

三重県消費者施策基本指針

計画期間：令和2（2020）年度～令和6（2024）年度

（中間案）

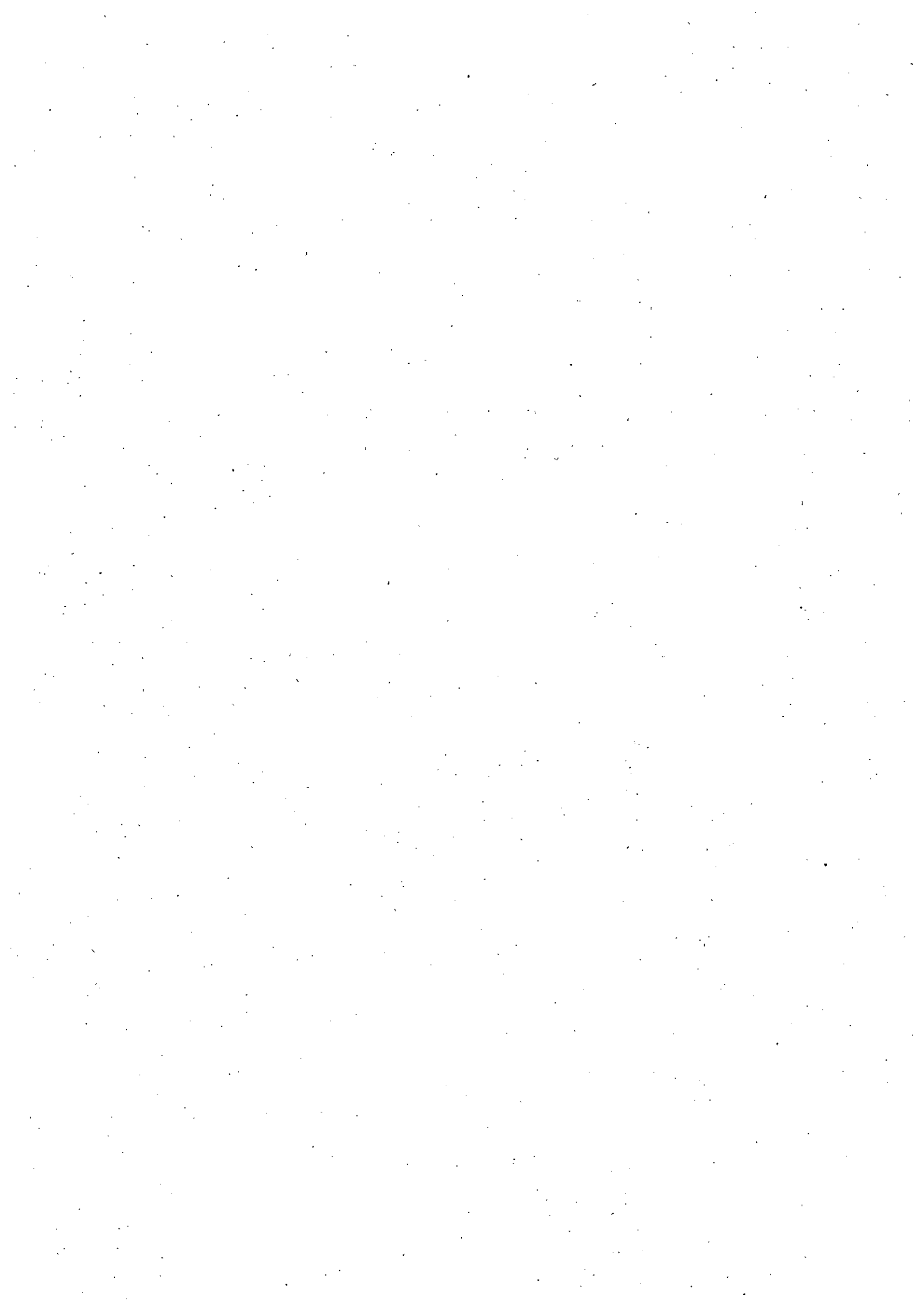
令和元（2019）年12月

三重県

(目次)

第1章	「三重県消費者施策基本指針」改定の考え方	1
1	「三重県消費者施策基本指針」改定の趣旨	1
2	「三重県消費者施策基本指針」改定の視点	1
3	「三重県消費者施策基本指針」の計画期間	3
4	「三重県消費者施策基本指針」の実効性の確保	3
5	「三重県消費者施策基本指針」の体系	4
第2章	消費者を取り巻く現状と課題	5
1	社会経済状況の変化	5
2	三重県における消費生活をめぐる現状と課題	8
3	三重県における消費生活相談の状況	11
第3章	消費者施策の具体的展開	19
第1項	自主的かつ合理的な消費活動への支援（消費者教育推進計画）	19
1	消費者の特性・場の特性に応じた体系的な消費者教育の推進	19
2	消費者教育の担い手の育成と多様な主体との連携	24
3	消費生活に関する情報提供と啓発	25
4	公正で持続可能な社会の形成に向けた取組	26
第2項	消費者の安全・安心と適正な取引等の確保	29
1	食の安全・安心の確保	29
2	商品・サービスの安全の確保	30
3	取引の安全の確保	33
4	表示・計量の適正化	33
5	生活関連物資の安定供給	35
第3項	消費者被害の防止・救済	36
1	三重県消費生活センターの相談機能の充実	36
2	市町の相談体制等の充実に向けた支援	37

3	多重債務者問題への対応	38
4	消費生活上特に配慮を要する消費者への支援	39
5	紛争の適切かつ迅速な解決	39
第4章	消費者行政の総合的・効果的推進	41
1	消費者の意見の消費者施策への反映と透明性の確保	41
2	市町・国等との連携	41
3	消費者行政推進体制の充実・強化	42
資料		
	用語の解説	43
	倫理的消費（エシカル消費）について	48
	※ 最終案において、持続可能な開発目標（SDGs）達成に 貢献する倫理的消費（エシカル消費）について記載します。	



第1章 「三重県消費者施策基本指針」改定の考え方

1 「三重県消費者施策基本指針」改定の趣旨

三重県では、「三重県消費生活条例（平成7年三重県条例第49号）」（以下「条例」という。）第3条に規定する「県民の消費生活の安定及び向上を図るために必要な消費者施策を策定し、及びこれを実施するものとする」という責務に基づき、平成19（2007）年3月に「三重県消費者施策基本指針」（以下、「基本指針」という。）を策定し、2度の改定を経て消費者施策を進めてきました。

また、平成27（2015）年度からは、基本指針の第3章第2項「自主的かつ合理的な消費活動への支援」を、「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。）に基づく「消費者教育推進計画」として位置づけ、消費者教育を計画的に実施してきました。

しかしながら、高齢者等をターゲットにした悪質商法が巧妙化、複雑化し、県民の消費生活にかかわる問題は依然として後を絶ちません。また、平成30（2018）年の民法改正により令和4（2022）年4月から成年年齢が18歳に引下げられることに伴い、これまで未成年者取消権で保護されてきた18歳、19歳の若年者が保護の対象から外れることとなるため、若年者の消費者被害拡大の防止に向けた取組が急務とされています。

さらに、国連においては平成27（2015）年9月に「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択され、消費者には、自らの消費活動が現在およ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影響を及ぼし得ることを自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画することが求められており、そのための消費者教育がますます重要となってきました。

このような社会的背景の中、三重県では、県民が一消費者として、自らの権利の擁護及び増進のため、自主的かつ合理的で責任ある消費生活を営むことができるよう、社会経済情勢の変化に対応した施策を計画的に展開していくために、これまでの基本指針を見直します。

2 「三重県消費者施策基本指針」改定の視点

(1) 三重県消費生活条例との関係

基本指針では、条例第2条に規定する基本理念の方向性を具体的に示します。第2条では消費者の権利を尊重し、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な行動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います。

「三重県消費生活条例」第2条に規定する消費者の権利

- 一 消費生活に係る商品及び役務（以下「商品等」という。）によって生命、身体及び財産を侵されず、消費者の安全が確保されること。
- 二 消費生活に係る商品等に適正な表示を行わせること。
- 三 消費生活を不当な取引行為によって侵害されず、及び不当な取引条件を強制されないこと。
- 四 消費生活において受けた不当な被害から速やかに救済されること。
- 五 消費生活に必要な情報、知識及び教育の機会が提供されること。
- 六 消費者の意見が県の消費者施策に反映されること。

(2) みえ県民カビジョンとの関係

基本指針では、みえ県民カビジョンにおける「消費生活の安全の確保」の「県民の皆さんとめざす姿」である「県や市町、消費者団体、事業者団体、地域住民等さまざまな主体が連携することにより、消費者一人ひとりが消費生活に関する正しい知識を得て、事業者との契約トラブル等を回避する自主的かつ合理的な消費活動を行うとともに、単なるサービスの受け手としてではなく、社会、経済、環境などに消費が与える影響を考えて商品・サービスを選ぶなど、公正で持続可能な社会の形成に寄与するような消費生活」を営んでいる社会の実現を目標にしつつ、目まぐるしく変化する社会経済情勢を勘案しながら、時代に合った、より具体的な方向性を示します。

(3) 「消費者基本計画」との関係

国においては、「消費者基本法（昭和43年法律第78号）」第9条の規定に基づき、政府が消費者政策の計画的な推進を図るため、長期的に講ずべき消費者政策の大綱及び消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項について定めた「消費者基本計画」（計画期間：平成27（2015）年度～令和元（2019）年度）を策定しており、令和2（2020）年度からは、新たな「消費者基本計画」に基づき取組を進めていくこととしています。三重県においても国の取組方向に沿った施策を実施するほか、地域の実情に応じたよりきめ細やかな取組を推進します。

(4) 消費者教育推進法との関係

消費者教育推進法により、各地方公共団体では、「消費者教育推進計画」の策定が努力義務として位置づけられています。三重県では、今回改定する基本指針のうち、「第3章 消費者施策の具体的展開」の「第1項 自主的かつ合理的な消費活動への支援」を、「消費者教育推進計画」として位置づけ、消費者教育を計画的に進めていきます。

3 「三重県消費者施策基本指針」の計画期間

計画期間は、国の策定する「消費者基本計画」に合わせ令和2（2020）年度～令和6（2024）年度の5年間とします。

4 「三重県消費者施策基本指針」の実効性の確保

主要な施策の進捗状況を「三重県消費生活対策審議会」※1に報告するとともに、審議会の意見を踏まえて施策に反映させていきます。

また、特に消費者教育に関しては、消費者教育推進法に基づく「消費者教育推進地域協議会」※2として位置づけている「三重県消費生活対策審議会消費者教育研究部会」における意見を十分に反映させ、進捗管理していきます。

5 「三重県消費者施策基本指針」の体系(「第3章 消費者施策の具体的展開」)

三重県消費者施策基本指針

第1項 自主的かつ合理的な消費活動への支援(消費者教育推進計画)

消費者市民社会形成に寄与するための消費者教育の体系的・効果的な推進と実践的能力の育成

- 1 消費者の特性・場の特性に応じた体系的な消費者教育の推進
- 2 消費者教育の担い手の育成と多様な主体との連携
- 3 消費生活に関する情報提供と啓発
- 4 公正で持続可能な社会の形成に向けた取組

