

# 三重県消費者施策基本指針

平成 27 年 3 月

三 重 県

## (目次)

第1章	「三重県消費者施策基本指針」策定の考え方	1
1	「三重県消費者施策基本指針」策定の趣旨	1
2	「三重県消費者施策基本指針」策定の視点	1
3	「三重県消費者施策基本指針」の計画期間	2
4	「三重県消費者施策基本指針」の実効性の確保	2
5	「三重県消費者施策基本指針」の体系	3
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の状況	6
3	三重県における消費生活の動向	8
第3章	消費者施策の具体的展開	11
第1項	消費者の安全・安心の確保	11
(1)	食の安全・安心の確保	11
(2)	製品等の安全の確保	12
(3)	取引の安全の確保	13
(4)	表示・計量の適正化	13
(5)	生活関連物資の安定供給	14
第2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)	15
(1)	ライフステージにおける体系的な消費者教育の実施	15
(2)	消費者の特性・場の特性に応じた教育	15
(3)	多様な主体間との連携	20
(4)	環境・食育・国際理解に関する教育との有機的連携	20
(5)	消費生活情報の提供・発信	22
第3項	消費者被害の防止・救済	25
(1)	三重県消費生活センターの相談機能の充実	25
(2)	市町の相談体制充実に向けた支援	26
(3)	多重債務者問題への対応	26
(4)	消費者事故情報の迅速な収集・提供	26
(5)	事業者指導の強化	27
(6)	判断能力が十分でない高齢者等への支援	28
(7)	紛争の適切かつ迅速な解決	28

第4章	消費者行政の総合的・効果的推進	29
(1)	消費者の意見の消費者施策への反映と透明性の確保	29
(2)	国との連携・市町への支援と連携	29
(3)	行政等の連携体制の充実・強化	29
(付録)		
	用語の解説	31



# 第1章 「三重県消費者施策基本指針」策定の考え方

## 1 「三重県消費者施策基本指針」策定の趣旨

三重県では「三重県消費生活条例（平成7年12月22日 三重県条例第49号）」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年度～平成22年度を第1次、平成23年度～平成26年度を第2次の計画期間とした、「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、各種施策を実施してきました。

しかしながら、旅館・ホテル等における不適切表示が県内においても発生したほか、食の安全・安心を脅かす問題が多発したことから、県民の食の安全・安心の確保に対する県民の要請は一段と強まってきています。また、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、県民のくらしにかかわる問題は依然として後を絶ちません。

このような社会的背景の中、平成24年12月には、消費者が時代や状況に応じた適切な行動をとるための教育(消費者教育)について規定した「消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」という。）」が施行され、また、平成26年6月には、消費者がより安全・安心な生活を営むために「不当景品類及び不当表示防止法(以下「景品表示法」という。）」及び「消費者安全法」等が改正されました。（「景品表示法」施行日平成26年12月1日）

県としても、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、自主的かつ合理的な消費生活を営むことができるよう、社会情勢に合致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、より消費者の視点に立った施策を実施していきます。

## 2 「三重県消費者施策基本指針」策定の視点

### (1) 消費者教育推進法との関係

「消費者教育推進法」の施行により、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付けられました。三重県では、三重県消費者施策基本指針のうち、「第3章 消費者施策の具体的展開」の「2 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」として位置付け、消費者教育を計画的に進めていきます。

ここでは、「消費者教育推進法」の理念を実現するための方向性を明確にしたうえで重点項目を定め、各重点項目ごとに具体的施策を盛り込むことで、消費者にとって実現可能な、より身近な計画となるようにしていきます。

## (2) みえ県民力ビジョンとの関係

「基本指針」では、「みえ県民力ビジョン」における「消費生活の安全の確保（消費者団体、事業者団体、地域住民、市町等さまざまな主体が連携し、身近なところでの消費者啓発や情報提供、相談体制を充実させ、地域で支え合う意識の醸成、消費者トラブルの未然防止、自主的解決への支援のための施策の実現）」を図ることを目標にしつつ、目まぐるしく変化する社会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) 三重県消費生活条例との関係

「基本指針」では、「三重県消費生活条例」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」第二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。

