

資料4

令和7年9月4日

新たな埼玉県消費生活基本計画（第8次）の策定について

次期基本計画の策定に当たっての基本方針

この計画は「埼玉県民の消費生活の安定及び向上に関する条例」に基づき、次に掲げる基本方針のもと策定する。

- 現行基本計画（第7次）を継続・発展させ、「全ての県民が安心して豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」を目指すための計画を策定する。
- 消費者教育の推進に関する法律第10条第1項に定める「消費者教育推進計画」として位置付ける。
- 新たな埼玉県5か年計画（令和9年度～13年度）と整合性を図る。
- 国の「消費者基本計画（令和7年度～11年度）」、「消費者教育の推進に関する基本的な方針（令和5年度～11年度）」を反映させる。
- 計画期間は令和9年度から令和13年度までの5年間とする。

【参考】埼玉県民の消費生活の安定及び向上に関する条例

第7条 知事は、消費生活に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、消費生活に関する基本的な計画（以下この条において「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。

- 一 消費生活に関する総合的な施策の大綱
- 二 その他消費生活に関する施策を推進するために重要な事項

3 知事は、基本計画を策定するに当たっては、県民の意見を聴くとともに、埼玉県消費生活審議会に諮問しなければならない。
4～5 （略）

次期基本計画の策定スケジュール（案）

	令和7年度							令和8年度										令和9年度			
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	
議会																					
	←→		←→		←→					←→			←→		←→		←→		←→		
	9月定例会		12月定例会		2月定例会					6月定例会			9月定例会		12月定例会		2月定例会				
5か年計画								計画素案					計画大綱			議案					
審議会	●					●							●		●		●				
	第1回					第2回							第1回		第2回		第3回				
策定スケジュール	計画骨子					計画素案							計画案		計画修正案	★県民コメント	計画成案		計画施行		

本県の消費者行政を取り巻く現状と課題

時代の潮流

人口減少・超少子高齢社会の到来

消費生活に配慮を要する消費者の拡大

激甚化・頻発化する自然災害などへの危機対応

災害に便乗した悪質商法、コロナ禍における買占め

デジタル技術の飛躍

- インターネット取引の普及、決済サービスの多様化
- SNS型投資詐欺等の増加

配慮を要する消費者への対応

- 「埼玉県こども・若者基本条例」の施行
- 認知症高齢者や障害者等を含む配慮を要する消費者への見守り等
- 在留外国人・訪日外国人等の消費の拡大

消費者トラブルの複雑化・多様化

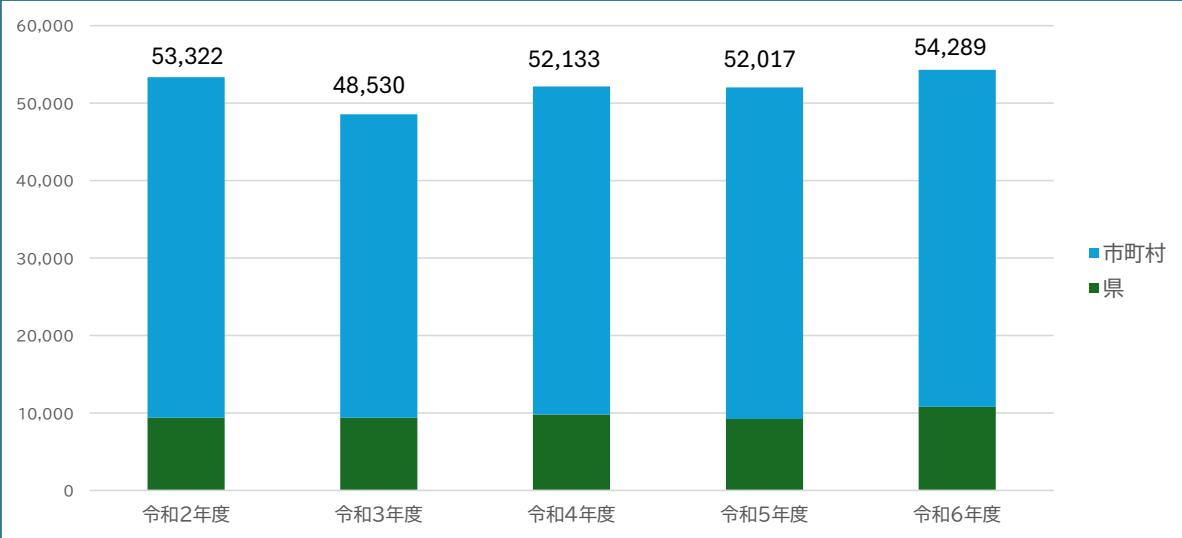
- 勧誘手口の巧妙化等への対応
- 「消費者力」の向上 –消費者自身が違和感に「気づく力」・きつぱりと「断る力」・一人で抱えず「相談する力」–
- エスカレーターの安全な利用の促進、カスタマーハラスメント対策、香害対策