第2項 消費者の安全・安心と適正な取引等の確保

法令に基づく監視・指導、消費者への適正かつ迅速な情報提供や事業者の自主的な取組支援等

- 1 食の安全・安心の確保
- 2 商品・サービスの安全の確保
- 3 取引の安全の確保
- 4 表示・計量の適正化
- 5 生活関連物資の安定供給

第3項 消費者被害の防止・救済

さまざまな主体が参画した相談体制や見守り体制の確立

- 1 三重県消費生活センターの相談機能の充実
- 2 市町の相談体制等の充実に向けた支援
- 3 多重債務者問題への対応
- 4 消費生活上特に配慮を要する消費者への支援
- 5 紛争の適切かつ迅速な解決

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 社会経済状況の変化

(1) 国の動き

消費者を取り巻く環境は、少子高齢化、規制改革や高度情報通信化社会の進展、電子商取引の拡大や決済手段の多様化・高度化など大きく変化しており、それに伴う商取引の多様化・複雑化は、新たな消費者トラブル、消費者被害の発生をまねいています。

全国の消費生活相談窓口に寄せられる相談の傾向として、全相談数に占める高齢者の相談割合は増えてきています。こうしたことに対応するため、国においては平成28(2016)年、平成30(2018)年に「消費者契約法」を改正し消費者保護の強化を図るとともに、平成28(2016)年には「特定商取引に関する法律」(以下「特定商取引法」という。)を改正し、悪質業者への対応の強化を図ってきました。

また、国においては、消費者が「どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心が確保される地域体制」の整備を進めており、平成27(2015)年度から「地方消費者行政推進交付金」制度を創設し、「地方消費者行政強化作戦」に基づき、地方消費者行政の充実・強化に取り組んできました。さらに、平成30(2018)年度からは、「地方消費者行政強化交付金」制度を創設し、「持続可能な開発目標(SDGs)」に関連する施策や社会経済状況の変化に対応した地方消費者行政の体制整備など、重要な消費者政策に積極的に取り組む地方公共団体を支援しています。

(2) 民法改正による成年年齢の引下げ

民法では、法定代理人の同意なく未成年者が単独で行った法律行為については、法定代理人が取り消すことができます(未成年者取消権)。

20歳になった若年者(成人)に注目すると、消費生活相談件数は未成年者と比べて多くなっており、それらの相談の中には、未成年者取消権による保護がなくなる満20歳を迎えた直後に、悪質な事業者のターゲットとなった事例もみられます。

平成30(2018)年に民法が改正され、令和4(2022)年4月から成年年齢が18歳に引き下げられます。この成年年齢引下げに伴い、18歳から単独で契約行為が行えるようになる一方で、これまで未成年ということで保護されていた18、19歳の若年者が、保護の対象から外れることになるため、消費者被害の未然防止、拡大防止に向け、学校等における消費者教育の取

組を強化していく必要があります。

(3) 学習指導要領の改訂

平成29(2017)年には、小・中学校の学習指導要領が改訂され、小学校の社会科、家庭科で、また、中学校の社会科(公民的分野)、技術・家庭科(家庭分野)で消費者教育に関する内容が充実されました。さらに、平成30(2018)年には、高等学校の学習指導要領が改訂され、成年年齢の引下げをふまえ、公民科、家庭科等において消費者教育に関する内容の充実が図られました。今後、移行期間を経て、新たな学習指導要領に基づく体系的な消費者教育の実施が求められます。

(4) 高度情報通信社会の進展

情報通信技術の高度化等によるパソコンやタブレット型端末、スマートフォン等の情報通信機器の急速な普及は、消費者のライフスタイルに大きな変化をもたらしています。

このような高度情報通信社会の進展により、インターネットは、事業活動だけでなく日常生活でも欠くことのできないものとなり、消費者は自宅に居ながらにして手軽に商品やサービスを購入できるようになりました。

この結果、全世代にわたりインターネットを利用した通信販売や架空請求トラブルに巻き込まれるケースが後を絶ちません。

さらに、IoT^{※3}や人工知能(AI)等の新技術を活用した新たなビジネスの登場や電子マネーや暗号資産(仮想通貨)^{※4}の利用など決済手段の多様化・高度化が進むなど、消費者の利便性が高まる一方で、新たな消費者トラブルの発生が懸念されます。

こうしたことから新たな消費者被害に対応するため、国や県、市町が役割分担し、一体となって消費者行政に取り組んでいくとともに、安全で安心できる消費生活を確保するためには、消費者団体、事業者団体等と連携し、幅広く啓発活動を行う必要があります。

(5) 持続可能な開発目標(SDGs)達成への貢献

持続可能な開発目標(SDGs)は、平成27(2015)年9月に国連の「持続可能な開発サミット」で採択された令和12(2030)年までの国際目標です。SDGsでは、17の持続可能な開発目標を達成することにより「誰一人取り残さない」社会の実現に向けて、途上国のみならず先進国も実施に取り組むものになっています。

SDGsの目標12では「つくる責任・つかう責任」が掲げられ、世界全

体の一人当たりの食料廃棄の半減や人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることなどが盛り込まれています。

全ての人は消費者であり、消費者の活動規模は社会経済活動全体の中で大きな割合を占めていることから、公正・健全な社会と安全・安心な消費生活の実現を図る消費者施策の取組を通じて、SDGsの達成に貢献することが求められます。

【消費者施策とSDGsの関連】

消費者それぞれが各自にとっての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しながら消費活動を行う倫理的消費（エシカル消費）の普及・啓発は、SDGsの目標「12. つくる責任・つかう責任」に関連する取組です。

また、消費者施策は、SDGsの目標「1. 貧困をなくそう」、「4. 質の高い教育をみんなに」、「17. パートナーシップで目標を達成しよう」との関連が強く、これらの目標達成に貢献するものです。

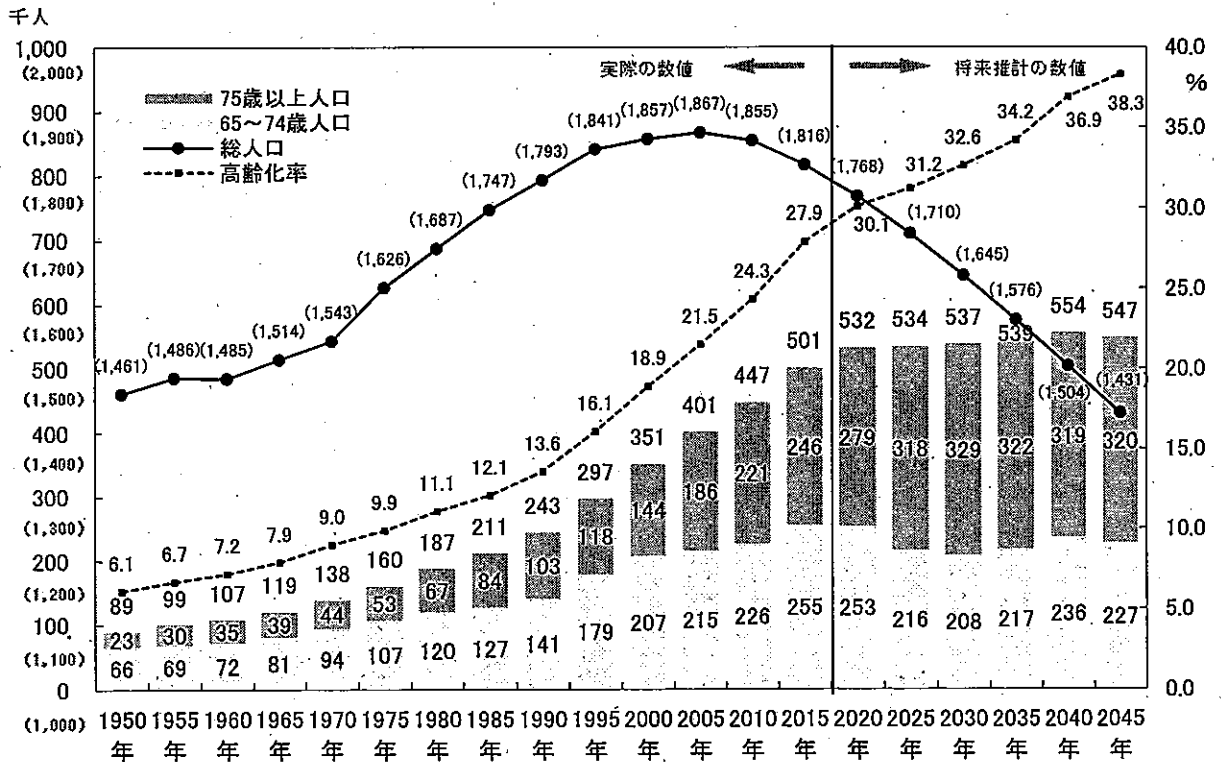


2 三重県における消費生活をめぐる現状と課題

(1) 高齢化の進展

三重県の総人口に占める高齢者(65歳以上)人口の割合は、平成27(2015)年には27.9%でしたが、年々増加し、令和2(2020)年には30%を超え、令和17(2035)年には34.2%、令和27(2045)年には38.3%となり、およそ4割が高齢者になると推計されています。

三重県の高齢化の推移と将来推計



資料：2015年以前は総務省統計局「国勢調査」、2020年以後は国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(平成30年3月推計)」から作成

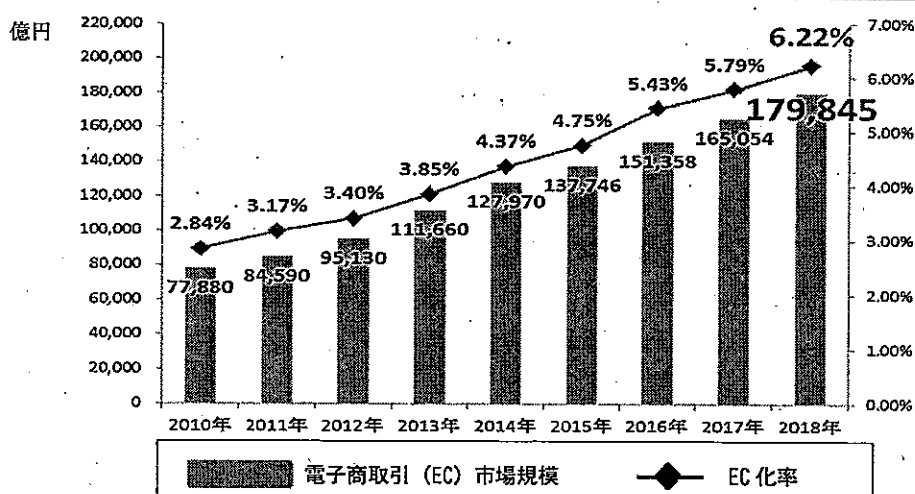
また、国立社会保障・人口問題研究所の『日本の世帯数の将来推計』(平成30(2018)年調査)によれば、三重県の高齢者人口に占める一人暮らしの世帯の割合は、平成27(2015)年の16.3%から、令和17(2035)年には20.0%となり、高齢者の5人に1人は一人暮らしになると推計されています。

