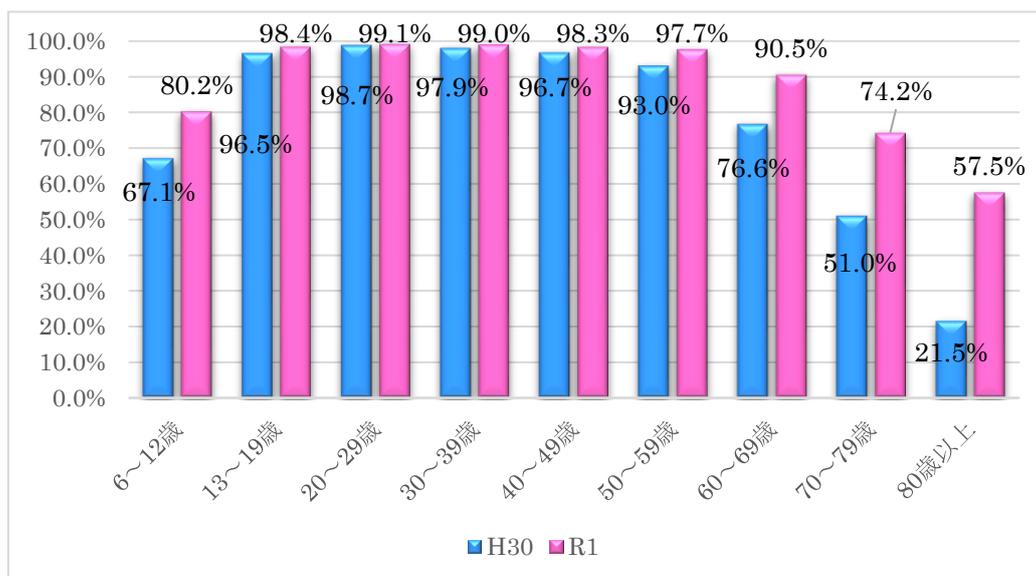
- 情報通信技術の発達によりインターネットは急速に普及し、パソコン、スマートフォン、タブレット型端末等の情報通信機器も発達しました。総務省の「令和元年度通信利用動向調査」によるとインターネット利用者の割合は、令和元年度89.8%と9割に迫っており、特に、6～12歳及び60歳以上の年齢層での利用割合が前年度と比べて大幅に伸びています。若者中心であったインターネット利用が、小さな子どもから高齢者まで幅広い世代に広まっています。(図表7、8)

【図表7 インターネットの利用状況（全国）】



出典：総務省「令和元年度通信利用動向調査」より作成

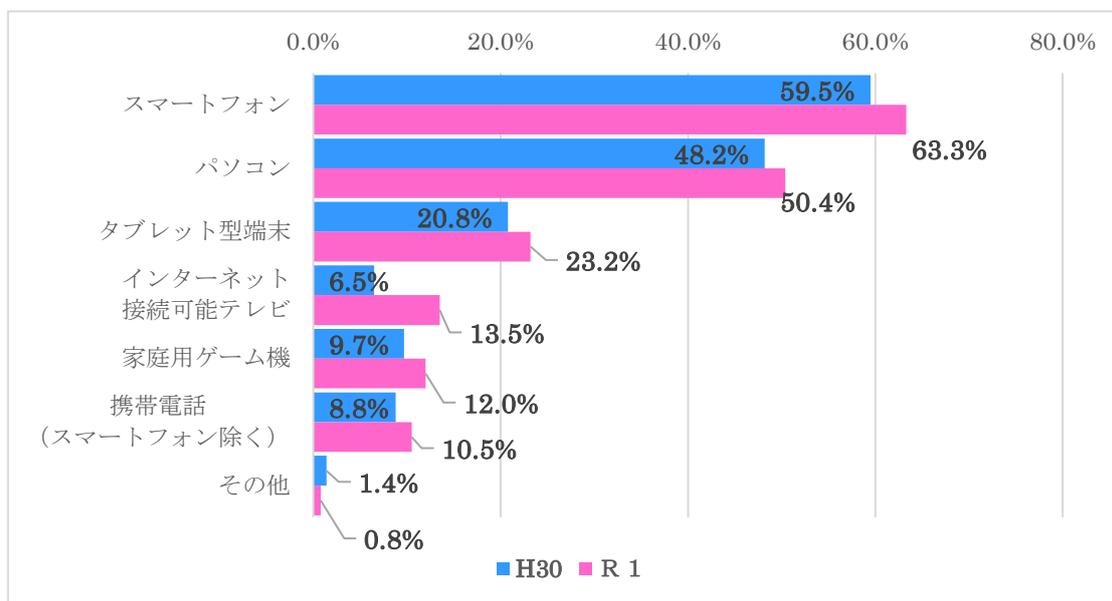
【図表8 年齢階層別インターネットの利用状況（全国）】



出典：総務省「令和元年度通信利用動向調査」より作成

- 個人によるインターネット利用時の端末は、令和元年度においてスマートフォンが63.3%とパソコンを上回っており、いつでも、どこでも手軽にアクセスできる状況になっています。（図表9）

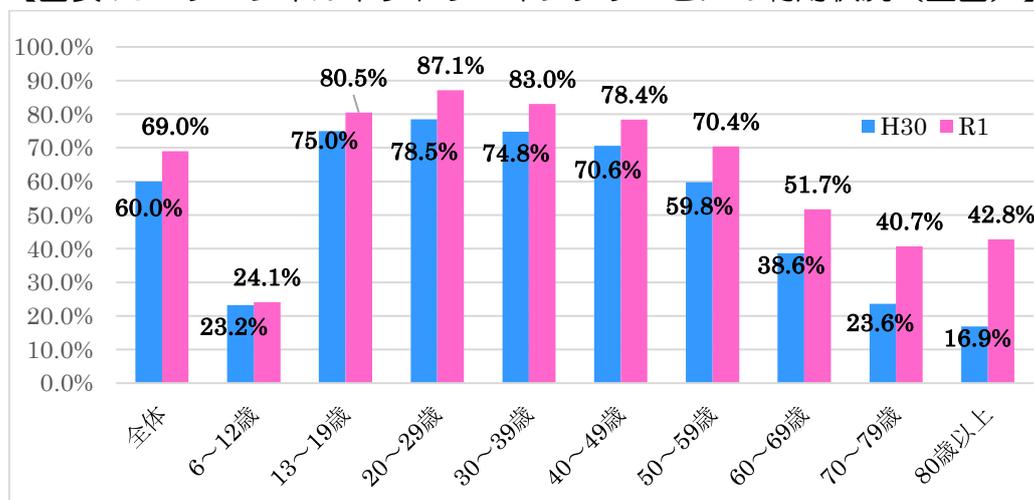
【図表9 個人による端末別インターネット利用状況（全国）】



出典：総務省「令和元年度通信利用動向調査」より作成

- SNSの利用状況は、令和元年度が全体で69.0%と前年度より9ポイント上昇しており、SNSはコミュニケーションの手段として欠かせないツールとなりつつあります。さらに、新型コロナウイルス感染症の拡大により、SNSの利用はますます増加し、信憑性が不確かな様々な情報が拡散されていくことが懸念されます。（図表10）

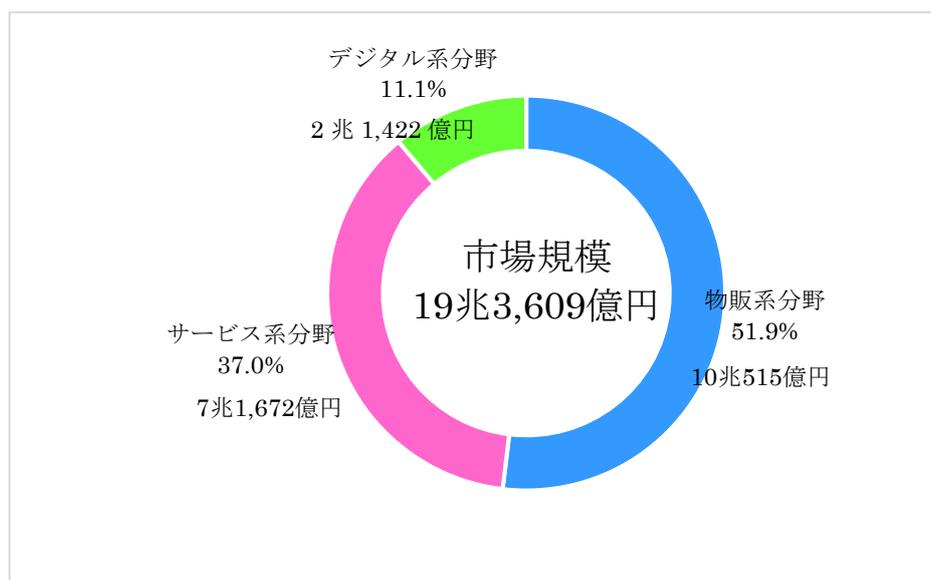
【図表10 ソーシャルネットワーキングサービスの利用状況（全国）】



出典：総務省「令和元年度通信利用動向調査」より作成

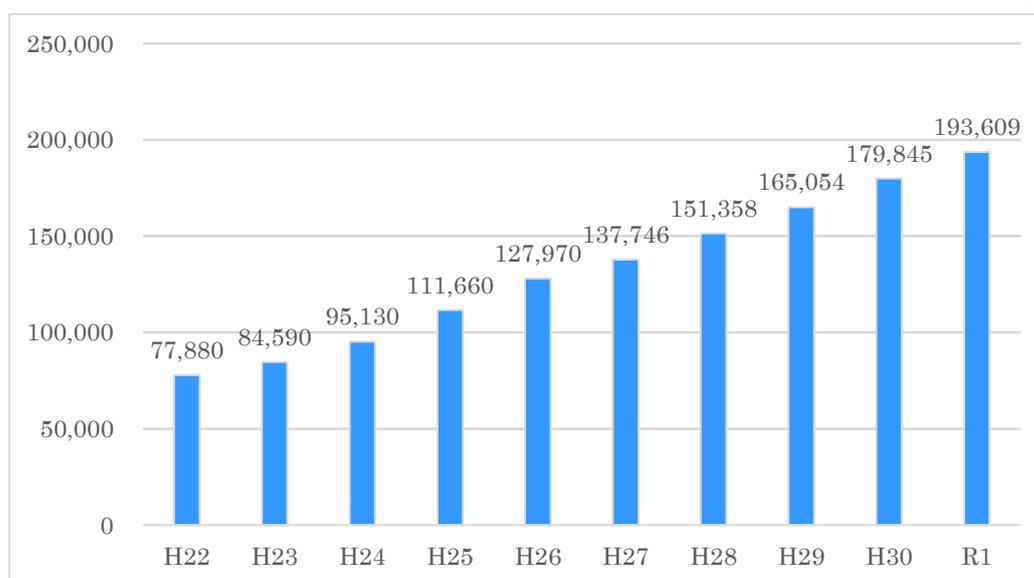
- コンピュータネットワークシステムを介して行われる商取引は、電子商取引と言われ、ネット通販などの物販系分野、チケット販売や金融サービスなどのサービス系分野、音楽・動画配信やオンラインゲーム等のデジタル系分野と3つに大きく分かれます。経済産業省の「令和元年度電子商取引に関する市場調査」によると、国内消費者向け電子商取引の市場規模は年々増加しており、2019（R1）年は、全体で19兆3,609億円でした。（図表11、12）

【図表11 消費者向け電子商取引の市場規模の各分野の構成比率（全国）】



出典：経済産業省「令和元年度電子商取引に関する市場調査」より作成

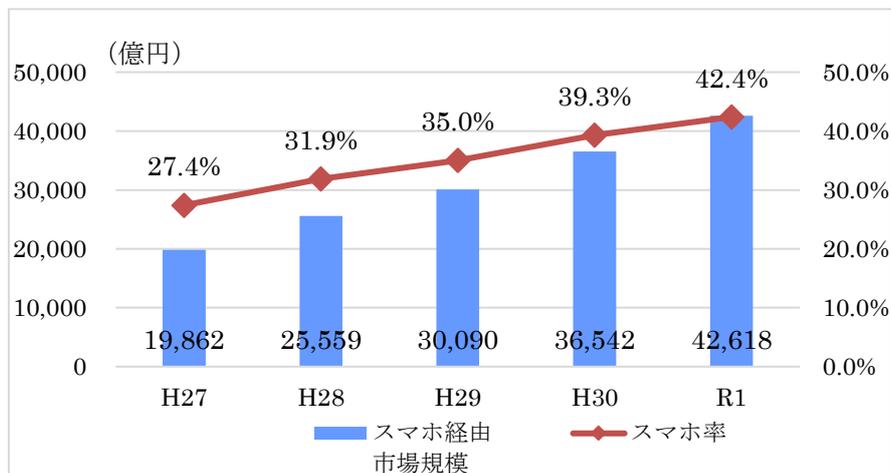
【図表12 国内における消費者向け電子商取引の市場規模の推移（単位：億円）】



出典：経済産業省「令和元年度電子商取引に関する市場調査」より作成

- 電子商取引の物販系の市場規模は、令和元年度は 10 兆 515 億円で、そのうちスマートフォン経由の市場規模は 4 兆 2,618 億円（42.4%）で、年々スマートフォン経由の比率が高まっています。（図表 13）