消費生活相談体制の維持

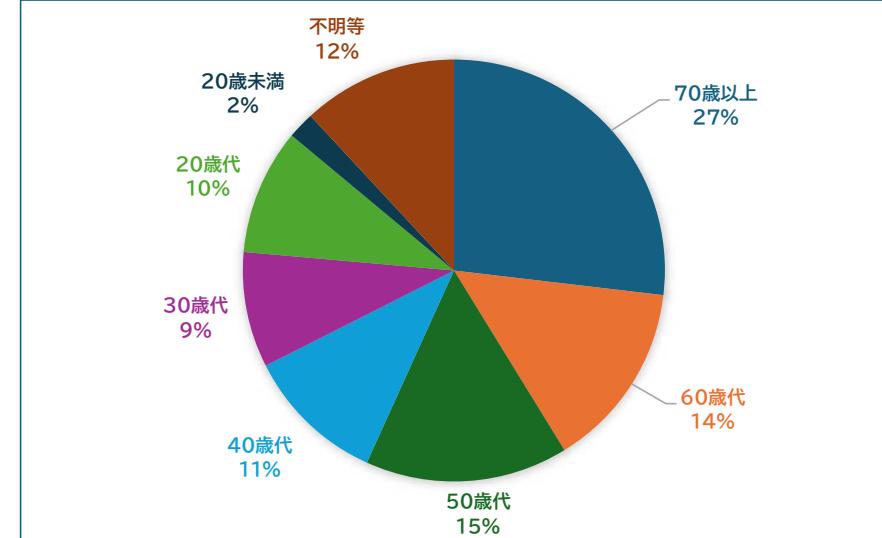
- 国の「地方消費者行政強化交付金」の縮小
- 消費生活相談員の確保・育成
- デジタル技術を活用した効率的・効果的な消費者行政の体制構築

消費生活相談の状況

【消費者相談件数の推移】



【年代別(令和6年度)】



令和6年度における消費者相談の特徴

- ①「インターネット通販での定期購入」に関する相談が4,427件で前年度比12.2%増加。特に60歳以上からの相談が前年度に比べ28.5%増加
 - ②「点検商法」に関する相談が2,665件で前年度比2.4倍に増加
 - ③「美容医療・エステサービス」に関する相談が1,431件で前年比6.4%増加
- 65歳以上の高齢者の相談件数が16,935件で全体の33.5%を占める

事業者処分・指導件数の推移

	R2	R3	R4	R5	R6
処分	12	0	4	4	1
指導	85	60	64	50	75
計	97	60	68	54	76

次期基本計画の全体構成（骨子案）

第1 計画の概要

1 計画の概要 2 計画の期間 3 計画の推進体制と進行管理

第2 本県の消費者行政を取り巻く現状

1 時代の潮流

- ・人口減少・超少子高齢社会の到来
- ・激甚化・頻発化する自然災害などへの危機対応

2 消費生活相談から見える現状

- ・消費生活相談件数の推移
- ・年代別相談件数
- ・相談内容別件数
- ・高齢者の相談の特徴
- ・若者（29歳以下）の相談の特徴
- ・危害・危険（製品による事故等）に関する相談の特徴

3 事業者指導の現状

- ・事業者の処分件数
- ・事業者指導における最近の特徴

4 消費者事故情報の活用の現状

5 消費者団体等との連携の現状

第3 本県の消費者行政における課題

1 相談体制の充実・強化

- ・デジタル技術の飛躍への対応
- ・市町村の消費生活センターの充実
- ・消費生活相談・消費者ホットライン188の認知度向上

2 事業者指導の強化

- ・事業者活動の広域化への対応
- ・被害情報の早期把握、被害拡大防止の取組
- ・勧誘手口の巧妙化等への対応

3 多様な「消費者のぜい弱性」を踏まえた対応の充実

- ・子ども・若者
- ・高齢者
- ・障害者
- ・在留外国人、訪日外国人消費者

4 実践的な消費者教育の推進

- ・「消費者力」の育成を目指した消費者教育
- ・多様な手法・情報媒体を活用した消費者教育・啓発活動の推進
- ・関係機関・団体等との連携・協働
- ・生活科学センターのリニューアル

5 持続可能な消費生活社会の実現（SDGs、エシカル消費、消費者志向経営）

6 緊急時における消費者行動の変化への対応（災害時に便乗した悪質商法、買占め）

第4 施策展開の方向

1 基本的視点

- ・消費者の権利擁護
- ・消費者の自立支援
- ・連携と共に
- ・SDGs

2 計画目標

「全ての県民が安心して豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」

3 基本指標

「1年以内に消費者被害の経験がある、または嫌な思いをした県民の割合」※

第5 施策の体系 –総合的な取組–

施策の柱1 問題解決体制の充実

- (1) 消費者相談体制の充実
 - ・デジタル技術の飛躍への対応
 - ・市町村の相談・苦情処理体制の充実
 - ・「消費生活相談」「消費者ホットライン(188)」の認知度向上
 - ・多重債務対策
- (2) 紛争の適切な解決
 - ・裁判外紛争解決の推進
 - ・他の裁判外紛争解決機関との連携
 - ・適格消費者団体及び特定適格消費者団体と連携した取組
- (3) 消費者事故への迅速な対応
 - ・危害・危険・事故情報の収集、調査及び発信
 - ・商品テストの実施
 - ・試験検査機関等との連携強化