## 3 「三重県消費者施策基本指針」の計画期間

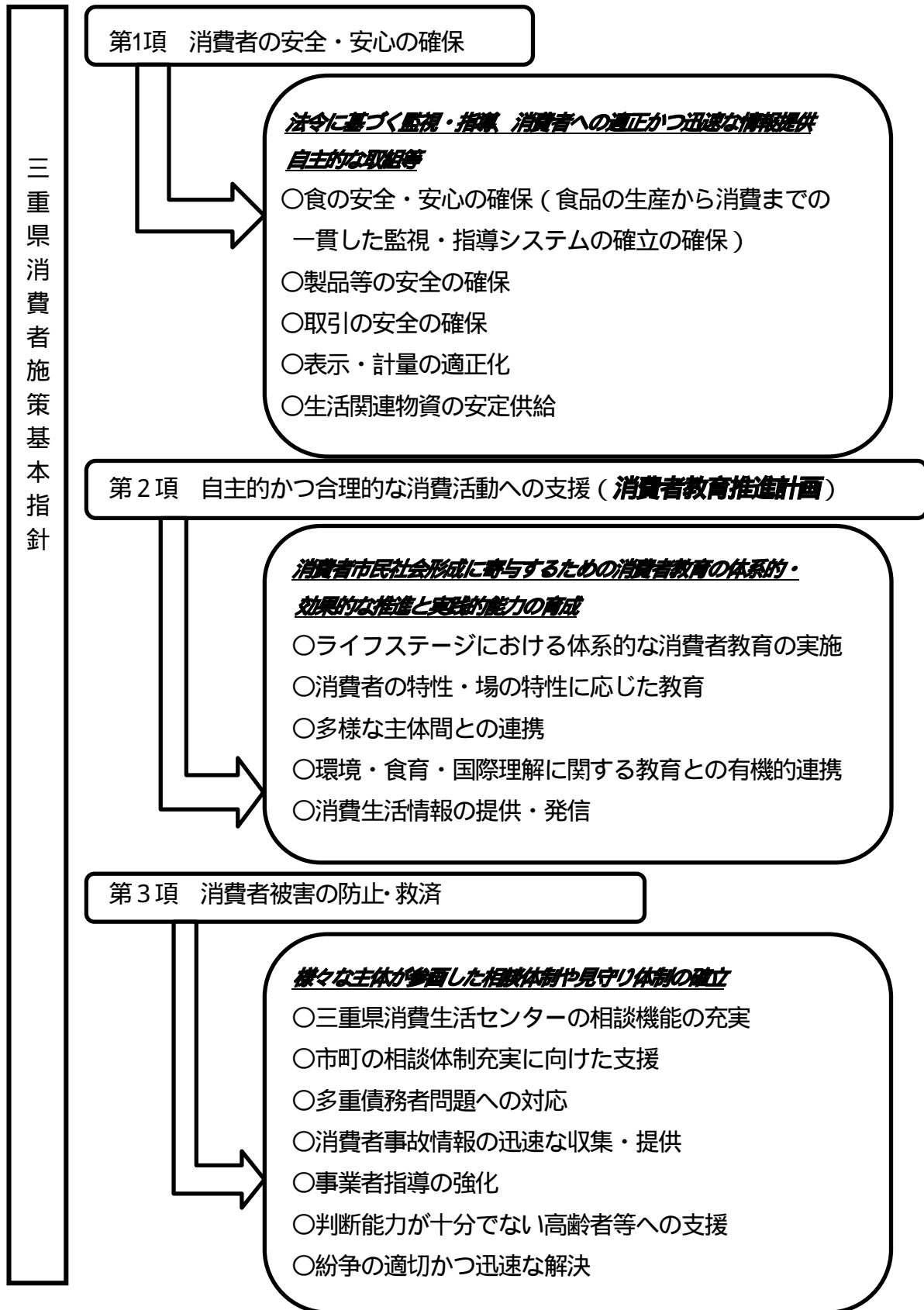
計画期間は、平成27年度～平成31年度の5年間とします。

## 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」<sub>1</sub>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、消費者教育推進計画として位置付けることから、「三重県消費者教育推進地域協議会」<sub>2</sub>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(具体的展開)







## 第2章 消費者を取りまく現状と課題

### 1 社会経済状況の変化

#### (1) 国の動き

消費者を取りまく環境は、近年、商取引が多様化・複雑化し、消費者トラブルは、製品事故だけでなく販売や取引方法へと広がっています。

県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が上昇し続けています。こうしたことに対応するため「消費者安全法」が改正され、地域での高齢者の見守りが今後、喫緊の課題となります。

一方で「消費者教育推進法」が施行されたことにより、これまでの被害に遭わない消費者、合理的な意志決定ができる自立した消費者を育成するだけでなく、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与していく消費者市民<sub>※3</sub>の育成が求められています。

また、「消費者安全法」等消費者に関連する法律の改正や食品の表示に係る新たな法律が公布されるなど、今後、様々な法律が施行されることとなることから、法律の趣旨等を消費者、事業者等に情報提供していく必要があります。

#### (2) 高度情報化の進展

パソコンや携帯電話・スマートフォンの急速な普及等、近年の高度情報化の進展には著しいものがあります。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。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、市町等と連携し、幅広く啓発活動を行う必要があります。

#### (3) 商品・サービスの安全・安心の確保

消費者は、多様な商品・サービスを得ることができるようになりました。

たが、特に「食」に関しては、日常生活を送るうえで根幹となるものであり、健康で豊かな生活を送るためには食の安全・安心が確保されなければなりません。昨今、食に関する問題が繰り返し発生したことに鑑み、同様の問題が発生しないように食品等の監視、適正な表示の実施の確保、食品関連事業者への指導の強化等が喫緊の課題となっています。

## 2 三重県における消費生活の状況

### (1) 消費生活相談の現状とこれまでの推移

三重県消費生活センターでは、消費生活に関する問い合わ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。

近年は、消費者トラブルが多様化しており、相談者の年齢も幅広い層にわたっています。

その中でも特に平成20年度以降は、60歳以上の方の相談割合が増加しています。

#### ① 相談件数の推移（受付件数）

平成16年度には1万件を超える相談が寄せられましたが、平成16年度以降は、相談件数は減少傾向にあります。

平成21年度の相談の受付件数は6,734件であり、過去最高であった平成16年度と比較して、41.0%と半分以下に減少しています。これは、ハガキ等による架空請求の減少が主な要因です。

また、近年、相談件数は減少傾向にありましたが、平成25年度は微増という結果でした。これは「健康食品」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	H20	H21	H22	H23	H24	H25
受付件数	6,543	6,734	6,179	5,218	4,313	4,330
対前年度増減	-957	191	-555	-961	-905	17
増減率 (%)	▲12.8	2.9	▲8.2	▲15.6	▲17.3	0.3
問い合わせ	544	541	426	362	285	233
架空請求	1,486	1,129	1,104	964	707	723
その他相談	4,513	5,064	4,649	3,892	3,321	3,374

#### ② 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について、平成20年度以降は「店舗販売」が一番多かったが、平成23年度以降はインターネット、携帯電話などの普及により「通信販売」が一番多くなりました。その次に「訪問販売」や「電話勧誘販売」による相談が続き、「マルチ商法」※4も依然として相談が寄

せられています。また、平成24年度に「特定商取引に関する法律」（以下「特定商取引法」という。）の改正により新たに「訪問購入」に関する相談も寄せられるようになりました。

(表2) 販売方法別苦情相談件数の推移 (件)