【図表 13 スマートフォン経由の市場規模の直近 5 年間の推移（全国）】

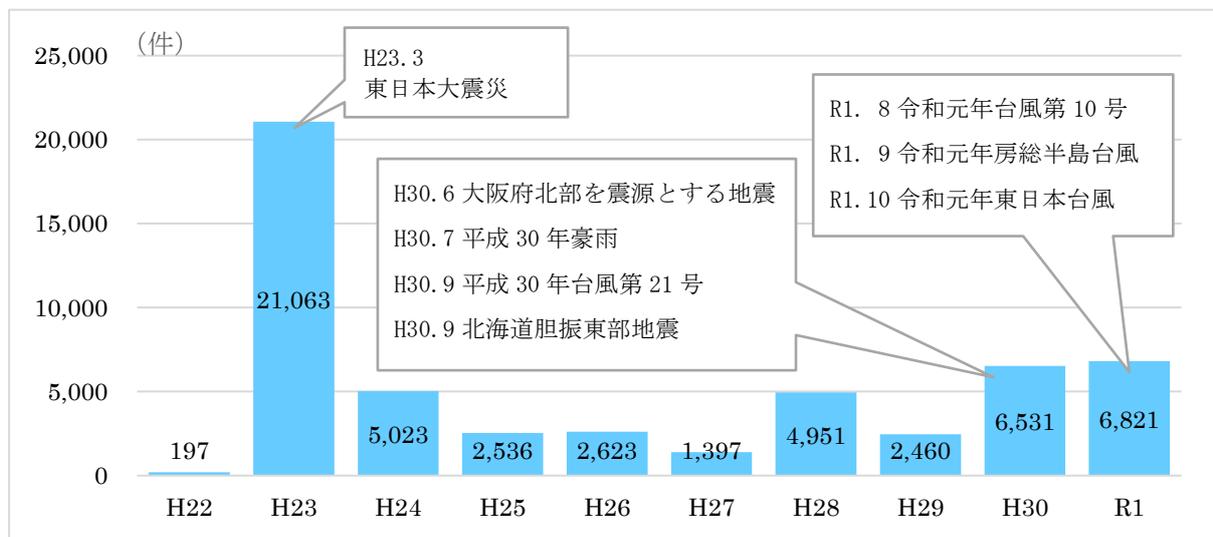


出典：経済産業省「令和元年度電子商取引に関する市場調査」より作成

（４）新型コロナウイルス感染症の拡大や災害の多発

- 日本は、地震、台風、豪雨、豪雪といった自然災害が発生しやすい自然条件にあります。2019（R1）年の台風15号、19号は関東、甲信地方、東北地方等で甚大な被害をもたらしました。2020（R2）年7月には九州を中心に集中豪雨となり浸水や土砂崩れにより多くの方が被害にあわれました。（図表14）

【図表 14 自然災害に関する消費生活相談件数（全国）】



出典：令和元年度消費者施策の実施の状況・消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告より作成

- 地震、大雨などの災害時には、それに便乗した悪質商法が多発しています。国民生活センターには、家屋の修理等に関する消費トラブルや偽の寄付金、義援金を求めるトラブルなどの相談が寄せられています。
- 2020（R2）年当初には新型コロナウイルス感染症の拡大により、マスク等の品薄による消費トラブルも発生しました。更に、マスク、アルコール類の買い占めや転売などにより価格が上昇し、通常の消費活動ができなくなる状況が起きました。
- SNSにより誤情報が全国へ拡散され、トイレットペーパー等の衛生紙製品が店頭から消えるという事態が起きました。国や業界団体が誤情報の訂正を行ってもなお、一般消費者が買い占めを行うという状況がしばらく続きました。

（5）社会や環境を意識した消費行動の必要性

- 2015（H27）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（SDGs）が採択され、公正で持続可能な社会の実現を目指し、17の目標が掲げられました。我が国においても2016（H28）年に「SDGs実施指針」を策定し、様々な具体的施策を示して取組を推進しています。



- 国の第4期消費者基本計画（2020（R2）年～2024（R6）年）では、重点的に進める施策として、「消費者による公正かつ持続可能な社会への参画等を通じた経済・社会構造の変革の促進」をあげ、「SDGsの12番目の目標である『つくる責任 つかう責任（持続可能な生産消費形態を確保する）』等の視点に立ち、食品ロスの削減に係る取組や海洋プラスチックごみ問題の解決に係る取組、地球温暖化対策に係る取組など、地域の活性化や雇用等も含む、人や社会・環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動、いわゆるエシカル消費*等に関する取組を体系的に進める」としています。
- 食品ロスの削減については、2019（R1）年10月に「食品ロスの削減の推進に関する法律」が施行され、多様な主体が連携し国民運動として食品ロスの削減を推進することとされました。同法では、国民の間に広く食品ロスの削減に関する理解と関心を深めるため、毎年10月を「食品ロス削減月間」、10月30日を「食品ロス削減の日」と定めています。

- プラスチックごみの問題については、国は、プラスチックの資源循環を関係主体の連携によって総合的に推進するため、2019（R1）年5月に「プラスチック資源循環戦略」を策定しました。プラスチックはその機能性から様々な用途に利用されてきましたが、今後は、社会全体でプラスチックごみを削減し、効率的な資源循環を実現していくことが求められています。

*エシカル消費（倫理的消費）とは

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です。商品・サービスを選択するときに、品質や価格、安全性だけでなく「エシカル消費」という基準も取り入れてみましょう。

持続可能な開発目標（SDGs）の目標 12「つくる責任 つかう責任」は、持続可能な生産形態を確保することを目指しており、エシカル消費を実践していくことは、この目標 12 や他の目標（1、8、10、13、14、15 など）の達成にもつながります。

<エシカル消費の具体例>

- 環境への配慮・・・エコ商品を選ぶ。食品ロス削減。
- 社会への配慮・・・フェアトレード^(注1)商品を選ぶ。寄付付き商品を選ぶ。
- 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。
- 生物多様性への配慮・・・FSC 認証^(注2)、MSC 認証^(注3)のついた商品を選ぶ。

(注1) 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

(注2) FSC 認証（森林認証）

適切に管理された森林資源を使用した商品（紙製品など）

(注3) 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

2 「第1次山梨県消費者基本計画」の達成状況

○ 第1次計画では、4つの基本方針に対し15の数値目標を設定して、毎年度、進行管理を行ってきました。

○ 数値目標15項目の令和元年度の達成状況は以下のとおりです。

計画策定時に比べ、市町村の消費生活センター及び消費生活相談員の設置率が目標を上回り、どこに住んでいても質の高い支援・救済を受けられる地域体制整備が進みました。一方で、高齢者等の見守りネットワーク等の設置率が人口5万人未満の市町村において進捗が遅れが出るなど、課題もみえてきています。

No.	基本方針	項目	計画策定時 H26末	R1年度【B】 R2.4.1	目標	達成状況	
1	商品やサービスの 安全の確保	食の安全・安心ポータルサイトへのアクセス数	9,867件	10,823件	12,000件 以上	△	
2		やまなしGAP等認証数(累計) (策定時:GAP(農業生産工程管理)の導入産地数)	26産地	130者	46産地 →R2 160者 (R4 240者)	○	
3	消費者と事業者との 取引の適正化	食品表示合同調査による 食品適正表示実施率100%の広域的店舗の割合	98.9%	87.1%	100%	△	
4		食品表示合同調査による 食品適正表示実施率100%の地域店舗の割合	78.6%	85.3%	85%以上	◎	
5	消費者被害の 防止と救済	市町村消費生活センター設置率(含む広域相談体制)					
6		①人口5万人以上の市	①40.0%	①100.0%	①100%	◎	
7		②人口5万人未満の市町村	②22.7%	②50.0%	②50%以上	◎	
8		消費生活相談員の配置市町村率(含む広域相談体制)	44.4%	85.2%	70%以上	◎	
9		消費生活相談員の有資格者率	66.7%	88.9%	75%以上	◎	
10		消費生活相談員の研修参加率	85.7%	96.3%	100%	○	
11		消費者安全確保地域協議会の設置率 (含む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整備)					
		①人口5万人以上の市	①0%	①80%	①100%	○	
		②人口5万人未満の市町村	②0%	②45.5%	②100%	△	
12		消費者教育の推進	県民生活センターによる消費生活に関する出前講座の実施	120件	118件	120件	○
13	食育ボランティアの登録者数(食生活改善推進員を除く)		1,284人	1,512人	1,400人 以上	◎	
14	食育推進応援団の登録者数		249事業所	311事業所	275事業所 以上	◎	
15	学校給食における地場産物の使用割合(食材ベース)		25.7%	27.5%	30%以上	○	

目標を達成している項目(◎)：7項目

順調に進捗している項目(○)：5項目

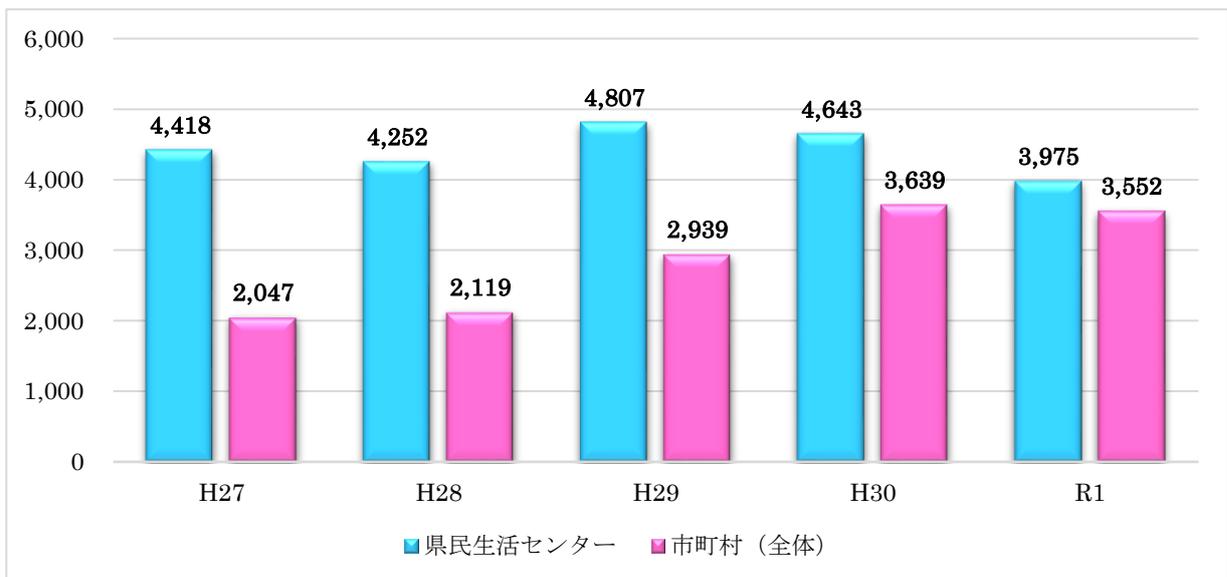
進捗が遅れている項目(△)：3項目

3 消費生活相談の状況

- 山梨県では、現在、山梨県県民生活センターと県内27のすべての市町村で消費生活相談窓口を設置しています。

市町村全体の相談件数は、令和元年度は3,552件となっており、全相談件数に占める市町村における相談件数の割合は増加傾向にあります。（図表15）

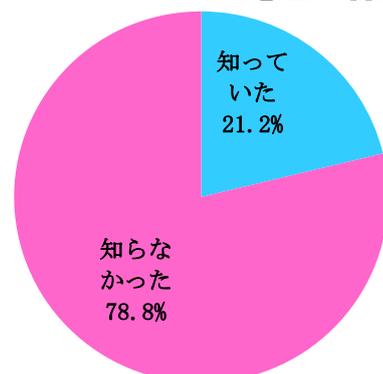
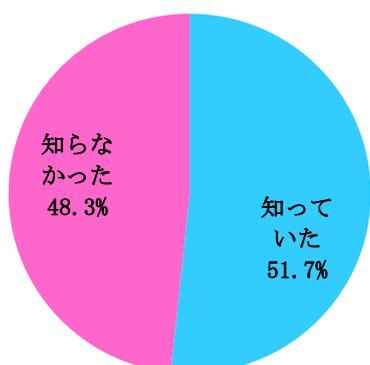
【図表15 県民生活センターと市町村の相談件数】（単位：件）