このようなことから、高齢者の消費者トラブル防止のための啓発を一層進めるとともに、消費者に身近な市町における相談体制及び見守り体制の充実に向けた取組が求められます。

(2) インターネット社会の急激な進展

日本国内の消費者向けの電子商取引の市場規模は年々増加してきており、平成22(2010)年の7.8兆円から平成30(2018)年には18兆円となり、8年間で約2.3倍となっています。

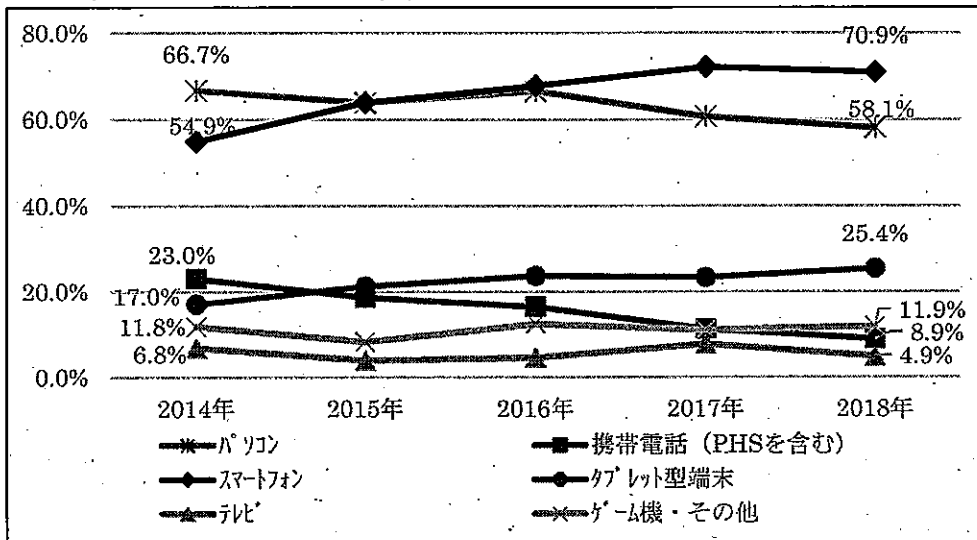
消費者向け電子商取引市場規模の推移



資料：「平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」（経済産業省）から作成

このような中で、総務省「通信利用動向調査」によると、三重県においてインターネットを閲覧する際にスマートフォンを利用する人の割合は平成26(2014)年の54.9%から平成30(2018)年には70.9%に増加しており、パソコンを上回る結果となっています。また、タブレット型端末についても利用する人の割合が増加しています。スマートフォンやタブレット型端末の利用により、いつでも、どこでも、手軽に商品やサービスの購入が可能となっています。

三重県におけるインターネット閲覧時の利用機器



資料：平成30年「通信利用動向調査」（総務省）から作成

また、三重県教育委員会事務局が実施した、平成30年度「スマートフォン等の使用に関する実態調査」によれば、小学生の39.3%、中学生の72.2%、高校生の98.2%が、自分専用の携帯電話やスマートフォンを所持して使用していると回答しており、若年者にもスマートフォン等が普及していることがわかります。

スマホ（携帯電話やスマートフォン）の所持率

	小学生	中学生	高校生
自分専用のスマホを所持して使用している	39.3%	72.2%	98.2%
自分は所持していないが、保護者・友だち等のスマホを借りて使用している、または使用したことがある	50.7%	20.7%	0.6%
自分は所持しておらず、使用したこともない	10.0%	7.1%	1.2%

資料：平成30年度「スマートフォン等の使用に関する実態調査」（三重県教育委員会事務局）から作成

このようなことから、インターネット社会に潜む危険性について、若年者から高齢者に至るまで、さまざまな手段を用いて啓発を行うほか、民法の成年年齢引下げに伴い、若年者に対する知識と意識の向上を図るための消費者教育の強化が求められます。

(3) 外国人住民の増加

平成30（2018）年12月末現在の三重県の外国人住民数は50,612人で、前年より2,947人（6.2%）増加し、平成26（2014）年から5年連続で増加しました。

また、三重県の総人口に占める外国人住民の割合は、「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」（総務省）によると平成31（2019）年1月1日現在で2.78%であり、全国順位は第4位となっています。

「出入国管理及び難民認定法」の改正に伴い、平成31（2019）年4月に在留資格「特定技能」が創設されたことから、今後さらに外国人住民が増加することが予想されます。

このようなことから、外国人住民の消費者トラブルの未然防止・拡大防止に向け、市町や関係機関と連携し、多言語に対応した相談や啓発活動を実施することが求められます。

3 三重県における消費生活相談の状況

(1) 三重県消費生活センターにおける消費生活相談の状況

三重県消費生活センターでは、消費生活に関する問合せや消費者トラブルの苦情を受け付け、解決に向けた助言やさまざまな情報を提供しています。

① 相談件数の推移（受付件数）

三重県消費生活センターで受け付けた相談件数は、平成26（2014）年度は4,056件でしたが、平成30（2018）年度は2,586件であり、減少傾向にあります。

平成29（2017）年度には3,056件と前年度に比べて増加しましたが、これは、訴訟をほのめかす、はがきによる架空請求の増加が主な要因です。

(表1) 三重県消費生活センターにおける相談受付件数の推移（件）

項目	H26	H27	H28	H29	H30
相談受付件数	4,056	2,753	2,487	3,056	2,586
対前年度増減	▲274	▲1,303	▲266	569	▲470
増減率（%）	▲6.3	▲32.1	▲9.7	22.9	▲15.4
問合せ	194	176	145	139	99
架空請求	947	621	526	870	472
その他相談	2,915	1,956	1,816	2,047	2,015

② 年代別苦情相談件数の推移

契約当事者の年代別苦情相談件数をみると、平成26（2014）年度は、30歳代以上は500件から600件台と、ほぼ横並びとなっています。

しかし、平成30（2018）年度には30歳代及び40歳代の割合が減少し、50歳代以上の割合が増加しました。特に60歳代以上の高齢者の相談件数に占める割合は年々増加しており、平成30（2018）年度には40%を超えました。

一方、未成年者や20歳代の若年者の相談件数は少ないですが、20歳代の相談件数は未成年者のおよそ3倍となっており、その要因の一つとして、成人を契機に消費者トラブルに巻き込まれるケースが考えられます。

（表2）契約当事者の年代別苦情相談件数の推移（件）

	H26	H27	H28	H29	H30
未成年	141 (3.7)	99 (3.8)	64 (2.7)	49 (1.7)	45 (1.8)
20歳代	328 (8.5)	216 (8.4)	205 (8.8)	187 (6.4)	141 (5.7)
30歳代	526 (13.6)	296 (11.5)	285 (12.2)	250 (8.6)	204 (8.2)
40歳代	690 (17.9)	466 (18.1)	394 (16.8)	452 (15.5)	358 (14.4)
50歳代	581 (15.0)	434 (16.8)	384 (16.4)	558 (19.1)	419 (16.8)
60歳代	584 (15.1)	395 (15.3)	415 (17.7)	624 (21.4)	462 (18.6)
70歳以上	606 (15.7)	400 (15.5)	337 (14.4)	467 (16.0)	542 (21.8)
不明	405 (10.5)	271 (10.5)	258 (11.0)	330 (11.3)	316 (12.7)
合計	3,861	2,577	2,342	2,917	2,487

（表2）の苦情相談件数は（表1）の相談受付件数から問合せ（H26年度は「個人情報のみの苦情」1件を加える。）を除いた件数です。

表中の（ ）内は構成比（%）

③ 販売方法別苦情相談件数の推移

販売方法別の苦情相談件数をみると、いずれの年度においても通信販売に関する相談が最も多く、次に店舗販売に関する相談が多くなっています。スマートフォン等の利用により、手軽に商品やサービスが購入できる一方で、店舗販売などに比べ、消費者トラブルになるケースが多いことが伺えます。

また、訪問販売、電話勧誘販売やマルチ商法^{※5}など、その他の販売方法については、平成26（2014）年度に比べ平成30（2018）年度の相談件数は減少しているものの、相談件数に占める割合に大きな変化はなく、依然として多くの消費者がトラブルに巻き込まれている現状があります。

（表3-1）販売方法別苦情相談件数の推移（件）

項目	H26	H27	H28	H29	H30
通信販売	1,422 (36.8)	1,003 (38.9)	943 (40.3)	985 (33.8)	789 (31.7)
店舗販売	1,064 (27.6)	720 (27.9)	658 (28.1)	675 (23.1)	623 (25.1)
訪問販売	446 (11.6)	290 (11.3)	240 (10.2)	292 (10.0)	249 (10.0)
電話勧誘販売	372 (9.6)	223 (8.7)	187 (8.0)	174 (6.0)	155 (6.2)
マルチ商法	53 (1.4)	57 (2.2)	48 (2.0)	50 (1.7)	42 (1.7)
訪問購入	23 (0.6)	18 (0.7)	22 (0.9)	21 (0.7)	21 (0.8)
初タイプオプション ※6	13 (0.3)	13 (0.5)	11 (0.5)	17 (0.6)	12 (0.5)
その他無店舗 販売	20 (0.5)	22 (0.9)	15 (0.6)	11 (0.4)	17 (0.7)
不明等	448 (11.6)	231 (9.0)	218 (9.3)	692 (23.7)	579 (23.3)
合計	3,861	2,577	2,342	2,917	2,487

（表3-1）の苦情相談件数は（表1）の相談受付件数から問合せ（H26年度は「個人情報のみの苦情」1件を加える。）を除いた件数です。

表中の（ ）内は構成比（％）

なお、60歳代以上における販売方法別の苦情相談件数をみると、平成26(2014)年度には店舗販売が通信販売を上回っていましたが、平成27(2015)年度以降は通信販売の方が多くなっています。

また、全年代に比べると、通信販売や店舗販売の相談割合が低く、訪問販売、電話勧誘販売や訪問購入の相談割合が高くなっています。これは、他の年代と比べて在宅機会が多いことによるものと考えられます。

(表3-2) 60歳代以上における販売方法別苦情相談件数の推移 (件)

項目(上位5項目)	H26	H27	H28	H29	H30
通信販売	294 (24.7)	219 (27.5)	252 (33.5)	279 (25.6)	255 (25.4)
店舗販売	304 (25.5)	199 (25.0)	202 (26.9)	207 (19.0)	218 (21.7)
訪問販売	196 (16.5)	134 (16.9)	92 (12.2)	127 (11.6)	120 (12.0)
電話勧誘販売	202 (17.0)	102 (12.8)	93 (12.4)	83 (7.6)	77 (7.7)
訪問購入	15 (1.3)	13 (1.6)	12 (1.6)	14 (1.3)	16 (1.6)
60歳以上の相談件数(総数)	1,190	795	752	1,091	1,004

(表3-2)は平成30年度の上位5項目にあわせて表記しています。

表中の()内は構成比(%)

④ 商品・役務別苦情相談件数の推移

商品・役務別苦情相談件数をみると、平成26(2014)年度から平成28(2016)年度までは、デジタルコンテンツ※7に関する相談が最も多くありましたが、平成29(2017)年度からは、商品の特定されない架空請求等の商品一般が急増しています。これは、訴訟をほのめかす、はがきによる架空請求が急増したためです。