施策の柱2 適正取引と事業者指導の強化

- (1) 消費者取引の適正化
 - ・事業者活動の広域化への対応
 - ・被害情報の早期把握、被害拡大防止の取組
 - ・勧誘手口の巧妙化等への対応
- (2) その他法令に基づく事業者指導
- (3) 表示・計量の適正化
- (4) 生活物資の安定供給
 - ・価格・需給動向の調査及び監視
 - ・生活物資の安定供給
- (5) 食品等の安全性の確保
 - ・総合的な安全対策の推進
 - ・検査・監視体制の充実
 - ・安全・安心な食品の生産・供給
 - ・食品等に関する情報の提供
 - ・香害対策
 - ・リスクコミュニケーション等への参加の促進

施策の柱3 多様な「消費者のぜい弱性」を踏まえた対応の充実

- (1) ぜい弱な消費者等への普及啓発
 - ・子ども・若者
 - ・高齢者
 - ・障害者
 - ・在留外国人・訪日外国人消費者
- (2) エスカレーターの安全な利用の促進
- (3) カスタマーハラスメント対策
- (4) 消費者の組織活動の促進・地域の見守り力の向上
 - ・消費者の自主的活動の促進
 - ・消費者団体の交流・連携の促進
 - ・NPO・ボランティアに対する活動促進・情報提供
- (5) 消費者意見の反映
 - ・消費者の意見の県政への反映
 - ・消費者と事業者等の交流促進

施策の柱4 消費者教育の推進

- (1) ライフステージに応じた消費者教育の推進
 - ・消費者力の育成を目指した消費者教育
 - ・学習指導要領に基づく消費者教育の推進
 - ・成年年齢引下げを踏まえた消費者教育の推進
 - ・家庭における消費者教育や自主学習の支援
 - ・高齢者等に対する消費者教育
 - ・生活科学センターのリニューアル
- (2) 多様な主体と連携した消費者教育の推進
 - ・教育部門との連携の推進
 - ・県消費生活支援センターの消費者教育の拠点機能の強化
 - ・情報提供の機会拡充
 - ・地域の担い手の育成及び資質向上
 - ・事業者による消費者教育の支援

施策の柱5 関係機関・団体、関係教育分野との連携

- ・金融・金銭教育の推進
- ・法教育の推進
- ・デジタルリテラシーの向上
- ・食育の推進

施策の柱6 持続可能な消費生活社会の実現

- (1) 人や地域・社会に配慮した消費行動の推進
 - ・エシカル消費の普及啓発
 - ・食品ロスの削減
 - ・地産地消の推進
- (2) 人や地域・社会に配慮した事業活動の推進・支援
 - ・消費者志向経営の推進
 - ・工場農業の推進
 - ・SDGs推進商店街の支援
- (3) 環境への配慮
 - ・3Rの推進
 - ・脱炭素社会づくり、再生可能エネルギーの普及啓発

施策の柱6 緊急時における消費者行動の変化への対応

- (1) 緊急時における消費活動に関する消費者教育の推進
- (2) 災害時の便乗行為等への対応
- (3) 災害時における生活物資等の確保

【参考】基本指標について

■これまでの計画における基本指標

第1期（平成10～12年度）	設定なし
第2期（平成13～15年度）	設定なし
第3期（平成16～18年度）	設定なし
第4期（平成19～23年度）	4つの目標値を設定 ・食品衛生自主管理優良施設数 ・地域包括センター設置数 ・身近な消費生活相談窓口（市町村）の開所日数 ・消費者の自主交渉率
第5期（平成24～28年度）	「1年以内に消費者被害の経験があると回答した県民の割合」
第6期（平成29～令和3年度）	「1年以内に消費者被害の経験がある、または嫌な思いをした県民の割合」
第7期（令和4～8年度）	「1年以内に消費者被害の経験がある、または嫌な思いをした県民の割合」

■他県における主な指標

広島県（令和7～11年度）	「安全安心な消費生活を送ことができていると思う人の割合」
愛知県（令和7～11年度）	「消費者トラブルに遭った人の割合の減少」「消費者ホットライン188の認知度の向上」
千葉県（令和6～10年度）	「消費生活全般について満足している県民の割合」
静岡県（令和4～7年度）	「消費生活相談における被害額」
さいたま市（令和3～7年度）	「消費者トラブル対策が充実していると感じる市民の割合」

【参考】次期基本計画と現行計画の比較

- ・現行計画の5つの施策の柱をベースに整理・統合
- ・6つ目の策の柱として「緊急時における消費者行動の変化への対応」を追加