出典：県民安全協働課調べ

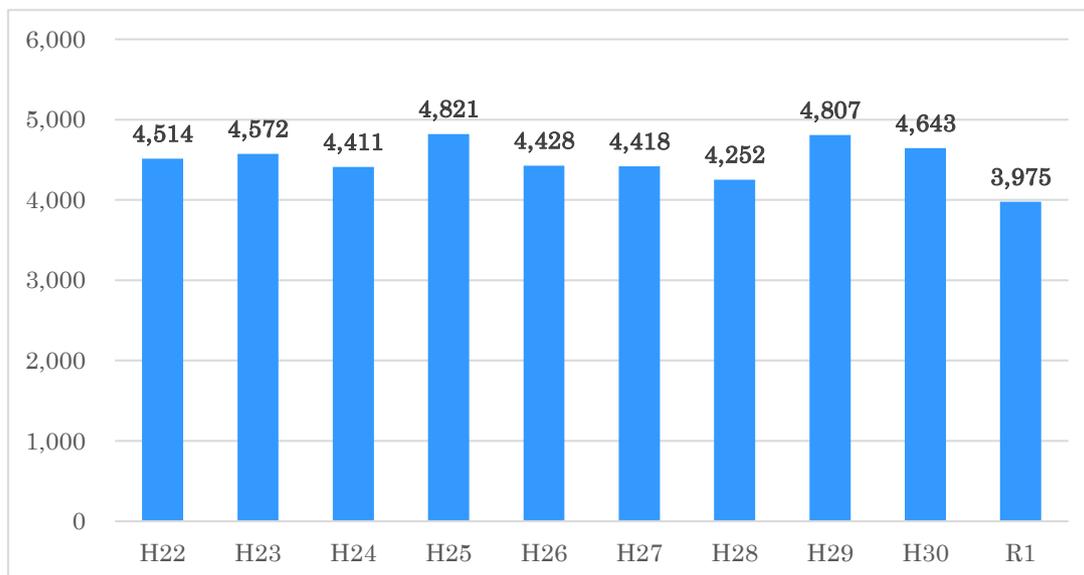
- 一方、2020（R2）年6月に実施した「消費生活に関する県政モニターアンケート調査」（以下「県政モニター調査」という。）によると、県民生活センターの認知度は51.7%でしたが、自分の住んでいる市町村に、消費生活相談窓口が設置されていることを知っていたと回答した人は、21.2%でした。（図表16、17）

【図表16 県民生活センターの認知度】 【図表17 市町村の消費生活相談窓口の認知度】



- 県民生活センターにおける消費生活相談件数は、過去 10 年間の推移をみると、平成 22 年度から平成 30 年度までは 4,000 件を上回っていましたが、令和元年度は、前年より 668 件減り 3,975 件でした。（図表 18）

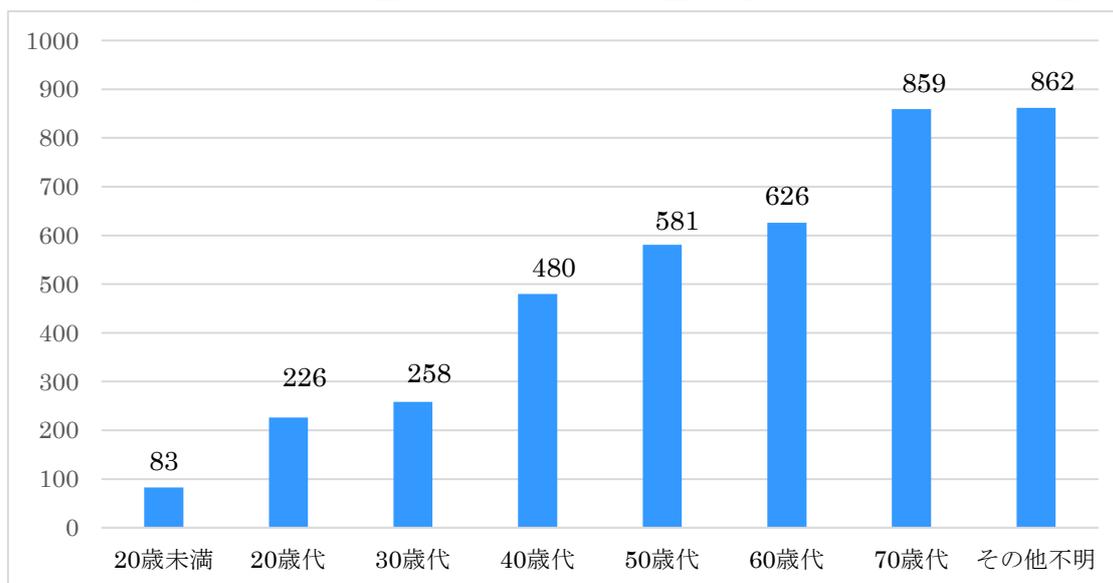
【図表18 県民生活センターの消費生活相談件数の推移】（単位：件）



出典：県民生活センター業務概要より作成

- 令和元年度の年齢別の相談件数は、70歳代（859件）が最も多く、次いで60歳代（626件）、50歳代（581件）の順となっています。相談全体の約5割が、50歳以上の相談でした。（図表19）

【図表19 令和元年度県民生活センターの消費生活相談年齢別件数】（単位：件）

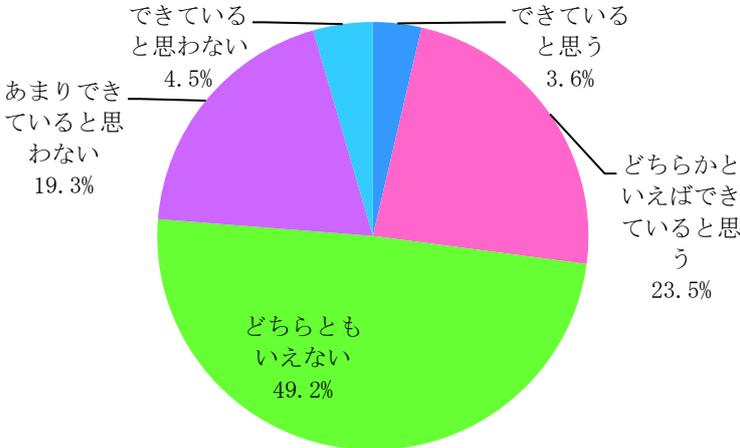


出典：県民生活センター業務概要より作成

4 消費者の意識

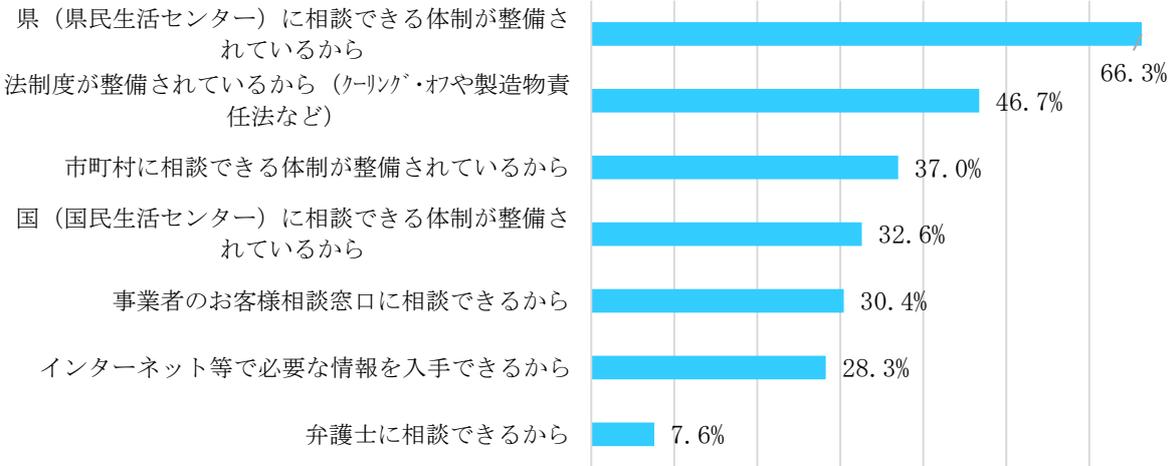
○ 県政モニター調査によると、商品やサービスについて被害を受けた場合に、被害者救済の仕組みができていると思う又はどちらかといえばできていると思うと回答した人は、併せて27.1%でした。その理由として、県（県民生活センター）に相談できる体制が整備されているからと回答した人が66.3%と一番多く、法制度が整備されているから（クーリング・オフや製造物責任法など）と回答した人が46.7%と続きました。（図表20、21）

【図表 20 消費者被害救済の仕組み】



出典：消費生活に関する県政モニターアンケート調査（令和2年6月）

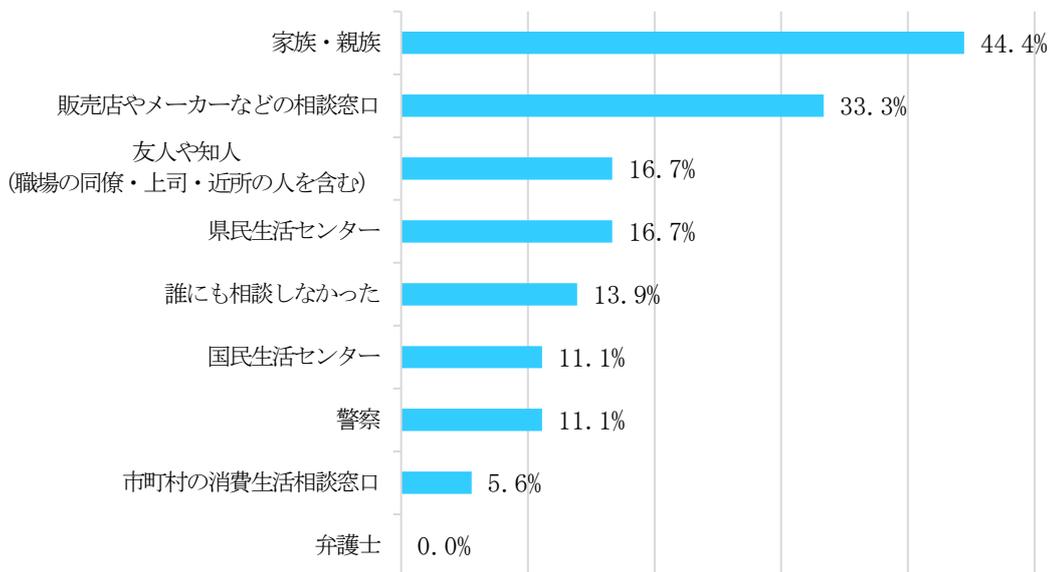
【図表 21 消費者被害救済の仕組みができていると思う理由】（複数回答）



出典：消費生活に関する県政モニターアンケート調査（令和2年6月）

- 消費生活上のトラブルに遭った際に、どこにも相談しなかった人の割合は13.9%でした。相談先は、家族・親族が44.4%と最も多く、続いて販売店やメーカーなどの相談窓口（33.3%）、友人や知人（職場の同僚・上司・近所の人を含む）及び県民生活センター（各16.7%同数）となっています。（図表22）

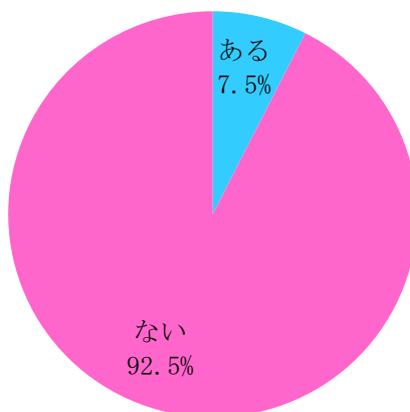
【図表 22 トラブルにあった際の相談先】



出典：消費生活に関する県政モニターアンケート調査（令和2年6月）

- 県民生活センターでは、消費者被害の相談だけでなく、啓発業務として地域や学校などにおいて消費生活講座を実施しています。しかし、県政モニター調査によると、悪質商法・製品事故・食品偽装などの消費生活に関わる講座や催しに参加したことのある人は、7.5%に留まっています。（図表23）