また、健康食品や化粧品に関する相談が増加しています。

(表4-1) 商品・役務別苦情相談件数の推移 (件)

項目(上位10項目)	H26	H27	H28	H29	H30
商品一般	182	85	78	517	401
デジタルコンテンツ	895	624	519	467	254
健康食品	76	59	72	86	106
工事・建築	161	88	72	108	89
不動産貸借	113	71	77	87	75
化粧品	39	36	34	51	73
ファンド型投資商品※8	75	20	26	30	68
インターネット接続回線	155	140	129	94	58
フリーローン・サラ金	85	60	61	52	55
携帯電話サービス	56	35	39	48	50

(表4-1)は平成30年度の上位10項目にあわせて表記しています。

平成30（2018）年度における年代別の商品・役務別苦情相談件数をみると、40歳代以下はデジタルコンテンツに関する相談が最も多くなっており、その割合は年代が下がるほど高くなっています。特に未成年においてはその割合が4割程度と極めて高くなっています。また、50歳代以上は商品一般に関する相談が最も多くなっています。

（表4-2）平成30（2018）年度 年代別の商品・役務別苦情相談件数

	未成年	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	団体・不明
1	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	商品一般	商品一般	商品一般	商品一般
	17 37.78	26 18.44	31 15.20	45 12.57	80 19.09	137 29.65	102 18.82	32 10.13
2	携帯電話サービス	四輪自動車	化粧品	商品一般	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	ファンド型投資商品	電気
	3 6.67	9 6.38	13 6.37	39 10.89	51 12.17	50 10.82	33 6.09	17 5.38
3	テレビ放送サービス	不動産貸借	不動産貸借	健康食品	化粧品	インターネット接続回線	健康食品	リースサービス
	3 6.67	8 5.67	9 4.41	20 5.59	18 4.30	15 3.25	31 5.72	16 5.06
4	健康食品	エステティックサービス	商品一般	化粧品	健康食品	健康食品	工事・建築	広告代理サービス
	2 4.44	5 3.55	8 3.92	16 4.47	16 3.82	15 3.25	26 4.80	14 4.43
5	学習教材	健康食品	フリーローン・サラ金	不動産貸借	フリーローン・サラ金	工事・建築	デジタルコンテンツ	工事・建築
	1 2.22	5 3.55	8 3.92	16 4.47	14 3.34	15 3.25	24 4.43	14 4.43
6	運動靴	フリーローン・サラ金	工事・建築	複合サービス会員	携帯電話サービス	ファンド型投資商品	新聞	健康食品
	1 2.22	5 3.55	7 3.43	14 3.91	13 3.10	14 3.03	17 3.14	11 3.48
7	紳士・婦人洋服	他の内職・副業	インターネット接続回線	四輪自動車	工事・建築	携帯電話サービス	インターネット接続回線	不動産貸借
	1 2.22	5 3.55	7 3.43	11 3.07	13 3.10	12 2.60	15 2.77	11 3.48
8	パソコンソフト	工事・建築	健康食品	工事・建築	不動産貸借	不動産貸借	修理サービス	デジタルコンテンツ
	1 2.22	4 2.84	6 2.94	10 2.79	13 3.10	9 1.95	12 2.21	10 3.16
9	不動産貸借	ふとん類	エステティックサービス	フリーローン・サラ金	修理サービス	化粧品	化粧品	インターネット接続回線
	1 2.22	4 2.84	4 1.96	10 2.79	11 2.63	8 1.73	11 2.03	9 2.85
10	自動車運転教習所	化粧品	四輪自動車	携帯電話サービス	ファンド型投資商品	テレビ放送サービス	固定電話サービス	固定電話サービス
	1 2.22	3 2.13	3 1.47	8 2.23	8 1.91	8 1.73	9 1.66	5 1.58
その他	14 31.11	67 47.52	108 52.94	169 47.21	182 43.44	179 38.74	262 48.34	177 56.01
	計	45 100.00	141 100.00	204 100.00	358 100.00	419 100.00	462 100.00	542 100.00

上段 商品名
中段 件数
下段 構成比（%）

(2) 三重県内の市町における消費生活相談の状況

県内全ての市町(29市町)において消費生活相談窓口が設置されており、県民のより身近な場所で消費生活に関する相談が受けられる体制が整備されています。また、県内6市において消費生活センターが設置されているほか、5市3町において相談窓口消費生活相談員を配置するなど、相談業務の充実が図られています。

この結果、市町における相談受付件数は増加傾向であり、県における相談受付件数と合わせ、県内全体の相談受付件数は、おおむね1万件程度となっています。

①市町における消費生活相談体制

消費生活センターの設置(6市)

H31.4現在

	開設年月	相談員数	相談時間	
四日市市	S47.6	3名	週5	平日9:00~12:00 13:00~16:00
鈴鹿・亀山地区 広域連合	H18.4	3名	週5	平日9:00~12:00 13:00~16:00
津市	H19.1	7名 (1日3名)	週5	平日9:00~12:00 13:00~16:00
伊勢市	H22.10	3名	週5	平日9:00~12:00 13:00~16:00
松阪市	H23.9(H31 .4センター化)	2名	週5	平日9:00~12:00 13:00~16:00

消費生活相談員の配置(5市3町)

H31.4現在

	配置年月	相談員数	相談員駐在時間	
桑名市	H19.6	3名 (1日1名)	週5	平日10:00~12:00 13:00~15:00
鳥羽市	H20.4	1名	週2	月・金曜日9:00~12:00 13:00~16:00
いなべ市	H21.10	2名	週3	月・水・金曜日9:00~16:00
明和町	H22.10	1名	月1	第2火曜日10:00~12:00 13:00~15:00
名張市	H23.4	2名	週5	平日8:30~17:15
伊賀市	H23.4	1名	週5	平日9:00~12:00 13:00~16:00
東員町	H23.6	1名	月2	第2・4月曜日9:00~12:00
玉城町	H23.7	1名	週1	水曜日9:00~12:00 13:00~16:00

消費生活センター設置6市を除く

②市町を含めた県内における相談受付件数の推移

	H26	H27	H28	H29	H30
市町における相談件数	7,331	7,443	7,088	8,458	7,812
県における相談件数	4,056	2,753	2,487	3,056	2,586
県内全体の相談件数合計	11,387	10,196	9,575	11,514	10,398

(3) 県と市町との連携強化

社会経済状況の変化に伴い、三重県消費生活センターや市町消費生活センター・消費生活相談窓口における相談が高度化、複雑化しています。

消費生活の安全の確保のため、三重県消費生活センターの専門性を確保し、消費者被害救済のための相談に迅速かつ適切に対応するとともに、市町を含む消費生活相談員の資質向上等を図り、県内どこに住んでいても質の高い相談が受けられるよう、広域連携も含めた市町における消費生活センターの設置促進を図るなど、県と市町との連携を強化し、県全体の相談対応能力の向上を図ることが求められます。

第3章 消費者施策の具体的展開

第1項 自主的かつ合理的な消費活動への支援

(消費者教育推進計画)

成年年齢引下げなど消費者を取り巻く状況の変化に対応し、消費生活の安全・安心を確保するためには、消費生活に関する知識を習得し、正しい情報のもと、適切な行動に結びつける実践的能力を身につける必要があります。また、ライフステージに応じた体系的な消費者教育を実施することが必要です。また、自らの消費活動が将来にわたって社会経済情勢や地球環境に影響を及ぼすことを自覚し、持続可能な消費活動の必要性を理解することが重要です。

三重県では、持続可能な開発目標（SDGs）の観点も踏まえ、「消費者教育の推進に関する法律」の基本理念にのっとり、消費者教育を体系的、効果的に推進することで、消費者市民社会^{※9}の形成をめざします。

1 消費者の特性・場の特性に応じた体系的な消費者教育の推進

「消費者教育推進法」第3条第3項には「消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行わなければならない。」と規定されています。このため、三重県においても、消費者庁の示した各段階における「消費者市民社会の構築に向けて消費者が身につけたい力」をまとめた「消費者教育の体系イメージマップ」^{※10}（P.23 参照）とその「活用ガイド」を参照しながら、体系的に消費者教育を推進します。

① 成年年齢引下げを見据えた学校教育等における消費者教育の推進

(部局：教育委員会事務局、環境生活部)

ア 幼児期における消費者教育の推進

幼児期はさまざまな気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心を持ち、それを取り入れる時期です。

生活や遊びをとおして生涯にわたる人間形成の基礎が培われる極めて重要な時期であり、児童が、遊びをとおして物やお金を大切にすることや、約束やきまりを守り、欲しい物があっても時には我慢することを学ぶことができる機会を、各種イベント等を通じて提供していきます。

イ 小学校期における消費者教育の推進

小学校期は主体的な行動、社会や環境への興味をとおして、消費者としての素地の形成が望まれる時期です。

小学校期における消費者教育では、学習指導要領の改訂を踏まえ、社会科や家庭科等において、買い物の仕組みや工夫、売買契約の基礎の理解や、消費者の役割についての態度を育成することが求められています。

三重県では、市町教育委員会の指導主事を対象とした会議等で説明を行い、趣旨及び内容の周知徹底を図ることで、各学校で学習指導要領に基づく適切な教育が行われるように取り組みます。

ウ 中学校期における消費者教育の推進

中学校期は行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期です。

中学校期における消費者教育は、学習指導要領の改訂を踏まえ、社会科や技術・家庭科の家庭分野等において、個人や企業の経済活動における役割と責任の理解や、自立した消費者として責任ある消費行動についての態度を育成することが求められています。

三重県では、市町教育委員会の指導主事を対象とした会議等で説明を行い、趣旨及び内容の周知徹底を図ることで、各学校で学習指導要領に基づく適切な教育が行われるように取り組みます。

エ 高等学校期における消費者教育の推進

高等学校期は生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期です。

高等学校期における消費者教育は、家庭科や公民科等において、契約の重要性及び消費者保護の仕組みの理解を深めることや、倫理的消費（エシカル消費）等の消費行動を実践できる態度を育成することが求められています。

三重県では、外部の専門家等の協力を得ながら、「消費者教育」、「法教育」等各種の実務教育を実施し、消費者として主体的に判断し行動することができる力を養います。

オ 特別支援学校における消費者教育の推進

特別支援学校では、消費者トラブルに遭わないための基本的な知識が得られるよう、消費者教育を推進します。特に、金銭管理に課題がある児童生徒が少なくないことから、学校の実情や児童生徒の発達段階に応じた

消費者教育の取組を進めます。

また、高等部の生徒においては、社会に参画する準備段階として、金銭管理の学習を中心とした消費者教育に取り組みます。

カ 大学・専門学校等における消費者教育の推進

大学生等の若年者は生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期です。

大学や専門学校等での消費者教育を推進するため、各学校等と積極的に連携・協働し、消費者教育に関する検討を行うとともに、啓発や情報提供を行うことで、大学生等の消費者被害の未然防止・拡大防止に取り組みます。

