

予 算 要 求 資 料

令和6年度当初予算

支出科目 款：総務費 項：企画開発費 目：県民生活行政費

事業名 若者の消費者トラブル対策事業費

(この事業に対するご質問・ご意見はこちらにお寄せください)

環境生活部 県民生活課 消費生活安全係 電話番号：058-272-1111(内3017)

E-mail：c11261@pref.gifu.lg.jp

1 事業費 1,389 千円 (前年度予算額： 1,389 千円)

<財源内訳>

| 区 分 | 事業費 | 財 源 内 訳 | | | | | | | |
|-----|-------|------------|------------|------------|------------|-----|-----|-----|------------|
| | | 国 庫 支出金 | 分担金 負担金 | 使用料 手数料 | 財 産 収 入 | 寄附金 | その他 | 県 債 | 一 般 財 源 |
| 前年度 | 1,389 | 694 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 695 |
| 要求額 | 1,389 | 694 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 695 |
| 決定額 | | | | | | | | | |

2 要 求 内 容

(1) 要求の趣旨(現状と課題)

- ・若者は社会経験の乏しさ等から、悪質商法の標的とされることが多く、特に契約の未成年者取消権を行使できなくなる成年となった直後に、消費者トラブルが急増している。
- ・令和4年4月に成年年齢が引下げられたことに伴い、若者の消費者被害の低年齢化が懸念される。
- ・そこで、消費者として必要な、正しい知識や能力を身に付け、消費者トラブルや消費者事故を未然に防ぐ力、解決する力を身に付けるため、若者が被害に遭いやすい消費者トラブルの対処方法や消費生活相談窓口(消費者ホットライン)を周知することが重要である。
- ・若者に対する消費者トラブル対策は喫緊の課題であり、消費生活相談につなげる取組みや悪質商法に関する啓発活動を積極的かつ効果的に実施していく必要がある。

(2) 事業内容

- 若年層向け消費者被害防止に関するデジタル広告
 - ・消費者トラブルの被害防止、消費者ホットラインの周知等に関するデジタル広告を、若年層をターゲットとしてスマートフォン等に配信する。

(3) 県負担・補助率の考え方

- ・国負担 1 / 2

(4) 類似事業の有無

無

3 事業費の積算内訳

| 事業内容 | 金額 | 事業内容の詳細 |
|------|-------|---------|
| 委託料 | 1,389 | デジタル広告費 |
| 合計 | 1,389 | |

決定額の考え方

4 参考事項

(1) 各種計画での位置づけ

- 【「清流の国ぎふ」創生総合戦略】 2 健やかで安らかな地域づくり
- (2) 安らかに暮らせる地域
- 5 犯罪・交通事故防止の推進
- 【岐阜県消費者施策推進指針】 1 消費者教育・啓発

(2) 国・他県の状況

- ・消費者教育推進法の施行（平成24年12月）を受け、国及び他県においても消費者教育を推進

(3) 後年度の財政負担

- ・事業の継続性について必要な検討を実施する。

事業評価調査書（県単独補助金除く）

新規要求事業

継続要求事業

1 事業の目標と成果

（事業目標）

・何をいつまでにどのような状態にしたいのか

若者が被害に遭いやすい消費者トラブルの対処方法や消費生活相談窓口を周知することにより、消費者として必要な、正しい知識や能力を養い、消費者トラブルや消費者事故の未然防止に繋げる。

（目標の達成度を示す指標と実績）

| 指標名 | R2年度 実績 | R3年度 実績 | R4年度 実績 | R5年度 目標 | 終期目標 (R6) | 達成率 |
|-------------------------------|------------|------------|------------|------------|--------------|-----|
| | | | | | | 達成率 |
| ①若年者（15～19歳）の消費者ホットライン188の認知度 | 35.9% | 42.9% | — | 47.5% | 50% | — |

※令和4年度は、国において調査が実施されなかったため統計値なし。

○指標を設定することができない場合の理由

| |
|--|
| |
|--|

（これまでの取組内容と成果）

| | |
|-------|--|
| 令和2年度 | <p>マルチ商法の被害防止、消費者ホットラインの周知に関する啓発広告を、ファミリーレストランのテーブルステッカーとして掲出した。</p> <p>若者が多く集まるファミリーレストランにおいて若者が被害に遭いやすい消費者トラブルに関する啓発を行うことで、被害の未然防止、被害の救済を図ることができた。</p> |
| | 指標① 目標：40.0% 実績：35.9% 達成率：89.8% |
| 令和3年度 | <p>マルチ商法の被害防止、消費者ホットラインの周知に関する啓発広告を、大学の学生食堂のトレイステッカーとして掲出した。</p> <p>若者が多く集まる学生食堂において若者が被害に遭いやすい消費者トラブルに関する啓発を行うことで、効果的に被害の未然防止、被害の救済を図ることができた。</p> |
| | 指標① 目標：42.5% 実績：42.9% 達成率：100.9% |
| 令和4年度 | <p>若年者をターゲットに、若者が被害に遭いやすい消費者トラブル、消費者ホットラインの周知に関するSNS広告等のインターネット広告を配信し、若年者への注意喚起、相談窓口の周知を図ることができた。</p> |
| | 指標① 目標：45.0% 実績：— 達成率：— |