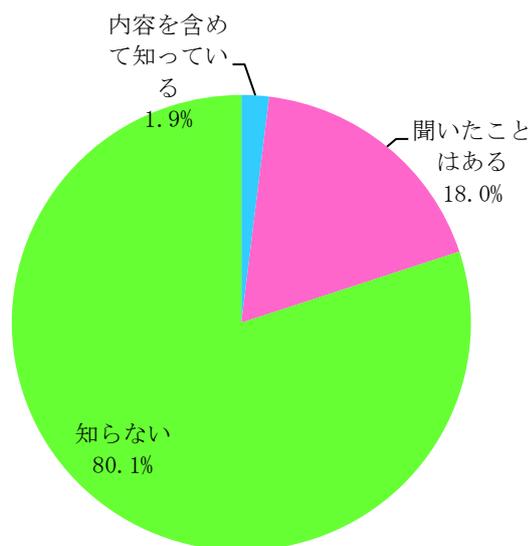
【図表23 消費生活に関わる講座や催しへの参加】



出典：消費生活に関する県政モニターアンケート調査（令和2年6月）

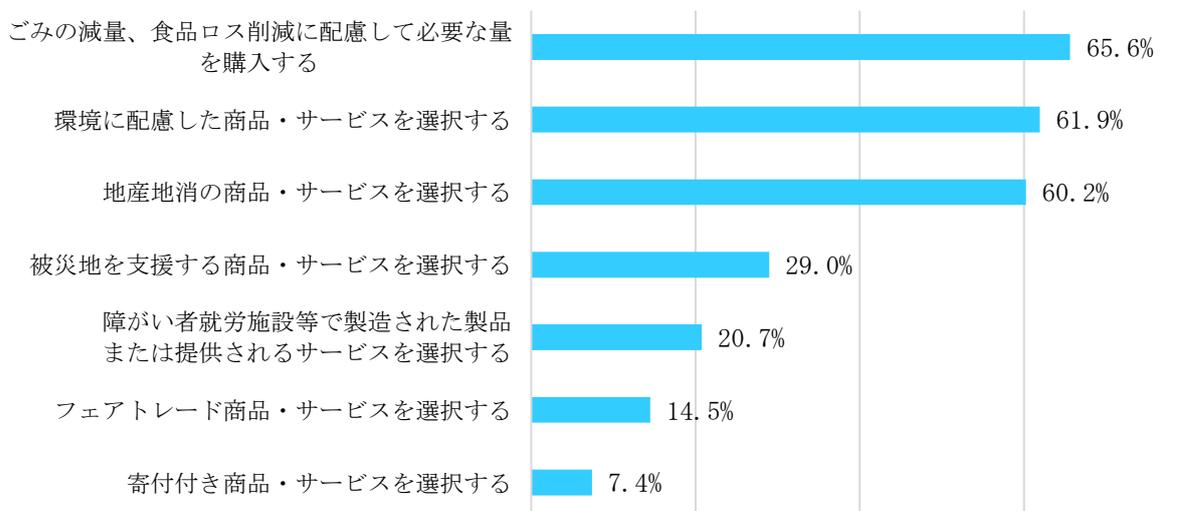
○ また、新しい消費行動である「エシカル消費」又は「倫理的消費」という言葉を知らない人は80.1%でした。一方、既に取り組んでいる又は取り組んでみたいエシカル消費については、「ごみの減量、食品ロス削減に配慮して必要な量を購入する」が65.6%、「環境に配慮した商品・サービスを選択する」が61.9%、「地産地消の商品・サービスを選択する」が60.2%でした。（図表24、25）

【図表24 エシカル消費（倫理的消費）の認知度】



出典：消費生活に関する県政モニターアンケート調査（令和2年6月）

【図表25 既に取り組んでいる又は今後取り組んでみたいエシカル消費】（複数回答）



出典：消費生活に関する県政モニターアンケート調査（令和2年6月）

5 今後取り組むべき課題

(1) 相談体制の充実強化

- 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・サービスの登場や取引形態の複雑・多様化が進んでいます。特に、電子商取引は気軽に商品・サービスを手に入れる一方で、画面上での取引において熟慮せず契約をしてしまうといった問題も生じやすくなります。
- 今後、デジタル化が急速に進み、AIやビッグデータなどの技術革新が更に進展すると見込まれる中で、様々な消費者トラブルの発生が予想され、こうした相談に迅速かつ的確に対応していくためには、消費生活相談員等の資質の向上が求められます。
- このため、県民生活センターと市町村の消費生活センター及び相談窓口との情報共有や連携、及び法律の専門家や福祉の専門機関との連携を深めていくとともに、消費生活相談員の研修機会を確保し、相談機能を充実・強化させる必要があります。
- これまでの取組により、県内全ての市町村に消費生活相談窓口が設置されましたが、消費生活相談員が配置されていない市町村や配置されていても相談窓口が週に1日又は2日しか開設されない市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支援・救済を受けられる相談体制の整備を進める必要があります。

(2) 消費者の安全確保

- 在宅ひとり暮らしの高齢者や高齢夫婦のみの世帯の割合は年々増加しています。こうした、高齢者世帯には、情報が届きにくく、消費者トラブルに巻き込まれても相談することが出来ず、被害が深刻化しやすいと言われていています。更に、新型コロナウイルス感染症による接触回避に伴い在宅時間が長期化し、これまで以上にひとり暮らしの高齢者の孤立化が進むと考えられます。
- このため、高齢者本人や家族に対しての注意喚起や啓発等に加え、様々な立場の人が地域全体で高齢者をゆるやかに見守るネットワークづくりが重要となります。

- 成年年齢の引下げによる若年層の消費者トラブルの増加への対策は喫緊の課題です。新たに成年となる18歳、19歳の若者は契約者として積極的に社会参加が可能となる一方で、民法上の未成年者取消権による保護がなくなるため、悪質事業者のターゲットにされることが懸念されます。また、若者を中心にSNSの利用が増加している中、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若年層に向けた対策の強化が求められます。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大や災害の多発に乗じた様々な手法の悪徳商法が次々に生まれています。また、SNSの普及により、誤情報が拡散され、その誤情報に起因した消費者トラブルが発生する恐れがあります。こうした、様々な消費者被害や消費者トラブルを防止するためには、消費者自らが自身の利益の擁護のため、自主的に適切な情報を取得し、行動できる自立した消費者になることが必要です。
- このため、学校教育をはじめ、地域社会や家庭など様々な場面において、各種のコンテンツを利用して、消費者教育を充実させる必要があります。特に、消費者被害の増加が懸念される、若年層には未成年のうちから契約に関する知識を学び、トラブルにあった際の対処能力を身につけるための教育が必要となります。

(3) 人や社会・環境に配慮した消費の促進

- 持続可能な社会を目指して、様々な取組が推進されています。その中の一つとして、「自らの消費行動が、社会経済や地域環境に影響を及ぼすことを自覚し、持続可能な社会の形成に寄与する消費者」を育てていくことが求められています。その消費行動は「エシカル消費（倫理的消費）」と呼ばれますが、この言葉は、現状あまり認知されていない状況です。
- 一方で、食品ロスの削減やプラスチックごみの問題などは社会問題として大きく取り上げられています。それらの問題に対する行動、例えば「レジ袋やストローなどの使い捨てのプラスチック製品を使用しない」「必要以上に食品を買いすぎない」などは、消費者が取り組みやすい「エシカル消費（倫理的消費）」であると言えます。このような消費行動を「エシカル消費（倫理的消費）」であると消費者が認識し、更に、人や社会、環境、地域へ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、幅広い普及啓発や様々な学習の場の提供が必要となります。

第3章 消費者施策の基本方針と展開

1 計画の体系

- 本計画は、本県における消費者施策を総合的・計画的に推進するため、「商品やサービスの安全の確保」、「消費者と事業者との取引の適正化」、「消費者被害の防止と救済」、「消費者教育の充実」、「消費生活情報の発信」の5つを基本方針として各種施策を展開します。

《基本方針》	《施策》
1 商品やサービスの安全の確保	(1) 監視・指導・検査の徹底 (2) 消費者事故の調査・公表 (3) 災害や感染症流行時の生活関連物資の安定供給・価格の安定化に向けた取組 (4) 食の安全・安心の確保
2 消費者と事業者との取引の適正化	(1) 表示等の適正化の推進 (2) 消費者契約の適正化の推進
3 消費者被害の防止と救済	(1) 県と市町村の連携による相談体制の充実 (2) 見守り体制の構築及び見守り活動の促進 (3) 多重債務問題の解決 (4) 県内団体との連携と紛争処理 (5) 架空請求や電話詐欺等の変化する消費者トラブルへの対策・情報の提供
4 消費者教育の充実	(1) ライフステージや、学校や地域など場の特性に応じた体系的な消費者教育の推進 (2) 若年層に向けた消費者教育の拡充と学校が行う消費者教育への支援 (3) 自立した消費者及び消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成 (4) 誤情報や風評被害に惑わされない適切な消費行動の普及啓発 (5) エシカル消費（倫理的消費）の普及啓発及び事業者との連携 (6) 食品ロスの削減や環境保全に関する消費者及び事業者の理解の促進
5 消費生活情報の発信	(1) 被害防止のための注意喚起情報の発信 (2) 情報サイト・SNSを利用した情報発信 (3) 新しい生活様式を踏まえた情報コンテンツによる普及啓発 (4) 学校や地域での消費生活情報の活用に向けた周知活動

2 重点施策

○ 施策の推進にあたっては、4つの重点施策を定め、優先的に取り組みます。

重点施策1 相談体制の充実と連携の強化

複雑化・多様化する消費者トラブルに適切に対応するため消費生活相談員の資質の向上を図るとともに、市町村と県の相談窓口の連携を強化し、質の高い支援や救済が受けられるよう相談体制の充実を図ります。

重点施策2 高齢者被害防止のための見守り活動の推進

深刻化する高齢者等の消費者被害を防止するため、地域での高齢者等見守りネットワークの新規構築を進めるとともに、既存ネットワークの見守り活動の充実と活性化を図ります。

重点施策3 若者に対する消費者教育の充実

成年年齢引下げによる若者の消費者被害の拡大防止のため、当事者本人が消費者トラブルに適切に対処することができるよう、若者に対する消費者教育の充実を図ります。

重点施策4 エシカル消費（倫理的消費）の促進

自らの消費行動が社会に大きな影響を与え続けていることを自覚し、持続可能な社会の形成のために積極的に関与することのできる消費者の育成を図ります。

3 施策の展開

基本方針1 商品やサービスの安全の確保

県民の安全・安心な消費生活を確保するため、各種法令等に基づく監視・指導を実施するとともに、関係機関と連携し消費者の生命、身体又は財産に関する消費者事故や製品のリコール情報、食品の安全性に関する情報等を迅速に提供します。

また、災害や感染症流行時の生活関連物資の安定供給を確保するための対策を講じ、消費者の不安を軽減するため適切な情報発信を行います。

(1) 監視・指導・検査の徹底

消費生活用製品、電気製品、医薬品、水道水等の安全性を確保するため、監視・指導・検査を実施します。

ア. 乳児用ベッドや家庭用圧力鍋等による事故を未然に防止するため、消費生活用製品安全法に基づく販売店への立入検査・指導

(県民安全協働課)

イ. 電気製品による火災事故等の発生を未然に防止するため、電気用品安全法に基づく販売店への立入検査・指導

(消防保安課)

ウ. ガスによる重大事故を未然に防止するため、ガス事業法及び液化石油ガス法に基づく機器販売店への立入検査・指導

(消防保安課)

エ. 医薬品等の安全性を確保するため、医薬品・医療機器等法に基づく薬局及び医薬品販売施設等の監視・指導

(衛生薬務課)

オ. 生活衛生を確保するため、生活衛生関係法令に基づく生活衛生施設の監視・指導

(衛生薬務課)

カ. 水質の確保を図るため、水道法に基づく水道施設等の監視・指導

(衛生薬務課)

キ. 遊具の安全性を確保するため、都市公園法に基づく遊具の点検を実施

(都市計画課)

(2) 消費者事故の調査・公表

消費者安全法に基づく消費者事故防止情報を収集し国へ報告するとともに、事故原因に関する情報収集のため、商品テストを実施します。また、子どもの死亡事故防止のため、死亡事例の検証等を行います。

ア. 消費者事故の拡大を防ぐため、消費者安全法に基づく消費者庁からの重大事故情報やリコール情報の周知、必要に応じ国への立入検査の実施要請
(県民安全協働課)

イ. 消費者の事故防止のため、消費生活用製品の事故に関する注意事項の消費者への情報提供
(県民安全協働課)

ウ. 製品の欠陥等による消費者事故を防止するため、商品テストの実施
(県民生活センター)

エ. 子どもの事故防止のため、事例等の情報発信及び啓発
(県民安全協働課)

オ. 予防可能な子どもの死亡を減らすため、専門家等による18歳未満の子どもの死亡事例の検証
(子育て政策課)

(3) 災害や感染症流行時の生活関連物資の安定供給・価格の安定化に向けた取組

県民への生活関連物資の安定供給を確保するため、価格の動向や需給状況を監視するとともに、災害や感染症流行時における物資の調達・供給について、関係部局と連携して対策を講じます。

ア. 災害や感染症流行時の買い占めや売り惜しみを抑制するため指定物資の価格等調査、事業者への勧告、県民への情報提供
(県民安全協働課)

イ. 災害や感染症流行時の不安を解消するため、生活関連物資の情報収集
(県民安全協働課)

ウ. 災害時における生活必需物資の調達協定に基づく物資の供給
(県民安全協働課、防災危機管理課、産業政策課)

エ. 商店や商店街等が地域と連携して行う買い物弱者対策のための取組への支援
(産業政策課)