② 地域社会における消費者教育の推進（部局：環境生活部）

ア 高齢者や障がい者等に対する消費者教育の推進

人に会う機会や情報を得る機会が少ない高齢者や障がい者等の消費者被害を防止するため、各地域において消費生活に関する出前講座を実施します。

また、地域におけるきめ細かな啓発活動を実施するため、日常的に地域での啓発を担う「消費者啓発地域リーダー」※11の養成を行うとともに、市町における「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）」※12の設置を促進し、地域における見守り力の向上を図ります。

イ 外国人に対する消費者教育の推進

外国人住民は、自国との商習慣の違いや、日本語の理解が必ずしも十分ではなく情報の入手が限定的であることなどから、契約トラブルや消費者被害にあうケースがみられます。

外国人住民が、日々のくらしの中での消費行動や契約にかかる注意点を理解できるように、多言語に対応した消費者被害防止のための研修会等を実施します。

③ 家庭における消費者教育の推進（部局：環境生活部、教育委員会事務局）

家庭においては、保護者が、子どもがその成長段階に応じて適切な規範やルールを身に付け、他者との関わりを持ちながら社会性を身に付けていけるよう、教えていくことが大切です。特に、消費行動は、子どもの生活の中で社会と直に接する部分であり、金銭や物を大切にするという意識を子どもに身に付けさせることが大切です。また、インターネット等を通じたトラブル

が低年齢でも発生していることから、保護者が、子どもに対して、スマートフォンやインターネットの使い方や危険性について積極的に教育を行っていくことが望まれるとともに、保護者自身がインターネット等に関する知識を持つことも大切です。

三重県では、家庭の中で消費者教育を実践する重要性から、市町等関係機関と連携した取組を行うとともに、社会教育施設の活用や学校における保護者会・PTA等への啓発、情報提供等を通じた取組を行います。

④ 事業者における消費者教育の推進（部局：環境生活部）

事業者においては、消費者の意見をいかした商品・サービスを提供するなど、消費者を重視した事業活動「消費者志向経営」※13を行うことが、消費者と事業者による健全な市場の実現のため期待されています。

また、消費者教育推進法第14条では、「事業者は、その従業員に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させることなどを通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努める」とされています。そこで、事業者は従業員に対し、若年層については契約に関するルールや、生活設計管理など社会人としての基礎知識を身につけさせ、中高年層に対しては、高齢者が巻き込まれやすい消費トラブルや退職後の生活設計情報などの従業員教育を実施することが必要です。

このように、企業において消費者教育に取り組むことは、企業の社会的責任（CSR）の観点からも有意義であり、三重県では、「消費者志向経営」についての情報提供を行うとともに、各企業のお客様サービス窓口担当者等との情報交換を積極的に行うなど、企業における消費者教育を支援していきます。

各期の特徴	消費者教育の体系イメージマップ				情報とメディア		
	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期		成人期	
各期の特徴	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての基礎の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立運め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも、人生での豊富な経験や知識を消費市民社会構築に活かす時期
	重点領域	消費者市民社会の構築	商品等の安全	生活の管理と契約	情報とメディア		
	消費がもつ影響力の理解	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費生活が環境や経済に与える影響を考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考え、責任を身に付けよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう
	持続可能な消費の実践	自分の生活と身近な環境とのかわりや気づき、物の使い方を工夫しよう	消費生活が環境や経済に与える影響を考えよう	消費生活が環境や経済に与える影響を考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを築こう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを築こう	持続可能な社会について伝えよう
	消費者の参画・協働	協力をすることの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の機会を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝えよう
	商品安全の理解と危険回避する能力	危険回避し、物を安全に使う手かかりを知ろう	危険回避し、物を安全に使う手かかりを知ろう	危険回避し、物を安全に使う手かかりを知ろう	安全で危険の少ない暮らしをすすめる習慣を付けよう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会をつくろう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝えよう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝えよう
	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え、適切に購入しよう	商品と選択する権利と責任を同時に理解しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの大切さを伝えよう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な買い方を考えよう	消費に関する生活管理のスキルを身に付けよう	生涯を見通した計画的な暮らしを目標として、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的な暮らしをしよう	生活環境の変化に対応し、生涯を見通した計画的な暮らしをしよう
	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の集め方や活用方法を考えよう	消費生活に関する情報の収集と発信のスキルを身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用しよう	情報と情報技術を適切に利用しよう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝えよう
情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを守ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を身に付けよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を身に付けよう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝えよう	
消費生活情報に對する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」を捉えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会意思決定の大切さを知ろう	消費生活情報について体系的に組み立て、理解を深めよう	消費生活情報について体系的に組み立て、理解を深めよう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝えよう	

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を深めようとするものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

2 消費者教育の担い手の育成と多様な主体との連携

「消費者教育推進法」では、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設等の取組を行うとともに、関係機関との連携・協働のもとに、消費者教育推進の施策を実施することが定められています。

三重県では、地域特性に応じた手法や内容により、関係機関と緊密に連携しながら消費者教育を推進します。

① 消費者教育の担い手の育成（部局：環境生活部、教育委員会）

ア 消費者教育コーディネーター^{※14}の配置

成年年齢の引下げに伴い若年者への消費者被害の拡大や、消費生活相談に占める高齢者の割合の増加など、今後、若年者や高齢者の被害拡大防止に向けた取組を一層進める必要があります。

三重県では、「消費者教育コーディネーター」を配置し、消費者教育を全般的に企画・調整するとともに、特に学校現場との連携強化を図ることで、消費者教育を効果的に進めます。

イ 教職員の指導力向上

学校現場において、消費者教育を推進するためには、教職員の指導力向上が不可欠となっています。このため、消費者教育に関する研修講座を実施するとともに、インターネットを活用した研修（ネットDE研修）を配信し、研修講座と組み合わせて視聴の推奨を行うなど、教職員の指導力向上に努めます。

② 多様な主体との連携による消費者教育の推進（部局：環境生活部）

三重県では、消費者が主役となる消費者市民社会の実現のため、市町や県民、消費者団体、事業者団体、NPO、学校等の教育関係者、福祉関係者など、さまざまな主体と連携、協働することにより、効果的に消費者教育を推進します。また、県内全域における消費者教育の水準を向上させるため、市町の取組を支援します。

さらに、事業者等への指導・啓発活動を通じて、適正な経済活動につなげるとともに、事業者のお客様相談窓口等と情報交換を図るなど、事業者と消費者がより近い関係を構築できる取組を検討することで、消費者市民社会の推進を図ります。

3 消費生活に関する情報提供と啓発

消費者の安全・安心の確保、あるいは人や社会・環境に配慮した消費生活の推進、消費者教育の推進のためには、消費者に対して、きめ細やかな情報を迅速かつ的確に提供することが重要です。

三重県では、さまざまな学習の場の提供、あるいは、多様な手法・情報媒体を活用し、消費生活に関する情報を効果的・効率的に提供します。

① 情報提供や学習の場の提供により消費者が合理的な選択ができる環境の整備（部局：環境生活部）

三重県消費生活センターでは、消費者が商品やサービスの内容を十分理解したうえで商品選択を行えるように、消費者庁と連携し、商品やサービスに関する安全情報の提供を充実します。また、ホームページでの情報提供や出前講座・青少年講座など、消費者が利用しやすい手段や方法で情報提供するとともに、消費者からの相談等にも迅速に対応します。

② 効果的な啓発活動の推進と若年者の知識と意識の向上（部局：環境生活部）

ア 効果的な啓発活動の推進

消費者が自主的判断に基づいた消費生活を営むことができるように、各種情報媒体やホームページ、出前講座、講演会などを通じて消費者トラブルの事例、対応策を迅速に情報提供し、消費者に注意喚起を行うとともに、消費者ホットライン（188）^{※15}等の周知を図ります。また、市町と連携し情報共有を進め、各地域でのイベントに出展して啓発に努めるなど消費者トラブル防止のための取組を行います。

さらに、三重県消費生活センターの展示ホールにおける展示や書籍、DVD、パンフレット等を充実させ、消費者が啓発活動を行う際に活用できるようにします。

イ 若年者の知識と意識の向上

民法の成年年齢引下げを見据え、若年者が消費者トラブルにあうことなく、自立した消費者として行動するための知識と意識の向上を図るため、市町や学校等と連携した取組を推進するとともに、若年者が主体的に参画することで、効果的な啓発を実施します。

4 公正で持続可能な社会の形成に向けた取組

持続可能な消費生活形態を確保するためには、消費者が人や社会・環境に配慮した消費活動である倫理的消費（エシカル消費）を自覚し、自発的に行動することが重要であり、三重県においても関係機関・団体と連携し倫理的消費（エシカル消費）の普及啓発を推進します。

また、環境教育、食育、国際理解教育やその他の消費生活に関連する教育に関する施策と連携しながら、消費者教育を効果的に推進します。

① 環境に配慮した消費活動の促進（部局：環境生活部、教育委員会事務局）

ア 環境に配慮した消費活動への取組

グリーン購入の取組や、企業・学校・行政の連携による、子どもたちが家庭内において取り組む環境マネジメントプログラムの実施、脱炭素社会の実現・気候変動・プラスチックごみ問題・食品ロスなど環境的課題をテーマに取り入れた県民向け環境講座等を通じて、倫理的消費（エシカル消費）の啓発を行います。

また、自動車やバイクによる通勤から、公共交通機関や自転車等による通勤への転換を促すため、企業との連携によるエコ通勤の取組や、毎週水曜日に実施する「みえエコ通勤デー」の普及を進めるとともに、マイバッグ・マイボトル運動の実施など、ワンウェイプラスチックをできる限り利用しないよう啓発を行います。

イ 環境教育との連携

三重県では、県内すべての幼稚園、小・中学校、高等学校、特別支援学校で、特に「学校環境デー（6月5日）」を中心として、地域の実情に応じた、工夫した取組を行います。また、「ESD（持続可能な開発のための教育）※16 推進の手引き」（改訂版）や、新学習指導要領においても触れられている「持続可能な社会の創り手」の育成について、周知に取り組みます。

小中学校では異学年や幼稚園・小中学校等の間の連携や保護者・地域社会等との連携など、創意工夫ある活動を行うこととおして、環境教育に取り組む意欲を一層高め、主体的によりよい環境を作り、環境に配慮した望ましい行動をとることができる子どもたちの育成を図ります。

県立高等学校では、「県立学校環境マネジメント」に基づき環境教育・環境保全活動に取り組みます。また、子どもたちが自ら考え、主体的に環境保全活動に参画していくために、市町、地元企業等と連携して、実践的で探究的な環境学習を推進します。

特別支援学校では、具体的な活動をとおして学習することが効果的なこ

とから、体験活動などさまざまな学習場面において環境教育を推進します。

② 食育と食品ロス削減に向けた取組(部局:農林水産部、教育委員会事務局、環境生活部)

ア 食育との連携

食育は、「食育基本法」に基づいて推進されていますが、食育の取組の中で、食への感謝の念や地産地消の推進、食品廃棄・ロスの削減といった取組は、持続可能な社会の形成をめざす消費者教育の課題でもあります。

