

新旧対照表

資料 2

第 8 期基本計画（案）	第 8 期基本計画（素案）
(2) 激甚化・頻発化する自然災害など危機への対応 平成23年（2011年）3月11日に発生した東日本大震災から16年が経過しました。大震災は様々な面で本県にも大きな影響を与えました。 今後、マグニチュード7クラスの首都直下地震が30年以内に約70%の確率で発生し、本県においても大きな被害が生じることが予想されています。 さらに、<u>温室効果ガスの増加により気温が上昇し、その結果として風水害の激甚化・頻発化が予想されています。</u> (3) デジタル技術の社会への浸透 <u>現在、年代を問わずインターネットやSNSの利用が日常的なものとなっています。デジタル化の進展は、利便性や生活の質の向上に大きく寄与する一方で、取引環境の複雑化・多様化により、県民が消費者トラブルに遭う可能性を高めています。</u> <u>また、今後のデジタル社会においては、AI技術が中心的な役割を担うことが予想されます。生成AIやディープラーニングの急速な発展により、AIは多様な分野に浸透し、業務効率化を進め、新たな価値を創造しています。一方で、ディープフェイク動画による詐欺や風評被害の助長、</u>	第1 計画の概要 (略) 第2 本県の消費者行政を取り巻く現状 1 時代の潮流 (1) 人口減少・超少子高齢社会の到来 (略) (2) 激甚化・頻発化する自然災害など危機への対応 平成23年（2011年）3月11日に発生した東日本大震災から16年が経過しました。大震災は様々な面で本県にも大きな影響を与えました。 今後、マグニチュード7クラスの首都直下地震が30年以内に約70%の確率で発生し、本県においても大きな被害が生じることが予想されています。 さらに、<u>地球温暖化に伴う気候変動により、自然災害は更に激甚化・頻発化することも予想されています。</u>

<u>AIが事実でない情報を真実のように生成する「ハルシネーション」現象など、新たなリスクが懸念されています。</u> <u>デジタル化がもたらす恩恵を最大限に活用しつつ、リスクの最小化を図っていくことが、これからの社会の重要なテーマになるものと予想されます。</u> 5 持続可能な消費生活社会の実現 持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現に向けた機運の高まりから、国際目標となるSDGs（Sustainable Development Goals）が設定され、令和12年（2030年）の目標年に向けた取組が進んでいます。 <u>また、目標年を迎えた後においても、理念である「持続可能で誰一人取り残さない社会」の実現のための取組を継続していく必要があります。</u> 例えば、環境に配慮した商品を選択して購入するなどのエシカル消費や、<u>資源の効率的・循環的な利用を図る経済活動であるサーキュラーエコノミー等の理解を進め、自ら考えて行動する自立した消費者となることが求められています。</u> さらに、消費者がより良い消費活動をするためには、事業者が消費者と共	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 (略) 2 事業者指導の強化 (略) 3 多様な「消費者のせい弱性」を踏まえた対応の充実 (略) 4 消費者教育の推進 (略) 5 持続可能な消費生活社会の実現 持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現に向けた機運の高まりから、国際目標となるSDGs（Sustainable Development Goals）が設定され、令和12年（2030年）の目標年に向けた取組が進んでいます。 <u>本県でも、行政だけでなく県民や企業など民間主体も巻き込みワンチームで「埼玉版SDGs」を推進しています。</u> <u>SDGsの達成には、全ての関係者が役割を果たすことが重要であり、例えばSDGs12番目の目標「つくる責任 つかう責任」では、事業者任せではなく、消費者自らが意識を持ち、行動することが前提になっています。</u>環境に配慮した商品を選択して購入するなどのエシカル消費や食品ロス削減、3R（Reduce、Reuse、Recycle）等の理解を進め、自ら考えて行動する自立した消費者となることが求められています。 さらに、消費者がより良い消費活動をするためには、事業者が消費者と
--	--

