

資料

用語の解説

- ※1 持続可能な開発目標（SDGs／エス・ディー・ジーズ）
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、2030年までの国際目標。17の持続可能な開発目標（P. 7に掲載）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、開発途上国のみならず先進国も実施に取り組むものとなっている。日本では、国内外の取組を府省横断的に総括し、優先課題を特定した上で「SDGs実施指針」を策定するとともに、2016年5月に内閣総理大臣を本部長とする推進本部が設置されている。
- ※2 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。
- ※3 三重県消費者教育推進地域協議会（三重県消費生活対策審議会消費者教育研究部会）
消費者教育推進法第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。
- ※4 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。
- ※5 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。
- ※6 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。
- ※7 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。

- ※8 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。
- ※9 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。
- ※10 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。
- ※11 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。
- ※12 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。
- ※13 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。
- ※14 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。
- ※15 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。
- ※16 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。

※17 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。

※18 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。

※19 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。

※20 フェアトレード

開発途上国の生産品を、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。

※21 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。

※22 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。

※23 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。

※24 CSF (Classical swine fever)

CSFウイルスの感染による豚とイノシシの熱性伝染病（豚熱）。強い伝染力と高い致死率が特徴で、家畜伝染病予防法において家畜伝染病に指定されている。

- ※25 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。
- ※26 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。
- ※27 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。
- ※28 東海地域悪質事業者対策会議
平成17年度から東海地域（岐阜県、静岡県、愛知県、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。
- ※29 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（岐阜県、静岡県、愛知県、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。
- ※30 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。
- ※31 みえ外国人相談サポートセンター（みえこ「M i e C o」）
三重県国際交流財団（津市羽所町700番地 アスト津3F）に運営を委託し開設した多言語相談窓口。令和元年8月1日開設。外国語が可能な相談員または三者間通話による電話通訳により、11言語で相談に対応。
- ※32 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。
- ※33 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。

※34 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。

※35 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。

※36 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。

※37 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。