三重県では、関係機関が連携し、食育と消費者教育との連携に努めます。

地産地消については、身近にある地域の農林水産物やそれらに由来するサービスを消費・享受することで、自らの生活や地域のあり方を消費者に見つめ直してもらうことが重要です。そのために、食品関連事業者等と連携した「みえ地物一番の日」キャンペーンにより、県産農林水産物の取り扱いを定期的にクローズアップし、食材の魅力を伝え、日常の食生活等における活用を推進するとともに、農林漁業体験活動等により、食への理解と感謝の念を醸成することで、食品廃棄・ロス削減につなげていきます。

さらに、学校での食の教育を進めるため、学校給食への地場産物の活用割合を高める「みえ地物一番給食の日」を通じ、子どもたちの農林水産業に対する理解を深めるとともに、学校給食に活用しやすい地場産物を使用した商品開発を実施していきます。

また、学校教育活動全体で計画的・継続的に取り組む食育の充実を図るため、引き続き、各学校における食育推進組織の設置・充実を働きかけます。

イ 食品ロス削減に向けた取組

食品ロスを削減していくため、県、市町、事業者、消費者等の多様な主体がこの課題に取り組み、社会全体として対応していくよう、食べ物を無駄にしない意識の醸成とその定着を図ります。このため、食品ロス削減月間などの全国的な取組をはじめ、さまざまな機会を捉え、効果的な啓発活動を実施します。

また、まだ食べることができる食品については、廃棄することなく、できるだけ食品として活用していくため、食品提供企業とフードバンク^{※17}団体等をつなぎ、ネットワーク化を促進する取組等を行います。

③ 人や社会に配慮した消費活動の促進（部局：環境生活部、教育委員会事務局）

ア 人や社会に配慮した消費活動の普及啓発

フェアトレード※18 製品や福祉作業所などの製品などを選ぶことは、発展途上国の生産者や労働者、障がいのある人の支援と自立への後押しにつながります。

消費者それぞれが各自にとっての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しながら消費活動を行うことは、消費者市民社会の形成にとって重要であり、三重県においても関係機関・団体と連携し人や社会に配慮した消費活動の普及啓発を推進します。

また、学校教育においては、消費者市民社会を実現し、持続可能な社会を構築できるよう、環境教育等と関連付けたSDGsの観点を重視した学習や、フェアトレードの取組等から公平・公正を考える学習等をとおして、倫理的消費（エシカル消費）等の消費行動を実践できる態度を育成していきます。

イ 国際理解教育との連携

国際理解教育は、海外の文化や外国の人々との接点を理解させ、環境や資源など地球規模の社会問題を考えさせることをねらいとしており、国内外の社会情勢および地球環境に与える影響を自覚することは、消費者教育を行ううえで重要です。

三重県では、外国語指導助手（ALT）をはじめとした外国の人たちとのコミュニケーションの機会の提供等、学校教育における効果的な国際理解教育の推進に努めながら、消費者教育との連携を図ります。

第2項 消費者の安全・安心と適正な取引等の確保

消費者の安全・安心を確保するためには、衣食住をはじめとした生活にかかわる商品やサービスについて、法令に基づき適正に監視・指導を行うほか、表示の適正化や生命・身体への危害防止に向けた取組の推進、消費者への迅速かつ的確な情報提供を行う必要があります。

また、事業者における自主的な取組の支援を行うほか、災害時等における生活関連商品の安定供給などについて、事業者との連携推進を図る必要があります。

1 食の安全・安心の確保

「県民の健康の保護」、「地産地消等の推進を通じた食品関連事業者と県民との間の信頼関係の構築」、「安全で安心できる食品の供給及び消費の拡大」に寄与することを目的として定めた「三重県食の安全・安心確保基本方針」^{※19}に基づき、県民、食品関連事業者、県等多様な主体の相互理解、連携及び協働により、食の安全・安心の確保に関する施策を総合的に推進します。

① 「三重県食の安全・安心確保基本方針」に基づく監視・指導

(部局：農林水産部、医療保健部、環境生活部、教育委員会事務局)

ア 「三重県食品監視指導計画」^{※20}に基づく取組

食中毒の発生を防止するため、食肉および食鳥肉の取扱い施設、飲食店、集団給食施設、食品製造業等を重点的に監視指導します。

また、観光客や来県者の増加が見込まれる観光地等での食中毒発生の予防対策を重点項目として、監視指導を行います。

さらに、食品等事業者がHACCP^{※21}に沿った衛生管理の取組を適切に実施していることを確認します。

イ 農薬、肥料、飼料、動物・水産用医薬品等の適正使用

農薬、肥料の立入検査・指導を実施するとともに、適正使用のための情報提供や指導を行います。

また、安全・安心な畜水産物を消費者に提供するため、飼料及び飼料添加物並びに動物・水産用医薬品の販売業者に対しては、適正な流通について監視・指導を行うとともに、生産者に対しては、飼料等や動物・水産用

医薬品の適正な使用及び管理について、監視・指導を行います。

ウ 「米トレーサビリティ法」に基づく取組

「米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律」に基づく立入調査を実施します。

エ コンプライアンス意識の向上の取組

事業者におけるコンプライアンス意識の向上や関係法令に関する理解の促進を図ります。

オ 食の安全・安心の確保に関する知識の普及と理解の促進

消費者に対して、食の安全・安心についての正確な情報提供を行うとともに、食の安全・安心の確保に努力する事業者の情報を発信し、理解の促進を図ります。

また、食の安全・安心について考える力や選択する力を養うため、食育をとおして学校や家庭・地域の食の安全・安心の確保に関する知識と理解を深めるための教育を推進します。

カ 生産、製造、流通各段階における監視・指導等

生産段階や製造・流通段階での監視、指導、検査を実施します。また、これらに係る情報の公開・提供を行うとともに、消費者の意見を反映して内容を充実します。

キ GAP^{※22}手法の導入促進

農畜産物の安全確保、労働安全等のため、GAP手法の導入を促進します。

ク トレーサビリティシステム^{※23}導入等への支援

農産物の生産から流通・販売までの履歴情報を確認できるトレーサビリティシステムなどの導入に取り組む事業者を支援します。

2 商品・サービスの安全の確保

消費者が、消費生活に係る商品やサービスによって生命、身体及び財産を侵されることがないように、事業者の監視・指導等を行うとともに、事故情報等を幅広く収集し、県民に情報提供を行うなど、消費者の安全の確保に向けた取組

を推進します。

① 家庭用品等の安全の確保（部局：環境生活部、医療保健部、防災対策部）

ア 家庭用品の安全の確保

「消費生活用製品安全法」、「家庭用品品質表示法」に基づく立入検査を実施し、販売事業者等に対する指導を行います。

また、家庭用品による健康被害の発生を未然に防ぐため、「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」に基づき、販売事業者等に対する監視・指導を行うとともに、家庭用品衛生監視員の資質向上に努め、監視体制の強化を図ります。

イ 電気用品・ガス用品等の安全の確保

電気用品・ガス用品等の安全性を確保するため、「電気用品安全法」、「ガス事業法」及び「液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律」に基づき、販売事業者に対する立入検査・指導を行います。

② 住宅等の安全性の確保（部局：県土整備部）

ア 建築物の耐震化の促進

住宅を含む建築物の地震による倒壊を防ぐため、建築物の耐震化を促進します。

イ 適正な建築確認制度等の運用

防災や構造上の安全性を確保し、安全で安心な建物づくりのため、特定行政庁や各機関との連絡・調整を図り、円滑かつ適正な建築確認制度の運用を進める必要があります。

また、木造の一戸建て住宅等については、適正な工事監理が行われるよう工事監理者への指導を行います。

県内で業務を行う指定確認検査機関、指定構造計算適合性判定機関への立入調査を実施します。

ウ 建設業者等への指導・監督

住宅等の工事に際して不正行為等を行った建設業者に対して、適切な指導・監督を行います。また、適正な宅地建物取引やトラブルの未然防止に向け、宅地建物取引業者に対する立入検査や、宅地建物取引士に対する法定講習などを実施するとともに、不適切な行為に対しては、厳格に指導・監督等を行います。

さらに、関係機関と連携した住宅相談窓口講習会の開催や情報提供等により、住宅相談窓口の充実や住宅性能表示制度等の普及・啓発に努めます。

③ さまざまなサービス等の適正な運営の確保（部局：医療保健部、子ども・福祉部、雇用経済部）

ア 生活衛生関係営業の適正な運営の確保

生活衛生営業施設等の監視指導や講習会等を行い、生活衛生営業施設等営業者の自主的な衛生管理の促進を図ります。

イ 福祉サービス業務の適正な運営の確保

介護保険サービス事業者等の高齢者に対する適切なサービスの提供及び業務の適正な運営を確保するため、「介護保険法」等に基づく指導・監督を実施します。

また、障害福祉サービス事業者等の障がい者に対する適切なサービスの提供及び業務の適正な運営を確保するため、「障害者の日常生活及び社会生活を総合的に支援するための法律」等に基づく指導や立入検査を実施します。

ウ 旅行業務の適正な運営の確保

旅行の安全の確保及び旅行者の利便の増進を図るため、「旅行業法」に基づく指導や立入検査を実施します。

エ 貸金業務の適正な運営の確保

貸金業を営む者の業務の適正な運営の確保及び資金需要等の利益の保護を図るとともに、国民経済の適切な運営に資するため、「貸金業法」等に基づく指導や立入検査を実施します。

④ 消費者事故^{※24}情報等の消費者への迅速かつ的確な情報の提供（部局：環境生活部）

消費者庁や国民生活センター等と連携し、消費者の生命や身体に危害を及ぼす疑いのある商品・サービスについて情報収集を行い、消費者への迅速かつ的確な情報の提供に努めます。

また、消費者事故が発生した場合には情報を集約し、消費者庁へ迅速に報告するとともに、必要に応じて国や市町の協力を得ながら被害の拡大防止のための注意喚起、調査等を実施します。

3 取引の安全の確保

不当な取引に侵害されず、不当な取引条件を強制されないため、消費者の利益を保護し、商品等の流通を円滑にするために、悪質な事業者に対して監視・指導等を行います。

また、事業者や事業者団体等と連携することで、事業者の自主的な取組を支援します。

① 「特定商取引法」の厳正な執行（部局：環境生活部）

ア 悪質商法対策の充実・強化

高齢者等をターゲットにした悪質商法対策の充実・強化を図るため、「特定商取引法」の趣旨、消費者被害の実態を踏まえた同法の厳正な執行を行います。

イ 連携による効果的な事業者指導の実施

岐阜県、静岡県、愛知県、三重県で構成する「東海地域悪質事業者対策会議」^{※25}において、消費者被害の状況や問題解決手法などの情報の共有を図り、効果的な事業者指導を行います。

② 事業者指導の充実・強化（部局：環境生活部）

三重県消費生活センターにおける不当商取引指導専門員^{※26}による悪質事業者に対する指導の強化を実施します。

③ 事業者の健全な育成（部局：環境生活部）

事業者が自ら健全な取引環境を構築するため、研修会や相談の機会を通じて、「消費者契約法」や「特定商取引法」、「三重県消費生活条例」等に基づくコンプライアンスを遵守した経営等の取組を支援します。