オ. 感染症への対応力を向上させるため、不織布マスクの供給体制の強化
(成長産業推進課)

(4) 食の安全・安心の確保

生産から販売までの各段階における食品の安全性に向けた法令遵守の徹底、的確な監視・指導や食品に関する正確な情報提供の推進、食品による健康への悪影響の未然防止に向けた体制整備を行います。

ア. 米トレーサビリティ法に基づく生産者、事業者等への指導・立入検査
(県民安全協働課)

イ. 牛トレーサビリティ法に基づく畜産農家、事業者等への指導・立入検査
(畜産課)

ウ. 食品衛生法に基づく施設の監視・指導及び同法に基づく食品等の規格基準の適合に関する収去検査
(衛生薬務課)

エ. 食用に供する食肉、食鳥肉について検査・監視・指導
(衛生薬務課)

オ. 持続的養殖生産確保法に基づく養殖衛生管理の指導
(食糧花き水産課)

カ. BSE特措法に基づく牛のBSE検査
(衛生薬務課、畜産課)

キ. 県産農林産物等と流通食品の放射性物質検査
(衛生薬務課、みどり自然課、林業振興課、農業技術課)

ク. 残留有害物質モニタリング検査
(衛生薬務課)

ケ. 食品の安全性に関する相談を受けるため、食品安全110番の設置
(県民安全協働課)

コ. 県民に対する食の安全・安心等について積極的な情報提供
(県民安全協働課、衛生薬務課)

サ. 食育や食の安全・安心等についての意見交換会や情報提供等を通じて、県民の意見聴取や関係団体の取り組みを促進

(県民安全協働課)

シ. HACCP（食品の製造工程衛生管理）方式等に関する情報の提供、指導・助言を用いた生産衛生管理モデルを推進するための実態調査やデータの収集を実施

(畜産課)

ス. 飼料安全法に基づく飼料の適正使用の推進

(畜産課)

セ. GAP（農業生産工程管理）手法の導入促進

(農業技術課)

ソ. 農薬危害防止運動等による農薬適正使用の推進

(農業技術課)

タ. 農薬管理指導士、農薬適正使用アドバイザーの認定

(農業技術課)

チ. 学校給食衛生管理基準に基づく学校給食の食材検査

(保健体育課)

ツ. 栄養教諭・栄養職員等研修会、栄養衛生管理講習会等における衛生管理講習の実施

(保健体育課)

テ. 学校給食の衛生管理に関する調査研究

(保健体育課)

基本方針２ 消費者と事業者との取引の適正化

安全・安心な消費生活には、消費者と事業者の間の適正な取引の実現が不可欠です。悪質商法の手口は、日々、複雑化・巧妙化しており、消費者トラブルも多様化しています。悪質な事業者に対しては、関係機関と連携して情報を入手し、法令や条例に基づき適正な指導・監督を行います。

また、消費者が商品・サービスを選択する際の重要な判断材料は、正確かつ適正な表示や規格などです。事業者による正確かつ適正な表示等が行われるよう監視・指導を実施します。

(1) 表示等の適正化の推進

商品やサービスの質の確保や、消費者の自主的・合理的な選択機会を確保するため、商品やサービスの表示・計量・規格についての監視・指導・検査を実施します。

ア. 家庭用品の品質表示の適正化を図るため、家庭用品品質表示法に基づく販売店への立入検査 (県民安全協働課)

イ. 食品表示ウォッチャーによるモニタリング (県民安全協働課)

ウ. 家電製品の表示の適正化を図るため、家電販売団体等と協働し、家電販売の適正表示調査 (県民生活センター)

エ. 消費者の適切な選択機会を確保するため、景品表示法に基づく事業者への指導・措置命令 (県民安全協働課、県民生活センター)

オ. 事業者が消費者の声を反映した商品・サービスの提供を行うため、消費者教育ポータルサイト等を活用した情報提供 (県民生活センター)

カ. 食品表示の適正化を図るため、合同調査の実施 (県民安全協働課、衛生薬務課)

キ. 有害物質を含有する家庭用品による健康被害を防止するため、有害物質含有家庭用品規制法に基づく販売規制・回収命令・立入検査 (衛生薬務課)

ク. 食品等の内容量表示の適正化を図るため、計量法に基づく表示を行う者への適正表示の指導、対象商品を製造及び販売する事業所等への立入検査 (産業政策課)

(2) 消費者契約の適正化の推進

不当な取引が行われないよう、各種法令等に基づく事業者に対する指導・監督・立入検査等を実施します。また、関係機関と情報共有します。

ア. 前払式特定取引等における契約の適正化を図るため、割賦販売法に基づく事業者への立入検査
(県民安全協働課)

イ. 特定商取引法及び消費生活条例に基づく悪質事業者への指導・行政処分
(県民安全協働課、県民生活センター)

ウ. 貸金業法に基づく事業者への立入検査・行政処分
(産業振興課)

エ. 旅行契約の適正化を図るため、旅行業法に基づく事業者への立入検査
(観光文化政策課)

オ. 宅地建物取引の適正化を図るため、宅地建物取引業法に基づく事業者への指導・監督
(建築住宅課)

カ. サイバー犯罪のパトロール・取締
(県警本部生活安全捜査課)

キ. 関係法令に基づくヤミ金融、悪質商法等の生活経済事犯の取締
(県警本部生活安全捜査課)

ク. 取締を強化するため、関係機関等との情報共有
(県警本部生活安全捜査課、県民生活センター)

基本方針3 消費者被害の防止と救済

デジタル化の進展や経済のグローバル化に伴う新たな商品・サービスの登場と複雑化した取引形態による消費者トラブルに対応するため、県民により身近な市町村と連携し相談体制の充実を図ります。

また、市町村における、消費者トラブルの被害者となりやすい高齢者を見守るネットワークづくりを支援するとともに、その見守り活動を充実させ、高齢者の消費者被害を防止します。

(1) 県と市町村の連携による相談体制の充実

どこに住んでいても質の高い支援・救済を受けられる相談体制を拡充するため、県と市町村相談窓口等の連携強化と情報共有等を進め、消費者被害の解決及び拡大防止を図ります。

ア. 消費者被害の防止と救済のため、地域で活動する消費生活協力員の委嘱と研修の実施
(県民安全協働課、県民生活センター)

イ. 県と市町村の消費生活相談窓口及び消費者ホットライン(188)の周知を図るため、県HP、情報誌、テレビ等を活用した広報の実施
(県民安全協働課、県民生活センター)

ウ. 消費生活センター設置等にかかる市町村支援
(県民安全協働課)

エ. 消費者や市町村に対する消費者トラブルやリコール等に関する情報提供
(県民安全協働課)

オ. 県内のいずれの市町村相談窓口においても、迅速な助言・あっせんが実施できるよう市町村相談窓口へのサポート
(県民生活センター)

カ. 県及び市町村消費生活相談員等による相談事例検討会の開催
(県民生活センター)

キ. 消費生活相談員の資質向上や市町村行政職員の消費者問題対応能力向上のため、レベルアップ研修等の実施
(県民生活センター)

ク. 新P I O-N E T（全国消費生活情報ネットワークシステム）を活用した消費者トラブル等の分析・情報提供
（県民生活センター）

ケ. 県指定消費生活相談員等による市町村の相談対応への助言・指導
（県民生活センター）

コ. メールやLINEによる相談受付
（県民生活センター）

サ. 関係機関と連携した警察安全相談の実施
（県警本部総務課）

シ. 県市町村間の窓口相談フローの作成と市町村窓口における県民生活センターによる対応サポート（ワンストップ相談）の実施
（県民安全協働課、県民生活センター）

(2) 見守り体制の構築及び見守り活動の促進

高齢者や障害のある人等、消費者被害に遭いやすい人の見守り活動を行う「見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会を含む）」を構築するとともに関係機関との円滑な運営を支援します。

ア. 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、山梨県消費者安全確保推進会議の設置
（県民安全協働課）

イ. 「見守りネットワーク」の活動を支援するため、消費者事故や消費者被害、見守り体制の重要性等に関する情報の提供
（県民安全協働課、県民生活センター）

ウ. 成年後見制度の普及・啓発及び日常生活自立支援の活用
（福祉保健総務課、健康長寿推進課）

エ. 高齢者・障害のある人等を社会全体で見守るため、消費者団体や介護サービス事業者等への見守り活動の啓発
（県民安全協働課、県民生活センター、障害福祉課）

(3) 多重債務問題の解決

専門家による相談、悪質事業者の取り締まりなど、関係機関と連携し、社会問題化している多重債務者への対策を推進します。

ア. 関係機関・団体との連携による債務問題の解決に向けた支援
(県民安全協働課)

イ. 弁護士、司法書士による多重債務無料相談の実施
(県民安全協働課)

ウ. 心の健康（ケア）に関する相談の実施
(障害福祉課)

エ. 貸金業法に基づく貸金業者への立入検査・行政処分
(産業振興課)

オ. ヤミ金融業者の取締の強化
(県警本部生活安全捜査課)

カ. 多重債務の原因となる依存症に関する支援体制の強化
(障害福祉課)

(4) 県内団体との連携と紛争処理

県内の消費者団体、事業者団体、NPO 法人等の関係機関と連携し、県民の消費生活の安定や向上を図るとともに、消費生活紛争処理委員会等によるあっせん、調停などを通して、消費者問題の早期解決を図ります。

ア. 消費者団体や事業者団体等との意見交換や情報提供
(県民安全協働課、県民生活センター)

イ. 消費者団体や事業者団体との連携による消費者被害の防止に関する講座やセミナーの開催
(県民安全協働課、県民生活センター)

ウ. 適格消費者団体（消費者に代わって差止請求権を行使できる法人）や公益的団体等との連携
(県民安全協働課)

エ. 消費者訴訟に係る訴訟費用の貸付、必要資料の提供
(県民安全協働課)

オ. 消費生活紛争処理委員会、建設工事紛争審査会によるあっせん・調停
(県民安全協働課、建設業対策室)

(5) 架空請求や電話詐欺等の変化する消費者トラブルへの対策・情報の提供
日々変化する消費者トラブルを未然に防止するため、被害やトラブルの現状を
情報提供するとともに、県民の注意を促すため啓発活動を実施します。

ア. 被害防止、トラブルの現状を周知するための情報の提供

(県民安全協働課、県民生活センター、県警本部生活安全企画課)

イ. 関係機関が連携し犯罪防止のための活動や環境整備を促進するための安全・
安心まちづくり推進会議の設置

(県民安全協働課)

ウ. 弁護士による無料法律相談の実施

(県民生活センター)

エ. 防犯講話における注意喚起の実施

(県警本部生活安全企画課)

オ. 電話詐欺等の被害防止のため、関係機関と連携した広報啓発活動の推進

(県警本部生活安全企画課)



見守り犬「かい」くん

基本方針4 消費者教育の充実

消費者教育は、「消費者教育推進法」において、「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育及びこれに準ずる啓発活動」であると同時に、「消費者が主体的に消費者市民社会*の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深める教育」と定義されており、消費者教育の推進を国と地方自治体に義務付けています。

県民が消費者トラブルから自己防衛するための必要な知識を得られるような取組を実施することで、被害に遭わず、自主的かつ合理的な意思決定ができる、自立した消費者を育成します。

さらに、県民がそれぞれの特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自身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や地球環境にまで影響を及ぼすことを自覚し、公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画できるような消費者を育成する消費者教育を推進します。

***消費者市民社会とは**

消費者の社会的役割や消費者教育推進のあり方を考える際に、社会に関する共通認識となる概念のことで、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います。

例えば、消費者トラブルに遭う、契約方法や内容に疑問を感じるなどしたら、一人で悩まずに、消費生活センターに相談を持ち込むことも、消費者市民社会の形成に参画することにつながります。相談を通して消費生活センターに情報が集まることで、消費者への情報提供や問題のある事業者に対する措置などが行われ、更なるトラブルの防止に役立ちます。さらに問題のある事業者が淘汰されていき、健全に取引を行う事業者のみが残るような社会に変わっていくからです。

持続可能な社会の形成のために、また、SDGs達成のためにエシカル消費（倫理的消費）の推進はとても重要です。消費者の行動は、人や社会、環境に大きな影響を与えます。エシカル消費（倫理的消費）を実践していくことも、消費者市民社会の形成に参画することにつながります。

(1) ライフステージや、学校や地域など場の特性に応じた体系的な消費者教育の推進

消費者教育は生涯を通じて、学校、地域、家庭、職域等の様々な場面で受けられることが重要であるため、ライフステージに応じた情報の提供や出前講座の開催など体系的な取組を推進します。

ア. 消費者団体や事業者団体との連携による消費者被害の防止に関する講座やセミナーの開催
(県民安全協働課、県民生活センター)

イ. 消費者教育を推進するため、「キャンパスネットやまなし」「やまなしまなびネット」による学習情報の提供
(生涯学習課、県民生活センター)