項目	H20	H21	H22	H23	H24	H25
訪問販売	610	711	728	563	460	434
通信販売	1,851	1,756	1,737	1,711	1,282	1,334
電話勧誘販売	511	507	573	482	440	468
マルチ商法	156	110	87	67	57	47
初タイプオプション※5	25	17	16	18	18	46
訪問購入					2	24
その他無店舗販売	35	45	32	21	30	39
店舗販売	2,021	2,347	1,908	1,434	1,277	1,175
不明等	766	682	658	551	457	528
合計	5,975	6,175	5,739	4,847	4,023	4,095

※ (表2)の相談件数は(表1)の相談件数から問合せ等を除いた件数です。

③ 商品・役務別苦情相談件数の推移

平成20年度の商品・役務別苦情相談件数は「デジタルコンテンツ」※6が極めて多く、次に多重債務等の「フリーローン・サラ金」に関するもの、住宅リフォーム等「工事・建築」に関する相談が多い状況でした。

近年、「健康食品」に関する相談の増加が顕著です。

(表3) 商品・役務別苦情相談件数の推移 (件)

項目	H20	H21	H22	H23	H24	H25
デジタルコンテンツ	1,279	1,090	1,178	1,094	806	759
フリーローン・サラ金	632	404	348	233	171	107
商品一般	446	280	156	131	118	197
工事・建築	218	249	275	200	164	193
不動産貸借	174	222	217	156	118	98
健康食品	130	112	111	71	150	213
四輪自動車	107	180	118	115	85	92
生命保険	83	—	—	—	—	—
電話サービス	72	—	—	—	—	—
電話機類	69	—	—	—	—	—

※ 本表は平成20年度の上位10項目にあわせて表記しています。

#### ④ 年齢別苦情相談件数の推移

平成20年度の契約当事者の年代別苦情相談件数を見ると、30歳代と40歳代が年間1,000件を超え、他の年代は未成年者を除き700～800件と、ほぼ横並びとなっています。

未成年者の相談件数についても、ほぼ200件台で推移しています。

消費者トラブルは、年齢に関係なく発生していますが、経年変化を見ると、各年代とも減少傾向ですが、60歳以上の方の相談に占める割合が全体の20%を超え、増加傾向を示し、平成25年度は30%を超えました。

(表4) 契約当事者の年齢別苦情相談件数の推移 (件)

	H20	H21	H22	H23	H24	H25
未成年	227	215	250	213	144	149
20歳代	849	802	598	464	360	352
30歳代	1,267	1,210	965	797	533	502
40歳代	1,113	1,054	933	855	735	622
50歳代	818	805	742	674	552	563
60歳代	605	733	684	614	578	609
70歳以上	600	705	746	660	597	749
不明	496	651	821	570	524	549
合計	5,975	6,175	5,739	4,847	4,023	4,095