創・協働し、商品・サービスの改善等を通じて消費者の行動変容を促し、社会価値の向上を目指す「消費者志向経営」に取り組むことも必要です。 (5) 削除 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」 私達を取り巻く消費生活に関する問題は複雑化・多様化しています。こうした問題に対応していくためには、消費者トラブルが生じた場合に適切かつ迅速に解決される体制の整備、充実が必要です。	共創・協働し、商品・サービスの改善等を通じて消費者の行動変容を促し、社会価値の向上を目指す「消費者志向経営」に取り組むことも必要です。 6 緊急時における消費者行動の変化への対応 (略) 第4 施策展開の方向 1 基本的視点 (1) 国・県・市町村との役割分担 (略) (2) 消費者の権利尊重 (略) (3) 消費者の自立支援 (略) (4) 連携と共助 (略) (5) SDG s <u>SDG sの17の目標の中でも12番目の目標「つくる責任、つかう責任（持続可能な消費と生産）」は特に消費者政策と関連が強く、本計画に基づく施策を通じてSDG s達成のための取組を加速化していく必要があります。また、SDG s達成年限を迎えた後においても基本的理念である「誰一人取り残さない」とする取組を継続していく必要があります。</u> 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」 私達を取り巻く消費生活に関する問題は複雑化・多様化しています。こうした問題に対応していくためには、消費者トラブルが生じた場合に適切かつ迅速に解決される体制の整備、充実が必要です。
---	---

また、消費者取引の適正化を図るため、悪質事業者等への徹底した処分及び指導の強化を図らなければなりません。

さらに、消費者に対する適切な情報提供などを通じた消費者被害の未然防止を図るとともに、消費者が、消費者トラブルを回避するための適切な行動を取ることができるよう、生涯を通じた消費者教育を推進することが重要です。

加えて、エシカル消費の普及など持続可能な消費生活社会の実現に向けた取組も必要です。

そこで、本県では、消費生活に関わる多様な主体がこれらの取組を連携、協力して推進することにより、消費者の権利が最大限尊重され、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します。

3 基本指標

「1年以内に消費者被害の経験がある県民の割合」

現状（令和7年度） 2.04%（1万人当たり204人）

→ 目標（令和13年度） 1.06%（1万人当たり106人）

本計画の目標である「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」とは、県民が消費生活の中で経済的・物的な被害に遭うことのない社会です。

その実現のためには、全ての県民が消費者被害に関する最新情報に確実にアクセスできること、違和感に気づき、意に沿わない勧誘等を受けた際にはきっぱりと断れるような消費者教育を受けていること、ひとりで抱え込まず速やかに消費生活相談につなげられること、さらに、悪質な勧誘等を行

また、消費者取引の適正化を図るため、悪質事業者等への徹底した処分及び指導の強化を図らなければなりません。

さらに、消費者に対する適切な情報提供などを通じた消費者被害の未然防止を図るとともに、消費者が、消費者トラブルを回避するための適切な行動を取ることができるよう、生涯を通じた消費者教育を推進することが重要です。

加えて、SDGsの12番目の目標「つくる責任 つかう責任」を踏まえた、エシカル消費の普及など持続可能な消費生活社会の実現に向けた取組が不可欠です。

そこで、本県では、消費生活に関わる多様な主体がこれらの取組を連携、協力して推進することにより、消費者の権利が最大限尊重され、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します。

3 基本指標

「1年以内に消費者被害の経験がある、または悪質な勧誘等を受けた県民の割合」

現状（令和8年度） 18.5%（1,000人当たり185人）

→ 目標（令和13年度） 13.8%（1,000人当たり138人）

本計画の目標である「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」とは、県民が消費生活の中で経済的・物的な被害に遭うことのない社会であり、さらに究極的には消費者被害に遭わないだけでなく、悪質な勧誘等を受けることのない社会であると考えています。

その実現のためには、全ての県民が消費者被害に関する最新情報に確実にアクセスできること、違和感に気づき、意に沿わない勧誘等を受けた際にはきっぱりと断れるような消費者教育を受けていること、ひとりで抱え込まず速やかに消費生活相談につなげられること、さらに、悪質な勧誘等を行

