

「かながわ消費者施策推進指針」（改定素案）のポイント

1. これまでの「消費生活相談機能の充実（大柱）」を、「消費者被害の未然防止（大柱）」に改めるとともに、対となる柱として新たに「消費者被害の救済（大柱）」を設定
2. 重点的取組みを見直し、「高齢者の消費者被害の未然防止と救済」、「成年年齢引下げに伴う若者への消費者教育の充実」を設定
3. SDGsの理念を踏まえた施策展開を図るとともに、エシカル消費の普及を明確化
4. 消費者団体、事業者団体、関係機関等、多様な主体との連携による施策の展開

No	ページ	項目	項目ごとの改正のポイント
1	1	指針の対象期間	これまで「概ね5年後をめどに、指針の有効性について検証します」としていたものを、 <u>対象期間を5年間として明記</u> しました。
2	2	総合計画と指針の関係	指針は、「県の総合計画である「かながわグランドデザイン」を補完し、特定課題に対応する個別計画（指針）」であることを、分かり易く説明するため、「かながわグランドデザイン」の基本構想・実施計画と、 <u>指針との関係を追記</u> しました。
3	3～9	消費者をめぐる現状と課題	これまでの「消費者をめぐる現状と課題」に加え、 <u>新たに「グローバル化の進展」、「SDGsの策定・発効」、「民法改正による成年年齢引下げ」、「災害発生に関連する消費者トラブル」を課題としてとらえ、消費者施策の推進を図ることとしました。</u> (※2019年3月27日時点の審議会資料から、データの更新をするとともに、一部のデータの見直しを行っています。)
4	10～11	基本理念	「 <u>消費者の権利の尊重と消費者市民社会の形成</u> 」という基本理念は継承しつつ、指針改定の方向性である ・ <u>SDGsの理念に基づく施策の推進</u> ・ <u>消費者施策推進にあたっての多様な主体との連携強化</u> について、 <u>指針の基本理念との関係を補足</u> しました。
5	12	基本方向1	<u>新たに「持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進」を中柱とすることから、基本方向1（大柱）を「消費者教育の推進と持続可能な消費行動の促進」として整理</u> しました。 なお、改定骨子案では、「消費の促進」という言葉を用いていましたが、改定素案からは「消費行動の促進」として整理しています。

No	ページ	項目	項目ごとの改正のポイント
6	13	基本方向3	これまでの基本方向2「消費生活相談機能の充実」について、消費生活相談機能の充実は進んできていることから、 <ul style="list-style-type: none"> ・<u>かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談機能の向上</u> ・<u>市町村消費生活相談との連携・支援</u> ・<u>消費者被害救済に向けた取組みの推進</u> <u>の3つの中柱で構成する新たな基本方向3「消費者被害の救済」として、施策体系を見直しました。</u>
7	12	基本方向2	前記基本方向3の見直しに関連し、審議会での意見を踏まえ、 <u>「消費者被害の救済」と対になるものとして、「消費者被害の未然防止」</u> を新たに基本方向2とし、取組みを推進することとしました。
8	14	施策体系	施策体系において、 <u>中柱の単位で、関連するSDGsのマークを記載</u> しました。
9	15	重点的取組み1	主な取組みとして、「地域での高齢者等見守りネットワーク構築の推進」や、「事業者団体や消費者団体と協力した悪質な訪問販売撲滅に関する取組み」などを位置付けました。
10	15	重点的取組み2	主な取組みとして、「教育現場と連携した消費者教育の推進」や、「保護者に対する理解促進」、「若者が相談しやすい環境づくり」などを位置付けました。
11	16	【小学校、中学校、高等学校、特別支援学校等】	教育現場との連携に関して、審議会での意見を踏まえ、 <u>教育現場のニーズに応じた情報や教材の提供を行っていくことを明記</u> しました。また、動画やホームページ、SNSを活用して、児童・生徒に伝わりやすい効果的な情報発信を行っていくことを明記しました。
12	16	【地域】	これまでは、「地域社会での消費者教育の推進（小柱）」の中で、 【地域】【家庭】【高齢者、障がい者等】 と区分して記載していましたが、 <u>【高齢者、障がい者等】という区分名は、“様々な場”の1つである地域社会としては不相当であるため、【地域】の中で、高齢者や障がい者の被害未然防止に向けた消費者教育を推進することについて記載</u> することとしました。
13	16	【家庭】	審議会での意見を踏まえ、 <u>「保護者に対する理解促進」を図ることを明記</u> しました。
14	17	消費者教育の拠点機能の発揮と連携の推進（中柱）	これまでの「 <u>消費者教育推進のための環境づくり（中柱）</u> 」の視点から、「 <u>消費者教育の拠点機能の発揮と連携の推進（中柱）</u> 」の段階へシフトアップした柱立てとして、 <u>施策体系を見直</u> しました。