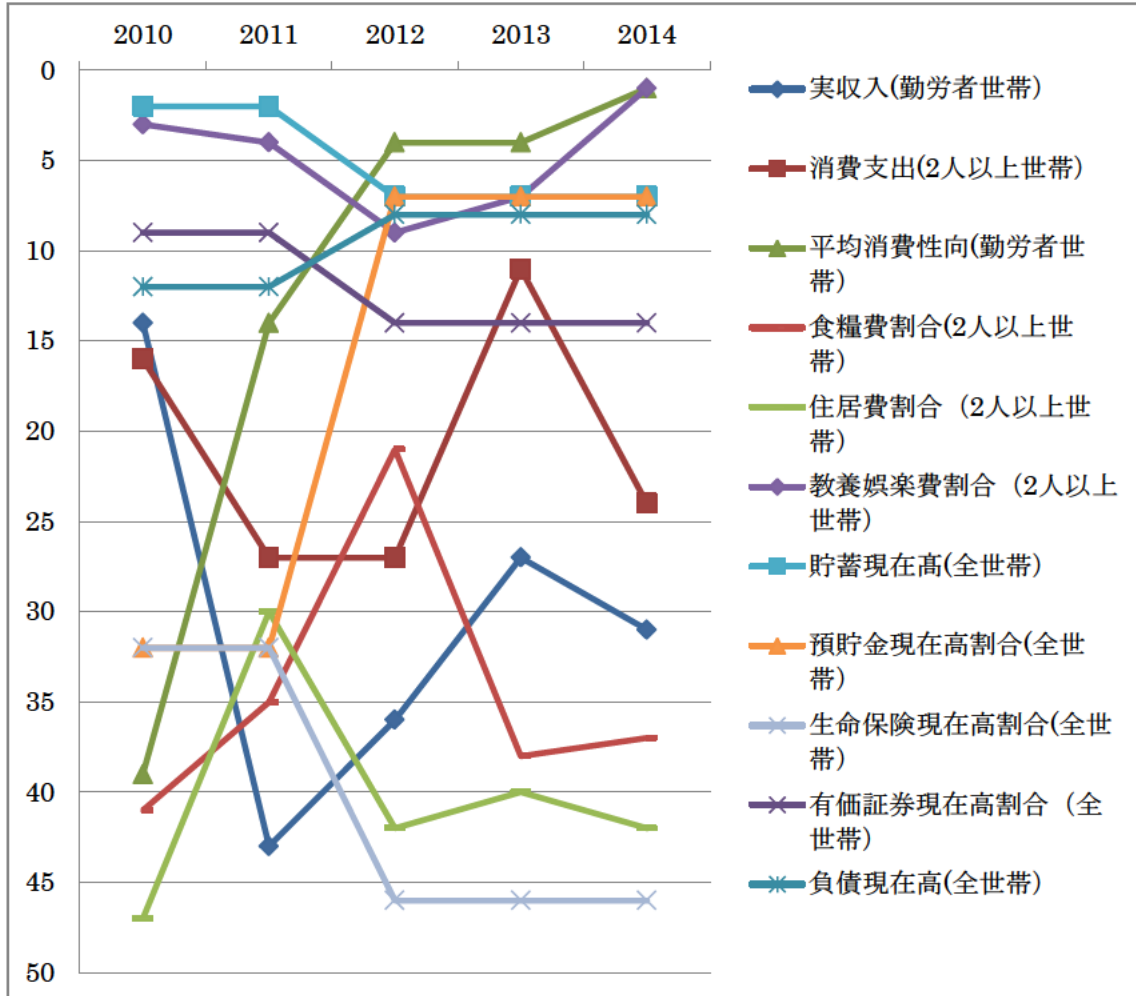
### 3 三重県における消費生活の動向

三重県における消費生活の動向をみると、近年、全国に比して、全世帯での預貯金残高や貯蓄現在高が高順位のまま推移しているものの、生命保険現在高割合は低位で、将来の経済生活への備えについては、保険より貯蓄の方に意識が高いことがうかがわれます。消費内容に関しては、食糧費・住居費など生活に直結する費用に対しては、あまり費用をかける傾向ではありませんが、教養娯楽費にける支出は高順位となっています。また、勤労者世帯に関しては、実収入が決して高くはないものの、平均消費性向が著しく伸びてきており、勤労者世帯における消費意欲が、近年高まってきていると考えられます。

これらのことから、三重県は、全国的に見て、比較的預貯金等の蓄えが高く、日常生活よりも教養娯楽の消費に対する意欲が高い傾向があることが考えられます。このため、日常生活とは異なる商品等に預貯金を引き出させる危険性が比較的高いことがうかがえます。

(図1) 家計の状況

縦軸：全国順位、横軸：各年度



総務省統計局家計調査より



## 第3章 消費者施策の具体的展開

### 第1項 消費者の安全・安心の確保

食品、家庭用品、住宅等の安全が確保され、安定的に供給されることは消費者利益の擁護・増進のための基本的な施策であることから、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、自主的な取組を推進します。

#### 1 食の安全・安心の確保

食の安全・安心確保のため、「食品衛生法」、「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（以下（「JAS法」という。））」等多くの法律が定められていますが、県では「三重県食の安全・安心の確保に関する条例」を「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、この目的を達成するため、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するよう見直しました。その中では、食品関連事業者の責務や事業者団体の役割を位置づけるなど、施策の充実、強化を図り、一層の食の安全・安心の確保に向けた取組を進めることとしています。

「三重県食の安全・安心確保基本方針」に基づき監視・指導（部局：健康福祉部、農林水産部、環境生活部）

- ア 「三重県食品監視指導計画」に基づき取組を実施します。
- イ 農薬、肥料、飼料、動物・水産用医薬品等の立入検査・指導を実施します。また、適正使用のための情報提供や指導、ガイドラインの作成を行います。
- ウ 「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（以下「米トレーサビリティ法」という。）」に基づく立入調査を実施します。
- エ 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・安心について考える力や選択する力を養うため、食育を通

- 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 消費者に対し、食の安全・安心の確保に努力する事業者の情報を発信します。
- キ 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・提供を行い、消費者の意見を反映してその内容を充実します。
- ク 食の安全確保に関する自主管理体制の整備に必要なISO22000<sup>9</sup>やHACCP<sup>10</sup>方式等の先進的な取組に関する情報の提供を行うとともに、指導・助言を行います。また、農産物の安全確保、品質管理等のためのGAP<sup>11</sup>手法の導入を促進します。
- ケ 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<sup>12</sup>などの導入に取り組む事業者を支援します。

## 2 製品等の安全の確保

消費生活に係る商品や役務によって生命、身体及び財産を侵されず、消費者の安全の確保に向けた取組を進めます。

### 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の連携のもとに、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や必要な調査を行い、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、必要に応じて県民に注意を喚起します。

### 家庭用品等の安全の確保（部局：防災対策部、環境生活部、健康福祉部）

ア 「消費生活用製品安全法」、「家庭用品品質表示法」、「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。

イ 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。

### 住宅等の安全性の確保（部局：県土整備部）

ア 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 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、建築確認・検査制度の適正な運用を推進します。

ウ 安全で安心な住まいづくりを支援するため、リフォームに関する助言



や市町相談窓口の設置の拡充、住宅性能表示制度等の普及・啓発を行うとともに、不正行為等を行う建設業者に対して適切な指導・監督を行います。

### 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指導等を行います。

#### 「特定商取引法」の厳正な執行（部局：環境生活部）

高齢者等をターゲットにした悪質商法対策の充実・強化をはかるため、市町との情報共有をいっそう強化し、「特定商取引法」の改正の趣旨、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。

#### 適正な消費者取引の確保（部局：環境生活部）

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」<sup>13</sup>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はかり、効果的な事業者指導を行います。

### 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します。

#### 商品等の適正な表示の確保（部局：環境生活部、健康福祉部）

- ア 「景品表示法」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 「東海4県広告表示等適正化推進会議」<sup>14</sup>、「三重県食品表示監視協議会」<sup>15</sup>において、表示に関する情報の共有をはかり、効果的な調査・指導を行います。
- ウ 「三重県食品監視指導計画」に基づく取組を実施します。
- エ 「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、医薬品的効能効果を標ぼうする健康食品等を製造または販売する事業者に対して、適正な表示を行うように指導することにより、保健衛生上の危害を防止します。
- オ 「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 「食品衛生法」、「JAS法」、「健康増進法」の食品の表示に関する規定を統合した「食品表示法」が平成27年中に施行されることから、変更点に適切に対応できるよう、引き続き、消費者、食品関連事業者等への周知及び指導を図ります。

#### 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。

#### 商品・サービスの適正な表示の推進（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

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。

#### 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）

生活関連商品の流通の円滑化及び価格の安定をはかるため、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。

#### 生活関連商品の円滑な供給（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。

## 第2項 自主的かつ合理的な消費活動の支援(消費者教育推進計画)

消費生活の安全・安心の確保のためには、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、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しうることを自覚し、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、消費者市民社会の形成に寄与することを目的とし、消費者教育基本方針の基本理念にのっとり、消費者教育を体系的、効果的に推進します。

### ●重点項目と施策の方向

#### 1 ライフステージにおける体系的な消費者教育の実施

(部局：環境生活部、教育委員会)