う事業者の活動を県内から排除することが必要です。 これら施策の取組状況を総合的に確認するため「１年以内に消費者被害の経験がある県民の割合」を基本指標として設定しました。 計画年限である令和１３年度における目標値は現状値<u>２．０４％</u>に対し、<u>０．９８</u>ポイント改善した<u>１．０６％</u>とします。 <u>（注釈削除）</u> （イ）高齢者等の消費者被害の未然防止のため、市町村における見守りネットワークの設置・活性化の支援や、消費者被害防止に取り組むボランティアの育成を進めます。	行う事業者の活動を県内から排除することが必要です。 これら施策の取組状況を総合的に確認するため「１年以内に消費者被害の経験がある、<u>または悪質な勧誘等を受けた県民の割合</u>」を基本指標として設定しました。 計画年限である令和１３年度における目標値は現状値<u>１８．５％</u>に対し、<u>４．７</u>ポイント改善した<u>１３．８％</u>とします。 ※ 指標は毎年度実施する県政世論調査で把握。ただし、現状値は県政サポーターアンケート調査により把握した数値。 ４ 施策指標 （略） 第５ 施策の体系 ー総合的な取組ー 施策の柱１ 問題解決体制の充実 （略） 施策の柱２ 適正取引と事業者指導の強化 （略） 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支援・普及啓発 ア こども・若者への支援・普及啓発 （略） イ 高齢者への支援・普及啓発 （ア）（略） （イ）高齢者等の消費者被害の未然防止のため、市町村における見守りネットワークの設置・活性化の支援や、消費者被害防止に取り組むボランティアの育成を進めます。
--	--

(担当課所：消費生活課、地域包括ケア課)

○ 消費者安全確保地域協議会の設置促進

市町村における消費者安全確保地域協議会の設置促進のための「高齢者の消費者被害防止フォーラム」や地域見守り担当者講座の開催、巡回訪問による市町村との意見交換、県における消費者安全確保地域協議会の設置

○ 消費者被害防止サポーターの育成

消費者被害防止サポーターの登録・市町村への周知、サポーター基礎講座・フォローアップ研修の実施

○ 要援護高齢者等支援ネットワークの活用

市町村における要援護高齢者等支援ネットワークを活用

(担当課所：消費生活課、地域包括ケア課)

○ 消費者安全確保地域協議会の設置促進

市町村における消費者安全確保地域協議会の設置促進のための「高齢者の消費者被害防止フォーラム」や地域見守り担当者講座の開催、巡回訪問による市町村との意見交換

○ 消費者被害防止サポーターの育成

消費者被害防止サポーターの登録・市町村への周知、サポーター基礎講座・フォローアップ研修の実施

○ 要援護高齢者等支援ネットワークの活用

市町村における要援護高齢者等支援ネットワークを活用

ウ 障害者への支援・普及啓発

(略)

エ 在留外国人・訪日外国人消費者への支援・普及啓発

(略)

(2) 消費者の組織活動の促進

(略)

(3) 消費者意見の反映

(略)

施策の柱4 消費者教育の推進

(略)

施策の柱5 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

(略)

(2) 人や地域・社会に配慮した事業活動推進の支援

(略)

イ サーキュラーエコノミーの推進

廃棄物を最小限にし、資源の効率的・循環的な利用を図りつつ付加価値の最大化を図る経済システムである「サーキュラーエコノミー」を推進します。

(担当課所：資源循環推進課)

- サーキュラーエコノミーに対する理解促進のための普及啓発活動
県政出前講座の実施や市町村、企業と連携したイベントの実施
- サーキュラーエコノミー型製品などの利用促進
サーキュラーエコノミー型製品などの認定と利用拡大の促進
- 使用済み小型電子機器等のリサイクル
使用済み小型電子機器等のリサイクルに関する情報の提供
- (削除)

※施策体系表(本文27ページ)の「3R(Reduce, Reuse, Recycle)の推進」も「サーキュラーエコノミーの推進」に変更

(3) 環境への配慮

ア 環境教育の推進

(略)

イ 3R(Reduce, Reuse, Recycle)の推進

プラスチックごみの削減及び適正処理の推進とプラスチック資源の循環利用を促進します。

(担当課所：資源循環推進課)

- 市町村及び事業者と連携した普及啓発活動
市町村や若者に人気のある企業と連携したキャンペーンの実施
- 使用済み小型電子機器等のリサイクル
使用済み小型電子機器等のリサイクルに関する情報の提供
- リサイクル製品の利用促進
リサイクル製品の認定と利用拡大の促進
- 産官民が連携したプラスチック資源の循環利用の促進
コーディネーター、大学等の専門家、事業者、市町村などのコンソーシアム(共同事業体)を結成し、県民の意識やライフスタイルの変革を喚起

ウ 脱炭素社会づくり、再生可能エネルギーの普及啓発

(略)

施策の柱6 緊急時における消費者行動の変化への対応

(略)