④ 事業者による自主的な改善の促進（部局：環境生活部）

表示の適正化、商品の安全性、適正な商取引の確保を図るため、事業者に対し、関係法令や条例に基づく調査・指導及び立入検査等を行い、自主的な改善を促進します。

4 表示・計量の適正化

商品などが誤って選択・使用・保存されることによって消費者の利益が損なわれないよう表示についての調査を実施するとともに、事業者に対して適正

な表示を行うよう、監視・指導、啓発等を実施します。

① 商品・サービスの適正な表示の確保（部局：環境生活部、医療保健部、農林水産部）

ア 「不当景品類及び不当表示防止法」の厳正な執行

「不当景品類及び不当表示防止法」に基づき、過大な景品付き販売を規制し、広告等の表示において、商品やサービスの内容が、実際のものより著しく優良と誤認させるような表示や、取引条件が、実際のものより著しく有利であると誤認させるような表示を行った事業者に対して適正な表示を行うように指導することにより、消費者を不当に惑わす表示を規制します。

イ 連携による効果的な調査・指導の実施

「東海4県広告表示等適正化推進会議」※27、「三重県食品表示監視協議会」※28において、表示に関する情報の共有を図り、効果的な調査・指導を行います。

ウ 食品表示の適正化にむけた監視・指導等

食品表示の適正化に向け、「食品表示法」および「三重県食品監視指導計画」に基づき監視指導を行います。

また、食品等事業者団体と連携し食品衛生指導員の協力のもと、食品表示を行う事業者に対して、全面施行後の「食品表示法」に則した表示についての周知徹底を図ります。

エ 健康食品等の表示の適正化

「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」に基づき、医薬品的な効能効果を標ぼうする健康食品等の広告等の表示について監視を行うとともに、不適切な表示に対しては、事業者への指導を行います。

オ 「健康増進法」に基づく広告等の表示規制

「健康増進法」に基づき、食品として販売されるものに関し、健康の保持増進の効果等について著しく事実と相違する、または著しく人を誤認させるような広告等を指導することにより、消費者の適切な健康管理や診察の機会を妨げる広告等の表示を規制します。

カ 食品表示の適正化に向けた情報提供

改正「食品表示法」が全面施行となることに加え、食品表示基準の一部改正による加工食品の原料原産地表示制度への対応等が必要です。これらを含めて食品等事業者が法令を遵守し適正な食品表示を行うよう、ホームページやパンフレット等による周知および監視指導時や食品表示講習会等の機会を捉え、「食品表示法」について必要な情報を適切に提供します。

② 商品の適正な計量の確保（部局：雇用経済部）

適正な量目表示が行われるように、「計量法」に基づき、計量器の検査を実施するとともに、必要に応じて特定商品を販売する事業者に対して立入検査を実施します。

③ 商品・サービスの適正な表示の促進（部局：環境生活部）

表示は消費者が商品・サービスを購入する際の合理的な選択のもととなる情報であることから、適正な表示が行われるように事業者に対し啓発を行います。

5 生活関連物資の安定供給

社会情勢の急変などの非常時における生活関連物資の需給及び価格の安定のための施策を実施します。

① 生活関連商品の流通の円滑化及び価格の安定（部局：環境生活部）

社会情勢により、生活関連物資の価格が急騰した場合は、必要に応じ価格動向を把握するとともに、生活関連商品の流通の円滑化及び価格の安定を図るため、必要があると判断したときは、事業者に対して、生活関連商品の円滑な供給とその他必要な措置について協力を要請します。

② 生活関連商品の円滑な供給と正確な情報の提供（部局：環境生活部）

社会情勢の急変などの非常時において、生活関連商品の買い占め又は売り惜しみを行う事業者に対して、必要に応じて商品の売り渡しを勧告し、生活関連商品の円滑な供給を促します。

また、消費者に対して、不安に駆られて必要以上の買い占めを行わないよう、正確な情報の収集と提供を行います。

第3項 消費者被害の防止・救済

県内消費者行政の中核センターである三重県消費生活センターの相談体制の充実に努め、専門的な相談対応を行うとともに、相談の多い架空請求やデジタルコンテンツ関連のトラブルのほか、特殊詐欺など相談状況に応じて、警察や関係団体等と連携して、消費者トラブルの未然防止、拡大防止を図ります。

また、市町における相談体制の充実に向けた取組を支援するとともに、消費生活上特に配慮を要する消費者のトラブル防止のため、市町や関係団体等の多様な主体と連携し、地域における見守り体制の強化に向けた取組を推進します。

1 三重県消費生活センターの相談機能の充実

県内消費者行政の中核センターとして、相談体制の充実や消費生活相談員の資質の向上、専門性の向上に取り組むとともに、国や市町等の関係機関との連携を強化することで、県民からの相談に的確に対応します。

① 相談体制の充実（部局：環境生活部）

ア 消費者行政の中核センターとしての取組

多様な相談に柔軟かつ弾力的に対応するとともに、商品・サービスに関し事業者と消費者との間に生じたトラブルが適切かつ迅速に処理されるように消費生活相談員の確保及び資質の向上など必要な施策を講じます。特に、三重県消費生活センターは三重県における消費者行政の中核センターとして広域的・専門的課題に取り組めます。

イ 県内相談体制の充実

住民が身近なところで安心して相談できるよう市町と連携し、市町における消費生活センターの設置や専門相談員の配置など相談窓口の充実を促進します。また、単独では相談員の確保等が困難な市町に対して広域連携による相談体制の充実等について働きかけや助言を行います。

ウ 連携による相談業務の充実

国民生活センター、日本司法支援センター（法テラス）、弁護士会、司法書士会や警察など関係機関との情報交換や連携等により相談業務の充実を図ります。また、市町、消費者団体や事業者団体が参画する「みえ・くらしのネットワーク」^{※29}を通じて、関係機関と連携を図り、消費者問題の

情報交換や相談窓口の周知等の啓発を実施します。

② 消費生活相談の充実・強化（部局：環境生活部）

ア 専門的な相談への対応

より高度で専門的な相談に対応するため、研修等による消費生活相談員の資質の向上を図るとともに、弁護士等専門家の活用を進めます。

イ あっせんの実施

消費者自身での解決が困難な消費者問題等は、消費生活相談員が必要に応じて事業者とのあっせんを行います。

③ 高度情報通信社会の進展への的確な対応（部局：環境生活部）

高度情報通信社会の進展による新たな商品やサービスの提供に伴う消費者トラブルの防止や早期解決に向け、情報の収集を図り消費者への情報提供を行うほか、国や関係機関と連携した取組を行います。

④ 国際化の進展への対応（部局：環境生活部）

ア 消費生活の国際化への対応

個人輸入等消費生活の国際化に伴い、消費者と事業者との間の適正な取引を確保するため、消費者への情報提供や関係機関への取次ぎを行います。

イ 外国人住民への相談対応等

外国人住民等における消費者トラブルについて、市町や関係機関と連携した、相談や啓発に取り組みます。

また、「みえ外国人相談サポートセンター（M i e C o）」^{※30}において、外国人住民等からの生活に係る相談を対面又は電話で受け付け、適切な情報提供や関係機関への取次ぎを行います。

2 市町の相談体制等の充実に向けた支援

消費者に身近な市町における消費生活相談の充実のため、働きかけや助言を行うとともに、必要な支援を実施します。

① 市町の消費生活相談体制充実のための支援と連携（部局：環境生活部）

ア 市町の消費生活相談体制の充実

広域連携も含めた市町における消費生活センターの設置促進を図るなど、市町と連携しながら、市町の消費生活センターや相談窓口の機能の充実・専門性の強化を進めるとともに、国交付金の活用を促進し、消費生活相談員の配置や研修費用等の支援を行います。

イ 消費生活相談員の人材の確保

消費生活相談員を確保するため「三重県消費生活相談員人材バンク」※31を運用します。

ウ 市町の相談対応への支援

市町の消費生活相談窓口の相談能力の向上のため、消費生活相談員や相談窓口担当職員を対象とした研修会等を開催します。

また、市町の相談員等からの疑問にこたえるため、「市町専用相談電話（ホットライン）」や県の弁護士相談の利用を促進するとともに、必要な情報提供を行います。

3 多重債務者問題への対応

多重債務者に対しては、市町等さまざまな関係機関と連携した対応を行うとともに、多重債務に陥る一因であるギャンブル等依存症について、平成30(2018)年7月に制定された「ギャンブル等依存症対策基本法」に基づく、県の取組を推進します。

① 多重債務者のサポート体制の確保（部局：環境生活部）

多重債務者に対しては、県、市町、弁護士会、司法書士会、東海財務局津財務事務所、社会福祉協議会等が連携・協力する「多重債務者相談連携システム」※32により、迅速に多重債務相談窓口から弁護士等専門家につなぐなど、生活再建を支援します。また、こころの健康センターと連携し、多重債務者のサポートを行い自死防止等の対策を進めます。

② ギャンブル等依存症対策の推進（部局：医療保健部、環境生活部）

多重債務に陥る一因であるギャンブル等依存症への対応として、平成31(2019)年4月に策定された国の「ギャンブル等依存症対策推進基本計画」に基づき、県の計画を策定するとともに、関係機関と連携して対策を推進します。

4 消費生活上特に配慮を要する消費者への支援

高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった人など、消費生活上特に配慮を要する消費者の消費者トラブルの未然防止・拡大防止のための取組を推進します。

① 高齢者や障がい者等の消費生活の安全確保（部局：環境生活部、子ども・福祉部、医療保健部）

ア 見守り体制の強化

高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった人などの見守り体制を強化するため、市町に対して「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）」の設置を働きかけます。

イ 被害防止のための啓発の実施

高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった人などの被害防止のため、「消費者啓発地域リーダー」を養成し、地域における自主的な講座や啓発活動の取組を促進するとともに、消費生活出前講座の実施や地域の民生委員・児童委員、社会福祉協議会、消費者団体、地域包括支援センター等の関係機関と連携した啓発を実施します。

ウ 地域における自立した生活の支援

高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった人などで、適切な福祉サービスの利用を受けることができない方に対して、福祉サービスの利用援助や日常的な金銭管理等の代行を行う福祉サービス利用援助等事業を推進し、地域で自立した生活が送れるように支援します。

エ 成年後見制度^{※33}の活用促進

高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった人などへの権利侵害を防ぐため、成年後見制度の活用促進に係る市町の取組を支援します。

5 紛争の適切かつ迅速な解決

消費者からの苦情等について、消費生活センターにおける相談だけでは解決が困難と判断するものについては、適切な相談機関を紹介するなど、紛争の適切かつ迅速な解決に努めます。