「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「イメージマップ」※16を活用し、体系的に取り組んでいくこととします。

#### 2 消費者の特性・場の特性に応じた教育

##### ① 学校教育等での消費者教育の推進(部局：教育委員会、環境生活部)

学校教育においては、「教育基本法」の理念をふまえ、児童生徒等の「生きる力」を育むことをめざしており、生涯にわたり学習する基盤が培われるよう、基礎的な知識及び技能を習得させるとともに、これらを活用して課題を解決するために必要な思考力、判断力等の能力を育み、主体性を養うことが目的とされています。

また、新学習指導要領においても「環境、家族と家庭、消費者、食育、安全に関する学習の充実」「情報の活用、情報モラルなどの情報教育の充実」が重要項目として位置付けられています。

しかしながら、消費者問題が、複雑化・多様化する悪質商法の横行、世界各地で拡大・悪化している紛争や環境破壊など、社会情勢の急激な

変化に対応しきれていない現状があります。

学校現場においても、的確に消費者教育を推進するためには、教員一人ひとりの意識づけや指導力の向上が不可欠となっています。

また、子どもたちを取り巻く環境変化のうち、最も関心の高いデジタルコンテンツについては、特に様々な角度から周知・啓発や正しい知識を持つことなどに力を入れていく必要があります。

このため、三重県では教科を超えた教員間の連携や外部機関との連携、消費者教育に関する情報発信や関係者間の情報交換、消費者問題の変化に対応した教材開発や、教員の学習環境の整備を行い、消費者教育を充実させていく取組を進めます。

#### ア 幼児期における消費者教育の推進

幼児期は、家族や身の回りの物事に初めて関心を持ち、それを取り入れていく基本的な時期です。約束やきまりを守り、欲しいものがあったとしても、時には我慢することを学ぶことが重要です。

#### イ 小学校期における消費者教育の推進

小学校期においては、1・2学年の生活科、3・4学年の社会科や、5・6学年の社会科、家庭科などで、身近な消費生活と環境、また、物や金銭の大切さについて学びます。

1・2年生では、自分たちの生活は地域で生活したり働いたりしている人々や様々な場所とかかわっていることが分かるための学習を行います。

3・4年生では、身近な生活における消費と環境の学習を通して、生産・販売に関する基礎的・基本的な知識及び技能を身に付け、物や金銭の使い方への関心やその大切さ、また、環境に配慮することの大切さについて学びます。そのうえで「これは本当に自分にとって必要なものなのか」を考えてみる姿勢など、身近な消費生活や生活環境をよりよくしようと工夫する能力と実践的な態度を身に付けることを目標としていきます。また、併せて外国とのかかわりにも気づくことができるように配慮しながら、学習を進めます。

また、5・6年生では、3・4年生での基礎的知識を発展させ、具体的事例を取り上げたり、統計や各種の資料などを活用したりしながら、産業と国民生活との関連についても理解できるようにしていきます。

三重県では、このような学習指導要領に基づく適切な教育が行われ

るよう、市町教育委員会の指導主事と連携し、会議などの場で趣旨・内容の周知徹底を図っていきます。

#### ウ 中学校期における消費者教育の推進

中学校期においては、社会科において、金融の仕組みや動き、消費者の自立の支援なども含めた消費者行政を学ぶほか、技術・家庭科においては、消費者の基本的な権利と責任や、環境に配慮した消費生活とはどのようなものかについて学びます。

具体的には、商品を購入することは、選ぶ権利であるとともに責任を伴うことなどについて理解できるようにすること、消費生活センター等の各種相談機関やクーリング・オフ制度を取り上げ、消費者としての自覚を高めるようにすること、悪質商法やインターネットトラブルに関する知識を身に付け、自立した消費者になることを目標としています。

特に中学校期はスマートフォン等の情報通信機器やインターネットなどのデジタルコンテンツに、深い知識のない状況で入り込みやすい時期でもあります。このため、三重県では、専門教科以外の教員もデジタルコンテンツ等の基本的な知識が得られる教材の開発や、e-ラーニング<sup>※17</sup>など教員の学習環境の場の確保と人材育成に取り組みます。

#### エ 高等学校期における消費者教育の推進

高等学校期においては、家庭科等において、消費行動における意思決定の過程とその重要性や、消費者信用及びそれらをめぐる問題や、消費者市民社会について理解を深めます。

具体的には、お金の管理と計画的使用の必要性、売買契約を締結する際の契約の効果、契約解消の方法、問題となる販売方法による消費者トラブルの事例や救済の仕組みなどについて正しい知識を身に付けること、また、フェアトレード<sup>※18</sup>や持続可能な消費に関する知識を身に付け、消費者市民社会の形成に寄与できるようになることを目標としています。

高等学校期は、義務教育期を終え、生徒個人が経済社会の中に入っていく最初の時期とも言えます。そこで、契約トラブルの実例や消費者被害の状況等から、契約に関する基本的な知識の習得や契約に伴う責任、消費者市民社会の形成に参画することの意義などについて理解し、社会において主体的に判断し、行動できる能力を養うことが重要です。

そこで、三重県では、社会人講師等の外部専門家の協力を得ながら、各種の実務教育を実施していきます。

#### 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、ア～エの取組に準じた学習を行うとともに、特にこれから社会に巣立つ高等部の生徒に対しては、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、消費者教育に取り組むことが必要です。

また、保護者や支援者に対しても、見守り体制の強化に向けて、啓発を行います。

#### カ 大学・専門学校等における消費者教育の推進

成年と未成年が混在する大学等においては、消費者の権利と責任が大きく変化することをふまえ、大学等と積極的に連携し、消費者教育に取り組むことが必要です。

三重県では、大学と連携・協働し、消費者教育に関する検討を行い、啓発を行います。

### ② 地域社会での消費者教育の推進（部局：環境生活部）

自立した消費者を育成するためには、地域においても消費者教育に取り組むことが重要です。三重県では、消費生活相談だけでなく、商品・サービスの基礎知識や契約知識について情報を発信し、地域の消費生活を支える役割を担っています。