ウ. ライフステージに応じた啓発リーフレット等の作成・活用
(県民生活センター)

エ. ライフステージに応じた出前講座（児童生徒講座、若者講座、高齢者講座、一般成人講座、見守り関係者講座、教職員講座）の活用促進
(県民生活センター)

オ. ことぶき勸学院における消費生活講座の実施
(生涯学習課、県民生活センター)

カ. 地域における消費者教育の推進を図るため、地域で活動する消費生活協力員の委嘱と研修の実施
(県民安全協働課、県民生活センター)

キ. 市町村の消費者教育の担い手を育成するため、消費生活相談員等のレベルアップ研修の実施、情報提供
(県民生活センター)

ク. 大学等と連携した食育推進ボランティアの養成、食に関する講義の実施
(県民安全協働課)

ケ. 大学等と連携したヘルシーメニューの開発、県民健康公開講座の開催
(健康増進課)

コ. 健全な食生活の実現と心身の成長を図り、生涯を通じて健康で心豊かな食生活を営むため、児童生徒及び保護者に対する啓発活動の実施
(保健体育課)

サ. 望ましい生活習慣や食習慣を身につけさせるため、学校における食育推進事業の実施
(保健体育課)

シ. 金融に関する知識・判断力の向上のため、県金融広報委員会^{注)}、甲府財務事務所と連携した金融経済教育の推進
(県民安全協働課)

注) 山梨県金融広報委員会

「健全で合理的な家計運営」のために、暮らしに身近な金融に関する情報普及活動を行う「中立・公正」な団体。昭和 25 年の発足以来、山梨県、財務省関東財務局甲府財務事務所、日本銀行甲府支店が協力して、県内各地で金融経済教育活動を展開している。

(2) 若年層に向けた消費者教育の拡充と学校が行う消費者教育への支援

成年年齢引下げによる若年者の消費者被害の防止と学校における実践的な消費者教育の実施のため、若年層に向けた情報発信や教育の機会の確保、学校への支援など若者のための消費者教育の取組を推進します。

ア. 成年年齢引下げに対応するため、高校生、大学生に対して消費者問題に関する啓発講座の実施
(県民生活センター)

イ. 学習指導要領に基づく小・中・高等学校の授業における出前講座活用の推進
(県民生活センター)

ウ. 消費者教育実践授業の他校における活用を図るため、授業実践例をHPへ掲載
(義務教育課、高校教育課)

エ. 小・中・高等学校の教職員の指導力の向上を図るため、国の調査研究結果を活用した情報提供、消費者教育教材の配布
(県民生活センター)

才. 大学等の教職員の消費生活問題への理解を深めるため、消費生活講座等の
情報提供、出前講座の実施 (県民生活センター)

力. 教職員研修を効果的に実施するため、出前講座の実施
(県民生活センター)

キ. 生徒に対する「消費者教育」を行う家庭科教諭等の意識向上を図り、教育活
動を推進 (総合教育センター)

ク. 児童生徒の健全な金銭観を育むため、金融・金銭教育研究校による金融
教育の実践、講演会・公開授業の実施
(私学・科学振興課、義務教育課、高校教育課)

ケ. 金融に関する知識・判断力の向上のため、消費者教育講座、巣立ち教室
などの県金融広報委員会と連携した金融教育に係る授業の実施
(私学・科学振興課、高校教育課)

コ. 小・中・高等学校向け消費者教育教材のHP掲載と教職員の活用に向けた支
援 (県民生活センター)

(3) 自立した消費者及び消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成
学習指導要領に基づく消費者教育やことぶき勸学院での消費生活講座の実施
により自ら考え行動できる「自立した消費者」の育成を図るとともに、研修会等
の実施により「消費者市民社会」の形成に参画する消費者の育成を目指します。

ア. ことぶき勸学院における消費生活講座の実施
(生涯学習課、県民生活センター)

イ. 自立した消費者としての基礎を培うため、学習指導要領に基づく消費者教育
の実施
(私学・科学振興課、義務教育課、高校教育課、高校改革・特別支援教育課)

ウ. SDGsの達成と自立した消費者及び消費者市民社会の形成に参画する消費
者の育成を目指した消費者教育の普及・啓発 (県民生活センター)

エ. 国際理解への関心を高めるため、学習指導要領に基づく国際理解教育の実施
(義務教育課、高校教育課)

(4) 誤情報や風評被害に惑わされない適切な消費行動の普及啓発

消費者が誤った情報などに惑わされず、正しい知識を持ち自ら選択していくことができるように啓発活動等を行います。

ア. 司法の基本的な考え方を実生活と結びつけて理解し、身につけるため、学習指導要領に基づく法教育の実施
(私学・科学振興課、義務教育課)

イ. 消費者主権と責務、消費者行政などをテーマに、討論・発表等を通して消費者教育を実施
(高校教育課)

ウ. 誹謗中傷防止のための啓発活動の実施
(県民安全協働課)

エ. SNS等による誤情報や風評被害に惑わされない消費者の正しい消費行動等の普及・啓発
(県民生活センター)

オ. 消費者被害の態様などのSNS等による迅速な情報発信
(県民生活センター)

(5) エシカル消費（倫理的消費）の普及啓発及び事業者との連携

人や環境・社会・地域に配慮した消費のPR活動を通して、「エシカル消費（倫理的消費）」の普及啓発を図ります。地域に配慮した消費行動として地産地消や郷土の食文化の継承を推進します。また、商品選択の目安となる認証マークの普及啓発を進めます。

ア. 郷土料理を活用した食文化の継承を推進するため、食生活改善推進員連絡協議会等関係団体との連携による食に関するイベント等の実施
(健康増進課)

イ. 乳幼児期にふさわしい食生活の実践を推進するとともに、家庭での地産地消を推進するため、保育所等における地産地消に係る食育の推進
(子育て政策課)

ウ. 様々なイベントを通じて地産地消のPR活動を推進
(林業振興課、農政総務課、畜産課)

エ. 県内農産物直売所・飲食店等の利用拡大による地産地消の推進
(販売・輸出支援課)

オ. 食や農業への関心を高め理解を促進するため、高校生めぐり体験事業の実施
(農業技術課)

カ. 地域の農業生産者等との協力による学校給食での地産地消の推進
(保健体育課)

キ. 環境保全や自然保護等に関する認証ラベルや製品に関する啓発
(県民生活センター)

(6) 食品ロス^{*}の削減や環境保全に関する消費者及び事業者の理解の促進
持続可能な社会の形成に貢献するために、食品ロスの削減や環境保全に関する取組を実施し、消費者と事業者の理解の促進を図ります。

ア. 環境に与える消費活動の影響を自覚する消費者を育成するため、環境学習指導者(やまなしエコティーチャー)を派遣
(環境・エネルギー課)

イ. 県民がライフスタイルを見直す契機とするため、マイバッグ・マイバスケットの推進、環境家計簿の普及等、やまなしクールチョイス県民運動を推進
(環境・エネルギー課)

ウ. 地球環境や循環型社会に関する理解を深めるため、「環境情報館・やまなし環境学習プログラム」のHPへの掲載、環境ライブラリー事業による情報発信
(環境・エネルギー課)

エ. 自然環境やごみの減量等について考える機会を提供するため、フロンティア・アドベンチャーやまなし少年海洋道中の実施
(生涯学習課)

オ. 食品ロス削減に対する認識をより高め、消費行動を改善するため、食品ロス削減のための啓発
(県民安全協働課)

カ. 食品ロス削減に取り組む食品関連事業者への支援
(県民安全協働課)

キ. 規格外や未利用の農林水産物の活用（加工・販売等）の促進

（果樹・6次産業振興課）

ク. 食品廃棄物の発生量及びその可食部率の捕捉並びにこれに基づく食品ロス発生量推計を継続的に実施

（環境整備課）

ケ. 教科「家庭」、総合的な探求の時間等において、食品ロス削減に向けた実践的な授業の実施

（高校教育課）

コ. 海洋汚染の原因となっているプラスチックごみ等の発生を抑制するため、プラスチック製品と賢く付き合う取組を推進

（環境・エネルギー課）

※食品ロスとは

食品ロスとは、食べ残しや賞味期限切れなど、まだ食べられるのに捨てられてしまう食品のことです。

平成29年度の日本の食品ロス量推計値は、約612万トン。国民1人あたり年間約48kg、1日換算約132gです。これは国民全員が、1年間毎日茶碗1杯分のご飯の量を捨てている計算になります。

日本は食料の多くを海外からの輸入に依存している一方で、多くの食料を食べきれず廃棄しているのです。廃棄には多額のコストがかかります。また、可燃ごみとして燃やすことで、CO2排出や焼却灰の埋め立てによる環境負荷も問題となっています。

食品ロスを減らすためには、事業者や消費者一人ひとりが意識して、国民全体で食品ロスの削減に取り組むことが大切です。

<身近な食品ロス削減の取組>

- 買物時に買いすぎない。
- 料理を作る際に作りすぎない。
- 外食の際に注文しすぎない。



見守り犬「かい」くん

基本方針5 消費生活情報の発信

消費者が自主的かつ合理的に行動し、消費者被害を未然に防止するためには消費生活に関する正しい知識を習得することと併せて、正しい情報を入手することが重要です。

近年、インターネットやSNSの普及により消費者は様々な情報を入手することが簡単にできるようになりましたが、一方で誤った情報による新たな消費者トラブルも発生しています。また、誤情報の流布による誤った消費行動も問題となっています。消費者が正しい情報を入手し、自らが考え行動する消費者となるため、迅速かつ積極的に消費生活情報を発信します。

(1) 被害防止のための注意喚起情報の発信

消費者被害を防止するため、ホームページやテレビ、情報誌を活用した注意喚起情報を発信します。

ア. 消費生活情報誌「かいじ号」の発行

(県民安全協働課、県民生活センター)

イ. 消費者被害を防止するため、チラシ、パンフレット、DVD等による啓発

(県民安全協働課、県民生活センター)

ウ. 子どもの事故防止のため、事例などの情報発信及び啓発

(県民生活センター)

エ. 安全・安心に関する情報を提供するため、情報コーナーの設置

(県民生活センター)

オ. 消費者被害の防止や消費者の利益の擁護増進のため、テレビ放送「くらしの情報」による注意喚起

(県民生活センター)

(2) 情報サイト・SNSを利用した情報発信

幅広い世代に浸透しているウェブサイトやSNSを活用し、消費トラブルや消費者教育情報を積極的に発信します。

ア. 学びの場の特性に応じた消費者教育が実施できるよう、消費者教育ポータルサイト（消費者庁）の紹介・活用促進

（県民安全協働課、県民生活センター）

イ. 県民に対して食の安全・安心等について積極的な情報提供

（県民安全協働課、衛生薬務課）

ウ. 変化する消費者被害の情報を取得しやすくするために、県HPに消費者トラブルの事例と解説の掲載

（県民安全協働課、県民生活センター）

エ. デジタル化の進展に対応し、SNSにより消費者被害や消費者教育の情報を発信

（県民生活センター）

(3) 新しい生活様式を踏まえた情報コンテンツによる普及啓発

いつでも、どこにいても消費者が自ら情報を取得できるように様々な情報コンテンツによる普及啓発を実施します。

ア. 新しい生活様式を踏まえて、消費者被害防止や消費者教育に関する講座をオンラインで実施

（県民生活センター）

イ. 変化する消費者被害の情報を取得しやすくするために、県HPに消費者トラブルの事例と解説の掲載

（県民安全協働課、県民生活センター）

ウ. 小・中・高等学校向け消費者教育教材のHP掲載と教職員の活用に向けた支援

（県民生活センター）

(4) 学校や地域での消費生活情報の活用に向けた周知活動

学校や地域等の身近なグループにおける消費者情報の活用を促進します。

ア. 大学生の消費生活に関する実践的な能力を育成するため、大学と連携した消費者啓発パンフレット等の作成・活用
(県民生活センター)

イ. 幼児期における消費者教育を推進するため、保護者や保育士に向けて子育てネットを活用した啓発の実施
(子育て政策課)

ウ. 新しい生活様式を踏まえて、消費者被害防止や消費者教育に関する講座をオンラインで実施
(県民生活センター)

第4章 計画の推進

1 推進体制

総合的・計画的に消費者施策を推進するため、消費者、消費者団体、事業者団体、教育関係者で構成する「山梨県消費生活審議会(山梨県消費者教育推進地域協議会)」において、構成員間の情報交換・調整及び連携強化を図ります。

また、庁内の消費生活関係課及び甲府財務事務所、山梨県金融広報委員会で構成する「消費者行政推進会議」において、消費者問題の解決に向けた検討や情報交換等を行います。

2 進行管理

毎年度、消費者行政推進会議を開催し、基本計画に関する数値目標の進捗状況等について検証を行い、検証結果を消費生活審議会に報告します。また、基本計画の進捗状況等については、県webサイトで公表します。