No	ページ	項目	項目ごとの改正のポイント
15	17	消費生活相談情報を踏まえた研修実施・教材作成（小柱）	前記中柱の見直しに関連し、これまでの「消費者教育の拠点づくり（小柱）」から、具体的に取り組む方向を示す「消費生活相談情報を踏まえた研修実施・教材作成（小柱）」として、施策体系を見直しました。
16	17	消費者教育の担い手の育成・活動の支援（小柱）	なお、改定骨子案では「消費者教育の担い手の育成・活用（小柱）」であったものを、審議会での意見を踏まえ、「消費者教育の担い手の育成・活動の支援（小柱）」として整理しました。
17	17	消費生活に関連するその他の教育との連携（小柱）	消費者をめぐる現状と課題として新たにとらえた「災害発生に関連する消費者トラブル」に関して、関連部局と連携し、災害等の非常時における消費生活に関する合理的行動のための知識・理解を進めることを明記しました。
18	18	持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進（中柱） ーエシカル（倫理的）消費の普及（小柱）	SDGsの理念を踏まえ、消費生活行政における主な取り組みとしてエシカル消費の普及を位置付けました。 なお、審議会での意見を踏まえ、商品の買い替えを促すという趣旨ではなく、商品を購入する際に、社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援することを意識することが重要であり、行政、消費者団体、事業者・事業者団体等と連携し、そうしたエシカル消費に関連する取り組みについて普及・啓発を行っていくという趣旨で記載しました。 また、エシカル消費という言葉がわかりにくいという意見も踏まえ、用語の説明を追加することに加え、改定案までにはエシカル消費に関するコラムも追加します。 なお、改定骨子案では、「エシカル消費の促進」としていましたが、審議会での意見を踏まえ「エシカル消費の普及」として整理しています。
19	19	被害未然防止に向けた注意喚起・情報発信（中柱）	新たに設けた基本方向（大柱）「消費者被害の未然防止」を構成する中柱の1つとして、「被害未然防止に向けた注意喚起・情報発信」を設け、小柱として次の3つの小柱により施策を推進します。 ・相談情報を生かした注意警戒情報の発信 ・ホームページ、SNS等様々な媒体による効果的な情報発信 ・インターネットを介して発生する消費者被害への対応 なお、3つめの小柱「インターネットを介して発生する消費者被害への対応」は、改定骨子案の段階ではなかった項目ですが、増加するインターネット関連の消費者被害への対応を明確に示すため、改定素案からでは、新たな小柱として追加しています。
20	19	消費者の特性に配慮した対応	新たに設けた基本方向（大柱）「消費者被害の未然防止」を構成する中柱の1つとして、「消費者の特性に