そこで、三重県消費生活センターが消費生活相談や消費者救済だけでなく、消費者教育センターとしても位置付け、商品・サービスの基礎知識や、契約に関する基本的知識に関する情報を発信し、併せて各市町や関係団体と連携して高齢者・障がい者等の見守り体制の強化や、地域における啓発活動を行う人材を育成・活用することにより、消費者教育の推進を図ります。

また、三重県は外国人登録者数が非常に多く（平成 25 年において全国 3 位、県内総人口の 2.34%；法務省在留外国人統計による）、外国人の定住化に伴う消費生活での困り事、悩み事が多様化しているという背景を受け、外国人住民の消費者被害防止、安全・安心な暮らしの確保を図ることも必要です。

#### ア 高齢者・障がい者に対する消費者教育の推進

啓発活動の一環として、地域で開催される消費者展等に参加し、啓発を行います。また、各地域において、消費生活に関する出前講座等を実施します。

高齢者や障がい者は、人に会う機会や情報を得る機会が少なくなることが多く、そのことに伴って契約トラブルに巻き込まれることも多々あるため、民生委員・児童委員、地域包括支援センター<sup>※19</sup>などの福祉サービス関係者による情報提供を行います。

#### イ 外国人に対する消費者教育の推進

県内に住む外国人住民の消費者トラブルを未然に防止するため、県内の外国人住民（主にブラジル、ペルー、ボリビア、フィリピン、中国など）を対象として、外国人住民が消費生活に関する知識を深めることができるような消費生活啓発パンフレットを作成し、配布・周知を行います。

#### ③ 家庭での消費者教育の推進（部局：環境生活部、教育委員会）

家庭においては、子どもに対して、親をはじめとした保護者が小遣いの与え方を考え、買い物を手伝わせることなどにより、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、オンラインゲームの課金トラブル等が低年齢でも多発していることから、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ます。また、保護者自身がソーシャルネットワーキングサービス（SNS）<sup>※20</sup>に関する知識を持つことも大切です。

三重県では、家庭でのこのような消費者教育を支援するため、公民館や図書館などの社会教育施設や学校における保護者会・PTA 等への啓発、情報提供等を実施します。

#### ④ 事業者の消費者教育の推進（部局：環境生活部）

事業者は、消費者の声に耳を傾け、事業者自らの顧客満足度の向上に活かすことが、企業の発展に不可欠なものとなっています。現在はさらに公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画できるような商品やサービスを開発、提供することが求められています。

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かせ、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）<sup>※21</sup>の観点からも有意義です。

三重県においても、各企業のお客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。

### 3 多様な主体間との連携

（部局：環境生活部）

地方公共団体は、「消費者教育推進法」第3条の基本理念にのっとり、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責務とされています。県は、国との適切な役割分担をふまえて、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行う必要があります。

三重県では、事業者団体、消費者団体、市町等と連携し、製品等の安全性、公正な商取引、環境保全、情報通信、知的財産権、個人情報など消費生活に関する主な対象領域をテーマにした講座や研修会を実施します。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。

加えて、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がることにより、消費者市民社会の推進を図ります。さらに、事業者のお客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します。

その他、消費者が主役となる社会の実現のため、県民、消費者団体、NPO、福祉関係者、弁護士会・司法書士会等の専門機関など、様々な団体と連携、協働することにより、効果的な消費者教育の実施に努めます。

### 4 環境・食育・国際理解に関する教育との有機的連携

「消費者教育推進法」第3条第7項では、「環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的連携を図ること」を求めています。これらの消費生活に関連する教育の目的や対象範囲はそれぞれ異なりますが、学校における消費者教育活動と重なる部



分も少なくありません。三重県では、これらの教育と連携しながら、消費者教育を効果的に推進します。

#### ① 環境教育との連携（部局：環境生活部、教育委員会）

環境教育は、「環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律」に基づいて推進されていますが、持続可能な開発のための教育（ESD）※<sup>22</sup>の視点を取り入れた環境教育の実践が重要となっており、環境に対する知識や考えのほか、社会の多様性や将来に対する責任、資源やエネルギーの有限性など、自ら考え、自ら行動する人づくりを推進しています。消費生活の足場ともいえる環境保全や、そのために行われる環境教育は、持続可能な社会の形成をめざす消費者教育との関わりが深いことから、三重県では、「もったいない」という考え方のもと、県立学校では環境マネジメントを使ったPDCAサイクル※<sup>23</sup>を構築し、自発的・主体的な活動を行うことを通して環境教育を進めます。また、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）」を中心として子どもたちに地域の実情に応じて工夫した取り組みを行っています。今後もこのような取組を充実・発展させ環境教育を強化していきます。

また、一般消費者においても、エコドライブの推進、レジ袋の有料化、グリーン購入の啓発キャンペーンなどを通じ、環境に配慮した暮らしを推進することにより、消費者市民社会の形成に努めます。

#### ② 食育との連携（部局：環境生活部、農林水産部、教育委員会）

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目指す消費者教育の課題でもあります。

また、食品の安全性に関する知識と理解を深めることや、環境に配慮した素材でつくられた食品を選択することは、食品表示の適切な理解や、消費者市民社会の推進と密接な関係があることから、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。

特に、学校での食の教育を進めるためには、学校給食への地場産物の活用割合を高めるなど、子どもたちの農林水産業に対する理解を深める取り組みが必要です。そこで「みえ地物給食の日」を継続して実施し、学校給食に活用しやすい地場産物を使用した商品の開発や教育ファーム

を実施していきます。

### ③ 国際理解教育との連携（部局：環境生活部、教育委員会）

国際理解教育は、社会経済の国際化の進展に合わせ、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狙いとしており、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点で、消費者市民社会の形成に向けた教育と深く関係しています。三重県では、外国人指導助手（ALT）※24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。