なお、社会経済情勢など消費者を取り巻く環境の変化に対応するため、必要に応じて基本計画の見直しを行うとともに、消費生活審議会や県民、消費者団体等からの意見や要望に基づき、新たな取組についての検討を行います。

3 数値目標

NO.	項目	現状 (R1年度)	目標 (R7年度)
1	県・市町村の相談事例検討会の開催	—	毎年度 2回以上
2	消費生活センター設置市町村の県内人口カバー率	61%	90%以上
3	消費生活相談員の研修参加率	90%	毎年度 100%
4	消費者行政職員の研修参加率	34%	毎年度 80%以上
5	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	53%	100%
6	全高校における「社会への扉」等を活用した実践的な消費者教育の実施率	55%	100%
7	出前講座実施市町村の割合	46%	75%以上
8	学校給食における地場産物の使用割合 (金額ベース)	35.5%	52.7%
9	食品ロス削減推進応援団の登録件数 (事業所)	—	250件以上
10	消費者被害及び消費生活に関する情報のwebサイト、SNSによる発信件数	70件	毎年度 100件以上

参考資料

計画策定の経緯

山梨県消費生活条例

山梨県消費生活審議会（山梨県消費者教育推進地域協議会）委員名簿

山梨県消費者行政推進会議設置要領

計画策定の経緯

令和2（2020）年

6月	3日	消費生活に関するアンケート調査（県政モニター）
7月	28日	第1回山梨県消費者行政推進課意義（計画仮案の協議）書面開催
7月	31日	第1回山梨県消費生活審議会（計画仮案の協議）
8月	7日	山梨県消費者行政推進会議（施策の検討）
	～ 26日	
9月	30日	第2回山梨県消費者行政推進会議（計画概要案の検討）書面開催
10月	8日	第2回山梨県消費生活審議会（計画概要案の審議）
11月	10日	市町村担当課長会議（計画概要案について）
12月	11日	第3回山梨県消費者行政推進会議（計画素案の協議）書面開催
12月	22日	第3回山梨県消費生活審議会（計画素案の審議）

令和3（2021）年

2月	10日	パブリックコメント（県民意見募集）の実施
～2月	24日	
3月		計画策定・公表

○山梨県消費生活条例

目次

- 第一章 総則（第一条—第八条の二）
- 第二章 消費者の安全の確保（第九条—第十二条）
- 第三章 表示の適正化等（第十三条—第十五条）
- 第四章 不当な取引の防止（第十六条—第十八条）
- 第五章 消費者被害の救済（第十九条—第二十五条）
- 第六章 生活関連商品の需給の安定（第二十六条・第二十七条）
- 第七章 啓発活動及び教育の推進等（第二十八条・第二十九条）
- 第八章 知事に対する申出（第三十条）
- 第九章 山梨県消費生活審議会（第三十一条）
- 第十章 雑則（第三十二条—第三十六条）

附則

第一章 総則

（目的）

第一条 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、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を定め、県及び事業者の責務等を明らかにするとともに、県が実施する施策について必要な事項を定めることにより、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。

（定義）

第二条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- 一 消費者 個人(事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。)をいう。
- 二 事業者 法人その他の団体及び事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人をいう。
- 三 商品 消費者が消費生活を営む上において使用する物をいう。
- 四 役務 消費者が消費生活を営む上において使用し、又は利用するもののうち、商品以外のものをいう。

（基本理念）

第三条 消費者の利益の擁護及び増進に関する施策（以下「消費者施策」という。）の推進は、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消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

- 一 消費者の安全が確保される権利
 - 二 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権利
 - 三 必要な情報及び教育の機会を提供される権利
 - 四 消費者の意見が消費者施策に反映される権利
 - 五 被害が生じた場合に適切かつ迅速に救済される権利
- 2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。
- 3 消費者施策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。
- 4 消費者施策の推進は、消費生活における国際化の進展に的確に対応することに配慮して行わ

れなければならない。

5 消費者施策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

(県の責務)

第四条 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、消費者施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

2 県は、市町村が行う消費者の利益の擁護及び増進に関する施策について、必要な情報の提供、技術的助言その他の支援を行うものとする。

(事業者の責務)

第五条 事業者は、第三条の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

一 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。

二 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。

三 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。

四 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。

五 県が実施する消費者施策に協力すること。

2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務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)

第六条 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、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき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。

(消費者の役割)

第七条 消費者は、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なければならない。

2 消費者は、消費生活に関し、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)

第八条 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、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。

(消費者基本計画)

第八条の二 知事は、消費者施策の計画的な推進を図るため、消費者施策に関する基本的な計画(以下この条及び第三十一条第二項第一号において「消費者基本計画」という。)を策定するものとする。

2 消費者基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

一 消費者施策を推進するための方針

二 前号に掲げるもののほか、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

3 知事は、消費者基本計画を策定するに当たっては、あらかじめ県民の意見を反映させるために必要な措置を講ずるものとする。

4 知事は、消費者基本計画を策定したときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。

5 前二項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

(平二七条例四七・追加)

第二章 消費者の安全の確保

(危険商品等の供給の禁止)

第九条 事業者は、通常有すべき安全性を欠いていることにより消費者の生命又は身体に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれのある商品又は役務を供給してはならない。

2 事業者は、その供給する商品又は役務が消費者の生命又は身体に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあるときは、直ちにその旨を公表するとともに、その商品又は役務の供給の停止、その商品の回収その他危害の防止のために必要な措置を講じなければならない。

(合理的な根拠を示す資料の提出)

第十条 知事は、前条第一項に該当する商品又は役務か否かを判断するため必要があると認めるときは、その商品又は役務を供給する事業者に対し、期間を定めて、その商品又は役務が安全であることの裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。

(指導及び勧告)

第十一条 知事は、事業者が第九条第一項又は第二項の規定に違反していると認めるときは、その事業者に対し、直ちにその旨を公表するとともに、その商品又は役務の供給の停止、その商品の回収その他危害の防止のために必要な措置を講ずべきことを指導し、又は勧告することができる。

(情報提供)

第十二条 知事は、商品又は役務が通常有すべき安全性を欠いていることにより消費者の生命又は身体について重大な危害を発生させ、又は発生させる急迫した危険がある場合において、その危害の発生又は拡大を防止するため特に必要があると認めるときは、生命又は身体に危害を発生させ、又は発生させる危険がある内容、その商品又は役務の名称、その商品又は役務を供給する事業者の氏名又は名称及び住所その他消費者の安全を確保するために必要な情報を消費者に提供するものとする。

第三章 表示の適正化等

(表示等の適正化)

第十三条 事業者は、消費生活における安全を確保し、又は消費者と事業者との間の適正な取引を確保するため、その提供する商品又は役務について、次に掲げる事項の推進に努めなければならない。

- 一 消費者が商品の購入若しくは使用又は役務の利用に際しその選択等を誤ることがないよう虚偽又は誇大な広告その他の表示をしないこと。
- 二 消費者が不利益を被ることがないよう適正に計量すること。
- 三 品質の改善及び消費生活の合理化に寄与するよう適正な規格を定めること。

(県の基準設定)

第十四条 知事は、消費生活における安全を確保し、又は消費者と事業者との間の適正な取引を確保するため、特に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、商品又は役務の表示、計量及び規格について基準を定めることができる。

2 事業者は、商品又は役務を供給するに当たり、前項の規定による基準を遵守しなければならない。

(指導及び勧告)

第十五条 知事は、事業者が前条第二項の規定に違反していると認めるときは、その事業者に対し、同条第一項の規定による基準を遵守すべき旨を指導し、又は勧告することができる。

第四章 不当な取引の防止

(不当な取引行為の禁止)

第十六条 知事は、事業者が消費者との間で行う取引に関し、次の各号のいずれかに該当する行為を不当な取引行為として規則で定めることができる。

- 一 消費者に対し、販売の意図を隠し、商品若しくは役務に関する重要な情報であって、事業

者が保有し、若しくは保有し得るものを提供せず、若しくは誤認を招く情報を提供し、又は将来における不確実な事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

二 消費者を威迫し、若しくは困惑させ、消費者の取引に関する知識若しくは判断力の不足に乗じ、又は消費者を不安な状態に陥らせ、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

三 取引における信義則に背反し、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こと。

四 消費者又はその関係人を欺き、威迫し、又は不当な手段により困惑させ、消費者又はその関係人に契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を迫り、又はその債務の履行をさせること。

五 契約又は法令の規定に基づく債務の全部又は一部の履行を不当に拒否し、又は遅延させること。

六 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（以下この号において「申込みの撤回等」という。）を妨げ、又は申込みの撤回等によって生ずる債務の履行を不当に拒否し、若しくは遅延させること。

七 商品又は役務の購入を条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約（以下この号において「与信契約等」という。）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、与信契約等の締結を勧誘し、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与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくはその債務の履行をさせること。

2 事業者は、消費者と取引を行うに当たり、前項の規定により定められた不当な取引行為を行ってはならない。

（指導及び勧告）

第十七条 知事は、事業者が前条第二項の規定に違反しているとき、その事業者に対し、不当な取引行為を改善すべきことを指導し、又は勧告することができる。

（情報提供）

第十八条 知事は、不当な取引行為により消費者に重大な被害が発生し、又は発生する急迫した危険がある場合において、その被害の発生又は拡大を防止するため特に必要があると認めるときは、その不当な取引行為の内容、その不当な取引行為に係る事業者の氏名又は名称及び住所その他不当な取引行為による被害を防止するために必要な情報を消費者に提供するものとする。

第五章 消費者被害の救済

（消費生活協力団体及び消費生活協力員）

第十九条 知事は、消費者安全法（平成二十一年法律第五十号）第十一条の七第二項各号に掲げる活動を行わせるため、同条第一項に規定する消費生活協力団体及び消費生活協力員を委嘱するものとする。

（平二七条例四七・全改、平二九条例一五・一部改正）

（苦情等の処理）

第二十条 知事は、消費者から消費生活に関する苦情又は相談の申出があったときは、速やかに、その内容を調査し、助言、あつせんその他必要な措置を講ずるものとする。

（消費生活に関する紛争処理）

第二十一条 知事は、前条の苦情又は相談の申出があった場合において、その苦情又は相談が県民の消費生活との関連性が高い商品又は役務についての事業者との民事上の紛争に係るもので、かつ、その紛争の解決のために専門的又は技術的な判断が要求されるものであるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、規則で定めるところにより、山梨県消費生活紛争処理委員会のあつせん又は調停に付することができる。

(消費生活紛争処理委員会)

第二十二條 前条のあっせん及び調停を行い、並びに事業者の提供する商品又は役務によって被害を受けた消費者がその事業者を相手として提起する訴訟（民事訴訟法（平成八年法律第九号）第二百七十五条に規定する和解及び民事調停法（昭和二十六年法律第二百二十二号）による調停を含む。以下この章において「消費者訴訟」という。）の援助に関する事項を調査審議するため、知事の附属機関として山梨県消費生活紛争処理委員会（以下この章において「委員会」という。）を設置する。

- 2 委員会は、委員十五人以内で組織する。
- 3 委員は、消費生活の安定及び向上に関し専門的知識を有する者、消費者及び事業者のうちから知事が委嘱し、又は任命する。
- 4 委員の任期は、二年とし、再任することを妨げない。委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 5 委員会に会長を置く。
- 6 会長は、委員の互選によりこれを定める。
- 7 会長は、会務を総理し、委員会を代表する。
- 8 会長に事故があるときは、あらかじめ会長の指名する委員が、その職務を代理する。
- 9 前各項に定めるもののほか、委員会の組織及び運営に関し必要な事項は、会長が委員会に諮って定める。

(事件の周知)

第二十三條 知事は、同種の被害の防止及び救済を図るため必要があると認めるときは、委員会におけるあっせん又は調停の経過及び結果を明らかにするものとする。

(訴訟に要する費用の貸付け等)

第二十四條 知事は、消費者が消費者訴訟を提起する場合において、その消費者訴訟が次の各号に掲げる要件のいずれをも満たすものであると認めるときは、その消費者に対し、規則で定めるところにより、訴訟に要する費用に充てる資金の全部又は一部を貸し付けることができる。

- 一 同種の被害が多数発生し、又は多数発生するおそれがある商品又は役務に係るもの
- 二 一件当たりの被害額が規則で定める額以下のもの
- 三 委員会において援助することが適当であると認めるもの
- 四 その他規則で定めるもの

- 2 知事は、消費者の被害の救済に資するため必要があると認めるときは、委員会の意見を聴いて、消費者訴訟を提起する者に対し、その消費者訴訟を維持するために必要な資料の提供その他の援助を行うことができる。

(貸付金の返還及び免除等)