No	ページ	項目	項目ごとの改正のポイント
		(中柱)	配慮した対応」を設け、小柱として次の3つの小柱により施策を推進します。 <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者・障がい者に配慮した対応 ・若者に配慮した対応 ・外国人に配慮した対応
21	19	高齢者・障がい者に配慮した対応（小柱）	審議会では、「高齢者と障がい者を分けて取り扱ってほしい」とのご意見がありましたが、ここでは、消費者として十分な行為能力が期待できず、周囲の支えが必要な主体に対する見守りという点で共通の括り【高齢者、障がい者】の区分のままとし、若者・外国人の部分との記載のバランスも考慮しつつ、従来より丁寧に記載し、特性に応じて施策を推進することを表現しました。
22	20	若者に配慮した対応（小柱）	SNSを活用した効果的な情報発信や、若者が相談しやすい環境づくりなどをおして、若者に配慮した消費者被害の未然防止に取り組むことを明記しました。若者が相談しやすい環境づくりについては、新たな取組みとして、青少年部門の相談機関との連携をはじめます。
23	20	外国人に配慮した対応（小柱）	他機関と連携し、外国人の消費者トラブルにも適切に対応していくことと、外国語による消費生活相談窓口案内リーフレットにより、悪質商法への注意を呼びかけていくことを明記しました。
24	20	適格消費者団体との連携による被害未然防止（小柱）	県内で適格消費者団体が認定されことを踏まえ、新たな小柱として設定し、当該団体と連携して消費者被害未然防止の取組みを推進することを明記しました。
25	21	消費者団体や事業者団体との連携による被害未然防止（小柱）	消費者被害未然防止のキャンペーンや悪質な訪問販売撲滅に関する取組みを、消費者団体や事業者団体との連携により進めていくことを明記しました。
26	22	かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談機能の向上（中柱）	これまでの「かながわ中央消費生活センターの機能向上（中柱）」から、「 <u>かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談機能の向上（中柱）</u> 」として、文言を見直しました。 <p>なお、改定骨子案では、「かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談対応の強化」としていましたが、改正素案では、「かながわ中央消費生活センターにおける消費生活相談機能の向上」として整理しています。</p>
27	22	市町村消費生活相談との連携・支援（中柱）	これまでの「市町村消費生活相談のサポート（中柱）」から、 <u>連携の視点を加え、「市町村消費生活相談との連携・支援（中柱）」として、施策体系を見直しました。</u>
28	22	市町村の実情に応じたサポート（小柱）	指定消費生活相談員による市町村のサポートに関する取組みを追記しました。

No	ページ	項目	項目ごとの改正のポイント
29	23	消費者被害救済委員会による被害の救済（小柱）	これまで、基本方向3「安全・安心な消費生活の確保」の中の「消費者被害の未然防止、拡大防止に向けた取組み（中柱）」に「消費者被害救済委員会などによる被害の救済（小柱）」として、適格消費者団体の設立支援を併せて記載していたものを、救済委員会の機能発揮に向け運用を見直したことを踏まえ、 <u>単独の小柱「消費者被害救済委員会による被害の救済」として、施策体系を見直しました。</u>
30	24	事業者団体との連携による普及啓発（小柱）	審議会での、「事業者と被害情報を共有できるかということが非常に重要なポイントではないか」との審議会での意見を踏まえ、被害情報の共有や意見交換を行い、消費者被害の未然防止を図ることを明記しました。
31	24	適正な表示の推進（小柱）	これまでの「適正な食品表示の推進（小柱）」の食品に特化したものではなく、 <u>表示全般について適正な表示を推進する必要がある</u> ので、「適正な表示の推進（小柱）」として、 <u>施策体系を見直しました。</u>
32	25	推進体制	毎年度の事業検証の主体と、事業検証における審議会の役割を明確にしました。 また、これまでは「消費者教育推進地域協議会」に関して、審議会の位置づけのみ記載しているため、前述同様、審議会の意見とその扱いを明確にしました。
33	該当ページ	用語の説明	説明や補足が必要と思われる用語については、適宜説明を追加しています。改定案～冊子作成の段階では、用語の説明は、ページのフッター部分に記載する予定です。 また、用語の説明以外に、巻末に消費者トラブル用語集を新たに作成し掲載する予定です。