## 5 消費生活情報の提供・発信

消費者の安全・安心の確保、あるいは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、情報公開や学習の場の提供、あるいは、報道機関やホームページなど通じて消費生活に関する情報を効果的・効率的に提供・発信します。

また、三重県金融広報委員会※25が実施する金融広報アドバイザーの派遣による金銭教育を実施し、金銭の大切さや計画的な使い方を学ぶ機会、また、県職員による消費生活に関する出前講座を実施し、身近な消費生活について学ぶ機会を提供します。

### ① 情報公開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 効果的で多様な手段を用いた啓発活動の推進（部局：環境生活部）

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、報道機関やホームページ、情報誌、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います。さらに、市町と連携し情報共有を進め、各地域でのイベントに出店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に活かしていきます。また、消費者が使いやすいように改修した三重県消費生活センターの展示ホールを、さらに展示や書籍、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。

※16 イメージマップ

	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期			
					特に若者	成人一般	特に高齢者	
Ver.1.0								
重点領域	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關心をもち、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、消費者としての素地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	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者市民社会構築に活かす時期
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心をもち	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	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、経済や社会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る習慣を身につけよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、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することの大切さを伝え合おう
	持続可能な消費の実践	身の回りものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを实践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう
	消費者の参画・協働	協力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	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協働して取り組むことの重要性を理解しよう	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場を広げよう	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、公正な社会をつくらう	支え合いがら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険やもの安全な使い方に気づこう	危険を回避し、物に安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物に安全に使う手帳を知り、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを知ろう	安全で危険の少ないくらし方をすすめる習慣をつけよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくらう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝え合おう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣をつけよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用し、よい社会をつくらう	支え合いがらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
生活の管理と契約	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 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	商品を選択し、契約するともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールの活用について理解しよう	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つけよう	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しないくらしの知識を伝え合おう
	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 お小遣いを考えて使おう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう	主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的なくらしを目指して、生活設計・管理を实践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう	生活環境の変化に対応し、支え合いがら生活を管理しよう
情報とメディア	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の仕方を知らう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身につけよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いがら情報と情報技術を適切に利用しよう
	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、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣をつけよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう	支え合いがら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」として考えよう	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、意思決定の大切さを知ろう	消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣をつけよう	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	支え合いがら消費生活情報を上手に取り入れよう

※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、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

### 第3項 消費者被害の防止・救済

さまざまな主体が参画するネットワークの拡大を進め、連携して幅広く啓発活動を行うとともに、相談体制を充実し、相談の多いデジタルコンテンツ関連のトラブルや急増する悪質商法、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啓発を行い消費者トラブルの未然防止、拡大防止を図ります。また、高齢者の被害防止のため、市町や関係団体等と連携し、地域啓発の促進に取り組みます。

#### 1 三重県消費生活センターの相談機能の充実

##### 相談体制の充実（部局：環境生活部）

ア 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みます。

イ 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、市町においても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、市町単独では相談員の確保等が困難な市町に対して広域的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 国民生活センター、日本司法支援センター(法テラス)、警察など関係機関と情報交換等により連携をはかります。

また、「みえ・くらしのネットワーク」<sup>26</sup>を通じて、関係機関と連携をはかり、消費者問題の情報交換や啓発を推進します。

##### 消費生活相談の充実・強化（部局：環境生活部）

ア 消費生活相談員の資質向上、弁護士等専門家の活用を進め、より高度で専門的な相談に対応します。

イ 市町の消費生活相談窓口の充実・強化の取組を支援するとともに、市町の消費生活センターや消費生活相談員等からの相談に助言や情報を提供するなど市町の相談対応を支援します。

ウ 困難な消費者問題などは、必要に応じて事業者とのあつ旋を行います。

### 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）

インターネット等の高度情報通信社会の進展に伴う商品とサービスの提供について、事業者との適正な取引の確保、消費者に対する教育と啓発の推進、苦情処理と紛争の解決、個人情報の適切な保護などに取り組みます。

### 国際化の進展への対応（部局：環境生活部）

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、消費者への情報の提供に努め、消費者保護のための支援を行います。

## 2 市町の相談体制充実に向けた支援

### 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 三重県消費者行政活性化基金を用いて、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設置、充実・強化を進め、相談員の雇用や研修費用等の支援を行います。

イ 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<sup>27</sup>を活用します。

ウ 相談員や相談窓口担当者の資質の向上をはかるため、研修会や勉強会を開催します。

エ 市町の相談員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市町の利用を促進します。

## 3 多重債務者問題への対応

### 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「多重債務連携システム」<sup>28</sup>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がりなど、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。

## 4 消費者事故情報の迅速な収集・提供

### 消費者事故情報の発生への対応（部局：環境生活部）

消費者事故（重大事故）<sup>29</sup>発生時には、早急に消費者庁に通知するとともに、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。

## 5 事業者指導の強化

### 「特定商取引法」の厳正な執行（部局：環境生活部）（再掲）

高齢者等をターゲットにした悪質商法対策の充実・強化をはかるため、市町との情報共有をいっそう強化し、「特定商取引法」の改正の趣旨、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。

### 適正な消費者取引の確保（部局：環境生活部）（再掲）

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」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はかり、効果的な事業者指導を行います。

### 商品等の適正な表示の確保（部局：環境生活部、健康福祉部）（再掲）

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

### 家庭用品等の安全の確保（部局：防災対策部、環境生活部、健康福祉部）（再掲）

ア 「消費生活用製品安全法」、「家庭用品品質表示法」、「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。

イ 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。

### 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<sup>30</sup>による悪質事業者に対する指導の強化を実施します。

### 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、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。

### 適正な事業活動の促進（部局：環境生活部）

ア 消費者が適切な判断のもとに購入先や商品を選択できるように、相談員等による研修会や具体的な相談の機会を通じ、「消費者契約法」や「特

定商取引法」、「三重県消費生活条例」等に基づき、適正な事業活動を促進します。

- イ 表示の適正化、商品の安全性、適正な商取引の確保をはかるため、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。