第二十五條 前条第一項の規定により貸し付ける資金（以下この条において「貸付金」という。）の貸付けを受けた者は、消費者訴訟が終了したときは、規則で定める日までに貸付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、貸付金の貸付けを受けた者が死亡したときその他やむを得ない事情があると認めるときは、規則で定めるところにより、貸付金の全部又は一部の返還を免除することができる。
- 3 知事は、第一項の規定にかかわらず、貸付金の貸付けを受けた者が災害、疾病その他やむを得ない事情により貸付金を返還することが困難であると認めるときは、規則で定めるところにより、貸付金の返還を猶予することができる。

第六章 生活関連商品の需給の安定
(指定生活関連商品)

第二十六条 知事は、県民の消費生活との関連性が高い商品（以下この項において「生活関連商品」という。）について、その供給が著しく不足し、若しくは不足するおそれがあると認めるとき、又はその価格が異常に上昇し、若しくは上昇するおそれがあると認めるときは、その生活関連商品を特に供給の確保又は価格の安定を図るべき商品（次条において「指定生活関連商品」という。）として指定することができる。

2 知事は、前項に規定する事態が消滅したと認めるときは、前項の規定による指定を解除するものとする。

（勧告）

第二十七条 知事は、指定生活関連商品に係る事業者が買占め又は売惜しみによりその指定生活関連商品を多量に保有していると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、その事業者に対し、その指定生活関連商品の買占め又は売惜しみの中止又は停止をすべきこと及びその指定生活関連商品の適正な価格での売渡しをすべきことを勧告することができる。

第七章 啓発活動及び教育の推進等

（啓発活動及び教育の推進）

第二十八条 知事は、消費者の自立を支援するため、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させるよう必要な施策を講ずるものとする。

（試験、検査等の実施等）

第二十九条 知事は、消費者の安全の確保及び表示の適正化等に関する施策の実効を確保するため、商品の試験、検査等を行うとともに、必要に応じて試験、検査等の結果を公表するものとする。

第八章 知事に対する申出

第三十条 県民は、事業者がこの条例の規定に違反していることにより、又はこの条例に定める措置がとられていないことにより消費者の権利が侵されている疑いがあるときは、知事に対しその旨を申し出て、適当な措置をとるべきことを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、その内容を調査し、その申出に理由があると認めるときは、この条例に基づく措置その他適当な措置をとるものとする。

第九章 山梨県消費生活審議会

第三十一条 県民の消費生活の安定及び向上に関する基本的事項を調査審議するため、知事の附属機関として山梨県消費生活審議会（以下この条において「審議会」という。）を設置する。

2 知事は、次の各号のいずれかに該当するときは、審議会の意見を聴かななければならない。

一 消費者基本計画を策定し、又は変更しようとするとき。

二 第十四条第一項の規定による基準を定め、変更し、又は廃止しようとするとき。

三 第十六条第一項の規定による規則を定め、又は改正しようとするとき。

四 第二十六条第一項の規定による指定をし、又は同条第二項の規定による指定の解除をしようとするとき。

3 審議会は、委員二十人以内で組織する。

4 委員は、消費生活の安定及び向上に関し優れた識見を有する者のうちから知事が委嘱し、又は任命する。

5 第二十二條第四項から第九項までの規定は、審議会について準用する。

（平二七条例四七・一部改正）

第十章 雑則

（告示）

第三十二条 知事は、次の各号のいずれかに該当するときは、県公報に登載することにより告示しなければならない。

- 一 第十四条第一項の規定による基準を定め、変更し、又は廃止したとき。
- 二 第二十六条第一項の規定による指定をし、又は同条第二項の規定による指定の解除をしたとき。

(報告及び立入調査)

第三十三条 知事は、第二章から第四章まで及び第六章の規定の施行に必要な限度において、事業者若しくはその者とその事業に関して関係のある事業者に対し報告させ、又はその職員をして、事業者若しくはその者とその事業に関して関係のある事業者の事務所、事業所、店舗、工場、倉庫その他の事業を行う場所に立ち入り、帳簿、書類、設備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 前項の規定により立入調査又は質問をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者の請求があったときは、これを提示しなければならない。
- 3 第一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してはならない。

(意見陳述等の機会の付与)

第三十四条 知事は、第十一条、第十五条、第十七条又は第二十七条の規定による勧告をしようとするときは、その勧告に係る事業者に対し、意見を述べ、及び証拠書類又は証拠物を提示する機会を与えるものとする。

(公表)

第三十五条 知事は、事業者が次の各号のいずれかに該当するときは、その旨を公表することができる。

- 一 第十条の規定による資料の提出の求めに応じず、又は虚偽の資料を提出したとき。
- 二 第十一条、第十五条、第十七条又は第二十七条の規定による勧告に従わないとき。
- 三 第三十三条第一項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による立入調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しく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。

(委任)

第三十六条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則

(施行期日)

- 1 この条例は、平成十八年四月一日から施行する。ただし、附則第六項の規定は、公布の日から施行する。

(経過措置)

- 2 この条例の施行の日（以下「施行日」という。）前にこの条例による改正前の山梨県消費生活の保護に関する条例（以下「旧条例」という。）の規定によりされた勧告、報告の請求、貸付けその他の行為は、この条例の相当規定によりされた勧告、報告の請求、貸付けその他の行為とみなす。
- 3 施行日前に旧条例第十四条第一項の規定に違反した者については第十四条第二項の規定に違反した者と、旧条例第十七条の三第一項の規定に違反した者については第十六条第二項の規定に違反した者とみなす。
- 4 施行日前に旧条例第三十二条第一項に規定する山梨県消費生活紛争処理委員会で調査審議された事項は、第二十二條第一項に規定する山梨県消費生活紛争処理委員会で調査審議された事項とみなす。
- 5 この条例の施行の際現に従前の山梨県消費生活紛争処理委員会の委員である者は、施行日に、第二十二條第三項の規定により山梨県消費生活紛争処理委員会の委員として委嘱され、又は任

命されたものとみなす。この場合において、その委嘱され、又は任命されたものとみなされる者の任期は、同条第四項の規定にかかわらず、施行日における従前の山梨県消費生活紛争処理委員会の委員としての任期の残任期間と同一の期間とする。

6 施行日前においても、旧条例第三十一条第一項に規定する山梨県消費生活保護審議会に意見の聴取を行うことにより、第三十一条第二項の規定による意見の聴取が行われたものとみなす。

7 この条例の施行の際現に従前の山梨県消費生活保護審議会の委員である者は、施行日に、第三十一条第四項の規定により山梨県消費生活審議会の委員として委嘱され、又は任命されたものとみなす。この場合において、その委嘱され、又は任命されたものとみなされる者の任期は、同条第五項において準用する第二十二条第四項の規定にかかわらず、施行日における従前の山梨県消費生活保護審議会の委員としての任期の残任期間と同一の期間とする。

8 施行日前に旧条例第十条第三項(旧条例第十七条の三第三項において準用する場合を含む。)又は第二十八条第一項の規定により報告をしなければならないとされる事項で、施行日前にその報告がされていないものについては、施行日以後は、これを、第三十三条第一項の規定により報告をしなければならないとされた事項についてその報告がされていないものとみなす。

(附属機関の委員等の報酬及び費用弁償に関する条例の一部改正)

9 附属機関の委員等の報酬及び費用弁償に関する条例(昭和四十年山梨県条例第七号)の一部を次のように改正する。

[次のよう]略

附 則(平成二七年条例第四七号)

この条例は、平成二十八年四月一日から施行する。ただし、第一条中山梨県消費生活条例第一章中第八条の次に一条を加える改正規定及び第三十一条の改正規定は、公布の日から施行する。

附 則(平成二九年条例第一五号)

この条例は、平成二十九年四月一日から施行する。

山梨県消費生活審議会委員名簿
(山梨県消費者教育推進地域協議会)

(50音順、敬称略)

氏 名	所 属 団 体 等
足 達 郁 也	山梨県農業協同組合中央会
今 村 繁 子	山梨県消費生活研究会連絡協議会
小 川 弘 一	山梨県高等学校長協会
柏 木 俊 之	山梨県商工会議所連合会
◎ 神 山 久 美	山梨大学大学院総合研究部
主 藤 和 巳	山梨県金融広報委員会
高 村 里 子	山梨県連合婦人会
武 田 芳 樹	山梨学院大学大学院法務研究科
中 村 道 子	山梨県生活学校連絡会
長 沼 和 人	山梨県公立小中学校長会
花 輪 仁 士	弁護士
原 田 瑞 枝	公募委員
平 塚 明 美	山梨県商工会連合会
伏 見 孝 文	山梨県生活協同組合連合会
藤 本 智 文	公募委員
星 ち え 子	山梨県中小企業団体中央会
本 田 万 壽 男	あしたの山梨を創る生活運動協会
三 澤 竹 司	甲府市大型店協議会

◎会長

任期：2年間（平成31年4月23日～令和3年4月22日）

山梨県消費者行政推進会議設置要領

(趣旨)

第1条 県民の安全・安心な消費生活の確保を図るため、山梨県消費者行政推進会議（以下「推進会議」という。）を設置し、山梨県における消費者行政を総合的に推進する。

(所掌事務)

第2条 推進会議は、次の各号に掲げる事務を所掌する。

- (1) 消費者行政の推進に関すること。
- (2) 消費者教育の推進に関すること。
- (3) 消費者事故等に関する情報の収集及び共有に関すること。
- (4) 法の規定がない事案で、県内における消費者事故等が発生し、緊急に県独自で対応する必要がある場合の対応方針の検討に関すること。
- (5) その他消費者行政の推進のために必要なこと。

(組織)

第3条 推進会議は、別表1に掲げる職にある者をもって構成する。

2 委員長は、推進会議に関する業務を統括し、推進会議を代表する。

(オブザーバー)

第4条 推進会議には、別表2に掲げる機関からオブザーバーとして職員の出席を求めることができる。

2 オブザーバーは推進会議において、委員長の求めに応じ必要な意見を述べることができる。

(会議)

第5条 推進会議は委員長が招集し、議長を務める。

2 前項の規定にかかわらず、委員長が会議を欠席する場合は、あらかじめ委員長の指名する委員がその職務を代理する。

3 委員長は、必要に応じて専門会議を招集することができる。

4 専門会議は消費者教育、消費者事故等、議事の内容に応じて委員長が指名した委員及びオブザーバーで構成する。

5 委員長は、必要に応じて、第3条第1項に規定する者以外の者に会議への出席を求めることができる。

(担当者会議)

第6条 推進会議に担当者会議を置き、推進会議の所掌事務について具体的な検討を行う。

2 担当者会議は、推進会議の構成員が指名した者をもって充てる。

3 担当者会議の座長は、県民生活部県民安全協働課長をもって充て、具体的な検討課題に応じて、座長が招集する。

4 座長は、必要に応じ、担当者会議の構成員以外の者の出席を求め、意見を聴くことができる。

(事務局)

第7条 推進会議の事務局は、県民生活部県民安全協働課に置く。

(その他)

第8条 この要領に定めるもののほか、推進会議の運営に関し必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

この要領は、平成22年1月25日から施行する。

附 則

この要領は、平成22年4月1日から施行する。

附 則

この要領は、平成23年4月1日から施行する。

附 則

この要領は、平成26年4月1日から施行する。

附 則

この要領は、平成27年7月6日から施行する。なお、山梨県消費者教育関係機関連絡協議会設置要綱は、廃止する。

附 則

この要領は、平成28年4月1日から施行する。

附 則

この要領は、平成31年4月1日から施行する。

附 則

この要領は、令和2年4月1日から施行する。

別表 1

区 分	職 名
委 員 長	県民生活部長
委 員	県民生活部 県民安全協働課長
委 員	県民生活部 私学・科学振興課長
委 員	県民生活部 県民生活センター所長
委 員	リニア交通局 交通政策課長
委 員	防災局 消防保安課長
委 員	福祉保健部 福祉保健総務課長
委 員	福祉保健部 健康長寿推進課長
委 員	福祉保健部 障害福祉課長
委 員	福祉保健部 医務課長
委 員	福祉保健部 衛生薬務課長
委 員	福祉保健部 健康増進課長
委 員	子育て支援局 子育て政策課長
委 員	森林環境部 環境・エネルギー課長
委 員	産業労働部 産業政策課長
委 員	産業労働部 産業振興課長
委 員	観光文化部 観光文化政策課長
委 員	農政部 農業技術課長
委 員	農政部 販売・輸出支援課長
委 員	農政部 畜産課長
委 員	県土整備部 都市計画課長
委 員	県土整備部 建築住宅課長
委 員	教育委員会 義務教育課長
委 員	教育委員会 高校教育課長
委 員	教育委員会 生涯学習課長
委 員	教育委員会 保健体育課長
委 員	教育委員会 総合教育センター所長
委 員	警察本部 生活安全企画課長
委 員	警察本部 生活安全捜査課長

別表 2

金融広報委員会事務局
甲府財務事所理財課



見守り犬「かい」くん

地域の高齢者等の見守り活動を推進するためのマスコットです。