① 紛争の適切かつ迅速な解決（部局：環境生活部）

ア 民間相談機関等との連携

必要に応じて、他の民間相談機関や公的機関など、適切な裁判外紛争解決機関等を紹介します。

イ あっせんや調停の実施

必要に応じて、「三重県消費者苦情処理委員会」^{※34}においてあっせんや調停を行います。

第4章 消費者行政の総合的・効果的推進

1 消費者の意見の消費者施策への反映と透明性の確保

より効果的な事業実施のため、啓発事業や消費生活相談等を通じて消費者意見の把握に努めるとともに、三重県の実施する消費者施策について、積極的な情報提供を行います。

① 消費生活に関する消費者等の意見の把握（部局：環境生活部）

「みえ・くらしのネットワーク」会議での意見や事業参加者へのアンケート等を通じて、消費者や事業者等の消費生活に関する意見を把握し、施策に反映します。

② 消費者施策に関する透明性の確保（部局：環境生活部）

「三重県消費生活対策審議会」や「同審議会教育研究部会」を公開で開催するとともに、消費生活相談の状況等について、積極的に情報提供を行います。

2 市町・国等との連携

消費者に身近な市町と密接に連携し、消費者行政を推進するとともに、市町における消費者施策の充実に向けた取組を支援します。

また、国や他の都道府県と連携して取組を行うほか、国が推進する地方消費者行政の強化に向けた取組に沿った施策を実施します。

① 市町との連携と支援（部局：環境生活部）

市町へ国交付金の活用や消費者施策の充実に向けた働きかけを行うとともに、連携した取組を行うことで、三重県の消費者行政を推進します。

② 国等との連携（部局：環境生活部）

消費者庁をはじめ関係省庁や国民生活センターが開催する専門研修に担当職員を派遣し、より専門性の高い人材を育成します。また、国等と連携した研修会を開催します。

消費者月間^{※35}や多重債務者相談強化キャンペーン^{※36}など、全国的な取組と連動した取組を行うとともに、東海・北陸の各県など他都道府県と連携し、情報収集、情報共有を行うことで、効果的・効率的な事業の実施を図ります。

3 消費者行政推進体制の充実・強化

「三重県消費生活対策審議会」からの意見を消費者施策に反映するとともに、消費者を取り巻くさまざまな課題に対して、庁内連携体制のもと消費者行政を総合的・効果的に推進します。

① 「三重県消費生活対策審議会」による調査審議（部局：環境生活部）

毎年度、基本指針に基づく消費者施策の実施状況を「三重県消費生活対策審議会」に報告し、進捗管理を図るとともに、審議会からの意見を消費者施策の具体的な取組に反映していきます。

なお、実施状況については、県ホームページで公表し、県民に情報提供を行います。

② 庁内連携体制の充実（部局：環境生活部、関係各部署）

みえ県民力ビジョンにおける「消費生活の安全の確保」の目標達成に向け、消費者行政推進会議において多方面の情報を共有し、啓発活動等に連携して取組むなど、三重県の消費者行政を総合的・効果的に推進します。

また、食の安全・安心の確保、ギャンブル等依存症対策や食品ロス削減の取組など、消費者を取り巻くさまざまな課題に対して、関連する庁内連絡会議を積極的に活用することで、着実な推進を図ります。

用語の解説

- ※1 三重県消費生活対策審議会
県民の消費生活の安定及び向上に関する事項を調査審議するため、三重県消費生活条例第39条の規定に基づき昭和50年に設置された審議会。
- ※2 三重県消費者教育推進地域協議会
消費者教育の推進に関する法律第20条に規定する地域協議会で、三重県消費生活対策審議会の部会として平成26年2月に設置された協議会（三重県消費生活対策審議会消費者教育研究部会）。
- ※3 I o T (Internet of Things)
「モノのインターネット」と呼ばれる。自動車、家電、ロボット、施設などあらゆるモノがインターネットにつながり、相互に情報交換、機器制御等が行われる仕組みのこと。I o Tによってモノから集められたデータを基に、自動化の進展等、新たなサービス・付加価値が生み出されている。
- ※4 暗号資産（仮想通貨）
インターネット上で自由にやりとりされ、通貨のような機能を持つ電子データ。ショッピングでの支払いに利用できるなど、法定通貨と似た機能を持っているが、国家やその中央銀行により発行され、その価値が保証されているものではない。
- ※5 マルチ商法
販売組織の加盟者が消費者を組織に加入させ、さらにその消費者が別の消費者を組織に加入させることを次々に行うことにより組織をピラミッド式に拡大していく商法。
- ※6 ネガティブオプション
契約を結んでいないのに商品を勝手に送ってきて、返品又は購入しない旨の意思を示さない限り、購入したものとしてその商品の代金を請求してくる商法。
- ※7 デジタルコンテンツ
デジタルデータで表現された文章、音楽、画像、映像、データベース、またはそれらを組み合わせた情報の集合のこと。
- ※8 ファンド型投資商品
運用者が資金を集め、運用し、そこから生じる収益等の配当を出資者に分配するもの。いわゆる集団投資スキームのほかに、預託契約などを含む。

※9 消費者市民社会

消費者が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。消費者一人一人が周囲の人や将来生まれる人々の状況、社会経済情勢に思いをはせて生活し社会の発展と改善に積極的に取り組む社会。

※10 消費者教育の体系イメージマップ

消費者教育推進法を体系的・効果的に進めるため、年代別の目的を一覧表にしたもの。

※11 消費者啓発地域リーダー

平成19年度から高齢者被害防止のため、市町推薦による民生委員、社会福祉協議会職員、消費者団体等を対象に「消費者啓発地域リーダー」の養成講座を実施し、修了生を登録。地域で自主的に講座、啓発活動を行っている。

※12 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）

高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった者の消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行うために設置する消費者安全法に基づく組織。

※13 消費者志向経営

事業者が、消費者全体の視点に立ち、健全な市場の担い手として、消費者の信頼を獲得するとともに、持続可能で望ましい社会の構築に向けて、社会的責任を自覚して事業活動を行うこと。

※14 消費者教育コーディネーター

コーディネーターは、担当地域における消費者教育を全般的に企画・調整し推進する者をいう。消費者教育の拠点となる行政組織内で、所管地域全体の消費者教育の効果的実践を支援する専門職。

※15 消費者ホットライン（188）

全国共通の電話番号で、地方公共団体が設置している身近な消費生活相談窓口を案内するため消費者庁が創設した制度。平成27年7月1日より3桁化（188番）。平成31年からは毎年5月18日を「消費者ホットライン188の日」として制定。

※16 ESD (Education for Sustainable Development)

持続可能な開発のための教育。環境、貧困、人権、平和、開発といったさまざまな現代社会の課題を自らの問題としてとらえ、身近なところから取り組むことにより、それらの課題の解決につながる新たな価値観や行動を生み出すこと、そしてそれによって持続可能な社会を創造していくことをめざす学習や活動のこと。

- ※17 フードバンク
食品企業の製造工程で発生する規格外品などを引き取り、福祉施設等へ無料で提供する団体・活動。まだ食べられるにもかかわらず廃棄されてしまう食品（いわゆる食品ロス）の削減にもつながる。
- ※18 フェアトレード
発展途上国の生産品を、現地生産者の生活支援や環境保護なども配慮した価格で購入する運動。
- ※19 三重県食の安全・安心確保基本方針
三重県食の安全・安心の確保に関する条例に基づき、「県民の健康の保護」、「地産地消等の推進を通じた食品関連事業者と県民との間の信頼関係の構築」、「安全で安心できる食品の供給及び消費の拡大」に寄与することを目的として定められた方針。
- ※20 三重県食品監視指導計画
食の安全・安心を確保するため、食品衛生法第24条の規定による「食品衛生監視指導計画」に、食品表示法に基づく食品表示の監視指導等を加えた計画。
- ※21 HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point)
危害分析重要管理点。食品の製造において、施設の清掃や食品取扱者の衛生管理等の従来的一般衛生管理に加え、製造の工程ごとに微生物や異物混入の危害があるか分析し、管理することで食品の安全性を高め、食中毒等の被害を未然に防ぐ衛生管理方式。
- ※22 GAP (Good Agricultural Practice)
農業生産工程管理。農薬の使い方、土や水などの生産を取り巻く環境、農場の労働者の状況など、あらゆる工程を記録・点検・改善して、安全な農産物の生産につなげる取組。
- ※23 トレーサビリティ・システム
食品の安全を確保するために、栽培・飼育から加工、製造、流通などの過程を明確にし、品質追跡・遡及ができるシステム。
- ※24 消費者事故
事業者が供給する商品、提供する施設・役務等が通常有すべき安全性を欠くことにより、その使用等に伴い生命・身体に被害が生じた事故。
- ※25 東海地域悪質事業者対策会議
平成17年度から東海地域（愛知県、岐阜県、静岡県、三重県）で連携して「特定商取引法」に基づく、悪質事業者の情報共有や合同指導などを行う会議。

- ※26 不当商取引指導専門員
不当商取引情報の収集、調査の実施や指導等を行う非常勤職員。
- ※27 東海4県広告表示等適正化推進会議
平成24年度から東海地域で（愛知県、岐阜県、静岡県、三重県）で「不当景品類及び不当表示防止法」について事例研究、情報共有や調査・指導に関する検討を行う会議。
- ※28 三重県食品表示監視協議会
不適切な食品表示に関する監視を強化するため、食品表示を担当する行政機関等との間で、食品表示に関する情報共有や意見交換を行うことにより、連携の強化を図るとともに、不適切食品表示を行っている事業者に対する処分等の必要な対応を迅速かつ円滑に実施することを目的に設置。事務局：東海農政局三重県拠点。
- ※29 みえ・くらしのネットワーク
平成22年2月、県民が安全な消費生活を安心して送ることができるよう、消費者団体、事業者団体、行政等が連携して啓発活動を行うことを目的に創設。
- ※30 みえ外国人相談サポートセンター（みえこ「MieCo」）
三重県内に在住する外国人等を対象に、在留手続、雇用、医療、福祉、出産・子育て・子どもの教育等の生活に係る相談を対面又は電話にてワンストップで受け付け、適切な情報提供を行うとともに、必要に応じて関係機関への取次ぎを多言語で行う相談窓口。
- ※31 三重県消費生活相談員人材バンク
三重県消費生活相談員養成講座終了者のうち、人材バンクへ登録をした者について、消費生活センター及び消費生活相談窓口に消費生活相談員の配置を希望する市町に対して、人材情報を提供することにより、県内市町における消費生活相談員の確保を支援する制度。
- ※32 多重債務者相談連携システム
平成20年4月に創設。県、市町、市町社会福祉協議会、東海財務局津財務事務所において、多重債務者を専門機関である弁護士や司法書士に紹介・誘導するシステム。
- ※33 成年後見制度
判断能力（事理弁識能力）の不十分な者を保護するため、一定の場合に本人の行為能力を制限するとともに本人のために法律行為をおこない、または本人による法律行為を助ける者を選任する制度。
- ※34 三重県消費者苦情処理委員会

消費者苦情に関するあっせん、調停等を行うため三重県消費生活条例第36条の規定に基づき昭和50年に設置された委員会。

※35 消費者月間

「消費者保護基本法(消費者基本法の前身)」が昭和43年5月に施行されたことから、その施行20周年を機に、昭和63年から毎年5月が「消費者月間」とされた。

※36 多重債務者相談強化キャンペーン

金融庁を中心とした多重債務対策本部が、相談窓口の認知度向上や、潜在的な相談者の掘り起こし等を目的として実施。キャンペーン期間中に都道府県、当該都道府県の弁護士会、司法書士会、中小企業団体及び財務局が連携して、消費者及び事業者向けの無料相談会等の取組を行う。

倫理的消費（エシカル消費）について

※ 最終案において、持続可能な開発目標（SDGs）の達成に貢献する倫理的消費（エシカル消費）について記載します。