#### 旅行業務の適正な運営の確保（部局：雇用経済部観光・国際局）

旅行の安全の確保およ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。

### 6 判断能力が十分でない高齢者等への支援

#### 判断能力が十分でない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、健康福祉部）

- ア 「消費者安全法」の改正にともない判断能力が十分でない高齢者や障がい者等の消費者トラブル防止のために、市町と連携して地域における見守り体制を推進します。
- イ 高齢者被害防止のため、地域の民生委員・児童委員、社会福祉協議会職員、消費者団体、地域包括支援センター等を対象に「消費者啓発地域リーダー」<sup>31</sup>を養成し、「消費者啓発地域リーダー」の地域での自主的な講座、啓発活動の支援を行います。
- ウ 判断能力が十分でない高齢者や障がい者等で、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 判断能力が十分でない高齢者や障がい等への権利侵害を防ぐため、市町が行う成年後見制度<sup>32</sup>の活用促進について支援します。

### 7 紛争の適切かつ迅速な解決

#### 紛争の適切かつ迅速な解決（部局：環境生活部）

- ア 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 必要に応じて、「三重県消費者苦情処理委員会」<sup>33</sup>においてあっ旋や調停を行います。



## 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

#### 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）

「三重県消費生活対策審議会」や「みえ・くらしのネットワーク」会議を通じて、消費者や事業者等の消費生活に関する意見を把握します。

#### 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」の審議内容を引き続き公開していきます。

### 2 国との連携・市町への支援と連携

#### 国等との連携（部局：環境生活部）

- ア 消費者庁をはじめ関係省庁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。
- イ 三重県消費者行政活性化基金等を活用した市町への支援、「消費者ホットライン」<sup>34</sup>の運用、多重債務者対策などについて、消費者庁をはじめとする関係省庁と連携しながら、三重県の消費者行政を推進します。

### 3 行政等の連携体制の充実・強化

#### 庁内連絡体制の充実（部局：環境生活部）

庁内連絡会議により多方面の情報を共有し、啓発活動などに連携して取り組みます。



## 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  
消費者の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。  
(教育研究部会)
- ※3 消費者市民  
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。
- ※4 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。
- ※5 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。
- ※6 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。
- ※7 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。
- ※8 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、JAS法に基づく食品表示の監視指導等を加えた計画。
- ※9 ISO22000  
HACCPシステムにISO9001の品質マネジメントシステムを組み込んだ食品安全を目的としたISOマネジメント規格。人が摂取する段階の食品安全を確保するため、農場から食卓までの食品に関連する

あらゆる組織が、食品安全上の危害要因を管理していくために必要な内容を規定したものの。

※10 HACCP

ハサップと読まれることが多く、危害分析重要管理点方式のこと。従来の抜き取り方式と異なり、原料が加工され製品になるまでのあらゆる工程で起こりうる危険性をリストアップし、重要管理点によって処理方法を明確にしたもので、工程ごとの安全性をチェックし、記録に残す管理方式。

※11 GAP

農業生産工程管理 (Good Agricultural Practice)。農産物の安全確保や品質向上、環境保全等のために、生産者が自ら、「計画をたて点検項目を作成する」「点検項目に従い農業生産活動を行い記録する」「点検・評価し改善点を見出す」「次回の作付に活用する」を行うことにより、一連の生産工程を管理するプロセスチェック手法。

※12 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。

※13 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。

※14 東海4件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。

※15 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、連携の強化をはかるとともに、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：農林水産省東海農政局津地域センター。

※16 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。（24頁）

※17 e-ラーニング

PCや携帯端末など情報機器を使用して行う学習のこと。

- ※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 地域包括支援センター  
介護保険法で定められた、地域住民の保健・福祉・医療の向上、虐待防止、介護予防マネジメントなどを総合的に行う機関。
- ※20 ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）  
インターネット上の交流を通して社会的ネットワーク（ソーシャル・ネットワーク）を構築するサービスのこと。
- ※21 CSR  
企業が利益を追求するだけでなく、組織活動が社会へ与える影響に責任をもち、あらゆる利害関係者からの要求に対して適切な意思決定をすること。
- ※22 ESD  
持続可能な開発を実現するために発想し、行動できる人材を育成する教育。
- ※23 PDCAサイクル  
事業活動における生産管理や品質管理などの管理業務を円滑に進める手法の一つ。Plan（計画）→ Do（実行）→ Check（評価）→ Act（改善）の4段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善する。
- ※24 ALT  
ALT（外国語指導助手）とは、Assistant Language Teacherの略で、外国語を母国語とする外国語指導助手。
- ※25 三重県金融広報委員会  
金融広報中央委員会、東海財務局、日本銀行、三重県、県内市町、民間団体が協力して県民に対し、中立公正な立場から金融に関する広報または消費者教育活動を実施する団体。事務局：三重県消費生活センター内
- ※26 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。
- ※27 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研修修了者のうち、人材バンクへの登録を希望する者を、消費生活センター及び消費生活相談窓口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。

- ※28 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。
- ※29 消費者事故（重大事故）  
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（死亡、負傷・疾病1日以上、一酸化炭素中毒）で、特に、生命・身体の被害が大きいもの（死亡、負傷・疾病30日以上、一酸化炭素中毒）を言う。
- ※30 不当商取引指導専門員  
地方公務員法（昭和25年法律第261号）第3条第3項第3号に規定する特別職非常勤職員で、不当商取引情報の収集、調査の実施や指導等を行う。
- ※31 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、啓発活動を行うなど、地域での高齢者見守りのために活動を行っている。
- ※32 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
- ※33 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。
- ※34 消費者ホットライン  
消費者がトラブルに見舞われた際に、相談窓口の存在に気づかなかつたり、相談窓口を知っていてもその連絡先がわからなかつたりすることがある。そういう場合に全国どこからでも相談出来る消費生活相談窓口を案内するために消費者庁が創設した制度。TEL: 0570-064-370。